

El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012

Gustavo Meixueiro
Alejandro Moreno
(coordinadores)





LXII LEGISLATURA

CÁMARA DE DIPUTADOS

Presidente de la Cámara de Diputados
Dip. Ricardo Anaya Cortés

JUNTA DE COORDINACIÓN POLÍTICA

Presidente
Dip. Silvano Aureoles Conejo

Integrantes
Dip. Manlio Fabio Beltrones Rivera
Dip. Luis Alberto Villarreal García
Dip. Arturo Escobar y Vega
Dip. Alberto Anaya Gutiérrez
Dip. Ricardo Monreal Ávila
Dip. María Sanjuana Cerda Franco

Secretario General
Mtro. Mauricio Farah Gebara

Secretario de Servicios Parlamentarios
Lic. Juan Carlos Delgadillo Salas

EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL MEXICANO
EN LAS ELECCIONES DE 2012

Análisis del Proyecto Comparativo
de Elecciones Nacionales (CNEP)



COMITÉ DEL CESOP
MESA DIRECTIVA

Presidente

Dip. Sebastián Alfonso de la Rosa Peláez

Secretarios

Dip. Ana Isabel Allende Cano
Dip. María Teresa Jiménez Esquivel
Dip. Carol Antonio Altamirano

Integrantes

Dip. Lilia Aguilar Gil
Dip. Sue Ellen Bernal Bolnik
Dip. Cristina Olvera Barrios
Dip. Rosa Elba Pérez Hernández
Dip. Laura Guadalupe Vargas Vargas
Dip. Martín Alonso Heredia Lizárraga
Francisco Alfonso Durazo Montaña

CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES
Y DE OPINIÓN PÚBLICA

Director General

Dr. Rafael Aréstegui Ruiz

El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012

Análisis del Proyecto Comparativo
de Elecciones Nacionales (CNEP)

Gustavo Meixueiro
Alejandro Moreno
(coordinadores)

El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012

Primera edición: enero de 2014

D.R. © Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública

Cámara de Diputados / LXII Legislatura

Av. Congreso de la Unión 66

Edificio I, Primer Piso

Col. El Parque

México, D.F.

Tel. 5036-0000 ext. 55237

cesop@congreso.gob.mx

<http://diputados.gob.mx/cesop>

ISBN: 978-607-7919-57-5

J. Guadalupe Cárdenas Sánchez

Diseño de portada

José Olalde Montes de Oca

Formación

Yuritzi Mendizábal

Claudia Ayala Sánchez

Corrección de estilo

Alejandro López Morcillo

Cuidado de la edición

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra —incluido el diseño tipográfico y de portada—, sea cual fuere el medio, electrónico o mecánico, sin el consentimiento por escrito de los editores.

Impreso en México / *Printed in Mexico*

Índice

Prefacio <i>Richard Gunther</i>	9
Introducción. El votante mexicano en 2012 <i>Alejandro Moreno y Gustavo Meixueiro</i>	15
Capítulo I. Bases sociales del voto <i>Alejandro Díaz</i>	41
Capítulo II. ¿Importa el género del candidato?: análisis del efecto de la candidatura de Josefina Vázquez Mota en el comportamiento político de las mujeres <i>Rosario Aguilar</i>	63
Capítulo III. Bases ideológicas y valorativas del votante mexicano y su efecto en el voto. Síntomas de una creciente institucionalización <i>Mariano Torcal</i>	91
Capítulo IV. Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección de 2012 <i>María Fernanda Somuano</i>	117
Capítulo V. Los electores independientes en México en 2006 y 2012 <i>Gustavo Meixueiro</i>	141

Capítulo VI. Intermediarios políticos y comportamiento electoral en México: dime con quién hablas y te diré por quién votas <i>Gerardo Maldonado</i>	173
Capítulo VII. El papel mediador de la conversación política en la generación de participación política: evidencias desde una perspectiva generacional comparativa <i>Carlos Muñiz y Victoria Isabela Corduneanu</i>	201
Capítulo VIII. Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas <i>Manuel Alejandro Guerrero, Eduardo Rodríguez-Oreggia y Carlos Machuca</i>	229
Capítulo IX. Exposición a medios de comunicación y participación electoral <i>Benjamín Temkin y Georgina Flores-Ivich</i>	265
Capítulo X. Comportamiento político y migración <i>Sergio C. Wals</i>	281
Capítulo XI. El malestar democrático en México <i>Alejandro Moreno y Shannon K. O'Neil</i>	317
Conclusiones <i>Gerardo Maldonado, Alejandro Moreno y Gustavo Meixueiro</i>	325
Apéndice 1	335
Apéndice 2	339
Bibliografía	369
Acerca de los autores	401

Prefacio

*Richard Gunther**

Este libro ofrece un excelente análisis de la elección presidencial en México en 2012. En el volumen se identifican a los sectores del electorado mexicano que dejaron de apoyar al Partido Acción Nacional (PAN), luego de seis años de gobierno de Felipe Calderón, y dieron un apoyo decisivo a la candidatura triunfante de Enrique Peña Nieto, del Partido Revolucionario Institucional (PRI). En el libro se analizan varios factores que derivaron en la insatisfacción ciudadana con el desempeño del partido gobernante y que contribuyeron a la alternancia en el gobierno. Destacan, en particular, la inseguridad ciudadana como producto del aumento de la violencia relacionada con la guerra contra los cárteles de la droga, la situación económica derivada de la crisis financiera internacional desatada en 2008, y la persistencia de la corrupción en el país. En este sentido, el libro es rico en datos y en perspectivas de análisis que realzan el propósito de las encuestas y de los estudios nacionales electorales, los cuales permiten plantear explicaciones del comportamiento del electorado y del resultado de la contienda electoral.

* Profesor Emérito, Ohio State University.

Pero ciertamente este libro va más allá, en muchos sentidos, de los objetivos que suele plantearse la mayoría de los “estudios de una elección”. La adopción de un diseño de investigación riguroso y estandarizado, así como el uso de un mismo cuestionario que se ha aplicado en dos elecciones presidenciales, permite un mejor entendimiento de la evolución de la conducta electoral en México durante un periodo crucial para la democracia en el país. Desde esta perspectiva temporal, la conclusión principal apunta a la institucionalización y la consolidación del sistema mexicano de partidos. A su vez, el enfoque en la “intermediación” política que caracteriza al Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP) ilustra los microprocesos que subyacen a la consolidación del sistema de partidos a un nivel macro. La inclusión de la batería de preguntas del CNEP relativas a las actitudes hacia la democracia y la participación ciudadana también ofrece evidencia y explicaciones acerca de un cambio que parece menos afortunado para el sistema político mexicano: el declive en la satisfacción con y el apoyo a la democracia. Este cuestionario y los métodos de análisis que se emplean en el libro han sido probados en otros 18 países participantes en el CNEP en cinco continentes, lo cual hace posible situar a México en una perspectiva comparada, e insertar a este país en un esfuerzo internacional para realzar las teorías de las ciencias sociales concernientes a la conducta electoral y la consolidación democrática.

La historia que mostraron los encabezados periodísticos acerca de la elección de 2012 es una historia de cambio, la derrota del partido gobernante y el regreso del PRI al poder; pero acaso la historia más interesante surge de los rigurosos análisis desarrollados en este volumen: la consolidación del sistema mexicano de partidos. Uno de los aspectos de este proceso implica el marcado apoyo electoral que distintos segmentos de la sociedad mexicana dan a los principales partidos políticos, como se documenta en el capítulo de Alejandro Díaz Domínguez, “Las bases sociales del voto”. En las dos últimas elecciones, el PRI dio muestra de que tiene un apoyo consolidado entre votantes de mayor edad, con menor nivel de escolaridad, más religiosos y que residen en zonas rurales, mientras que la principal base de apoyo al Partido de la Revolución Democrática (PRD) se encuentra entre los votantes jóvenes, urbanos y seculares, particularmente en la Ciudad de México. Si bien los electorados del PRI y PAN son religiosos, éstos difieren en cuanto a sus

niveles de escolaridad, ingreso y residencia urbana. La más importante diferenciación sociodemográfica se observa entre los seguidores del PRD y aquellos que apoyan a esos dos partidos ubicados en posiciones de centro-derecha. El anclaje de las lealtades partidarias en clivajes sociales de este tipo es, como se mostró en el estudio clásico de Lipset y Rokkan (1967), una fuente de estabilidad electoral en el tiempo, acaso para las próximas décadas.

Otra característica de la consolidación del sistema mexicano de partidos es el aumento notable del uso y reconocimiento del continuo izquierda-derecha, considerado como un recurso heurístico en las decisiones de voto. Como han mostrado algunos estudios comparativos previos (ver Moreno, en prensa; Costa Lobo, Bellucci, Gunther y Lisi, en prensa), los electores mexicanos denotaban un bajo nivel de conciencia acerca de la terminología y las orientaciones de izquierda y derecha, lo cual reflejaba la deliberada ambigüedad ideológica que el PRI como partido dominante logró imprimir durante décadas. Luego de doce años desde la alternancia en el Poder Ejecutivo y de experimentar una fuerte oposición y competencia electoral con una opción claramente de izquierda, el nivel de reconocimiento del espectro izquierda-derecha ha crecido sustancialmente: la proporción de entrevistados a nivel nacional que no lograba ubicarse en el continuo ideológico de izquierda y derecha se redujo de 44% en 2006 a solamente 10% en 2012. A su vez, la autoubicación ideológica de izquierda y derecha emerge del análisis multivariado realizado por Mariano Torcal (en su capítulo, “Bases ideológicas y valorativas del votante Mexicano y su efecto en el voto”) como uno de los determinantes significativos del voto por el PRD. El nivel de volatilidad electoral entre las elecciones de 2006 a 2012 fue modesto pero alto, con un promedio neto de 17% del voto que cambió de un partido a otro); no obstante, sólo 3% de éste fue volatilidad inter-bloques. En otras palabras, el porcentaje del voto que se emitió por partidos de la izquierda vs. partidos de la derecha no cambió mucho de una elección a otra. Este anclaje ideológico del partidismo es otra fuente importante de la estabilidad electoral y de la consolidación del sistema de partidos.

La contribución más distintiva del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales a la literatura comparada sobre comportamiento electoral es el renovado interés en los procesos de intermediación política, esto es, en cómo se adquiere la información de campañas políticas a

través de los medios de comunicación, de asociaciones secundarias y de las discusiones personales con amigos, familia, vecinos y compañeros de trabajo. Estos procesos de intermediación habían ocupado un lugar central en los enfoques y análisis de los estudios pioneros sobre comportamiento electoral basado en evidencia de encuestas, desarrollados por Paul Felix Lazarsfeld y sus colegas en la Universidad de Columbia en los años cuarenta, pero fueron desplazados o ignorados en las siguientes cuatro décadas. Sin embargo, desde los años noventa constituyen una de las contribuciones teóricas más identificadas con la agenda de investigación del CNEP al comportamiento electoral. Con base en este marco analítico, Gerardo Maldonado (en su capítulo “Intermediarios políticos y comportamiento electoral en México”), ofrece clara evidencia de los microprocesos que apuntalaron las decisiones de voto en 2006 y 2012. En su capítulo se documenta un aumento sustancial en la discusión que los mexicanos sostienen cara a cara con otras personas sobre asuntos políticos; según los datos, la proporción de entrevistados que dijo no discutir sobre política en su entorno personal registró un descenso de 36 a 13%. Pero con esto también se plantea otra explicación de por qué el voto por el PRD fue tan estable de una elección a otra, y es que hubo un alto grado de homogeneidad en la opinión política de aquellos que votaron por ese partido político, mientras que los electores del PAN y PRI se enfrentaron mayormente a opiniones contrarias a las suyas en el curso de sus discusiones sobre política. En suma, la estabilidad del voto se relaciona con la homogeneidad o heterogeneidad de los flujos de información entre los interlocutores y personas con las que se habla de política, de manera que los contactos interpersonales se politizaron más y acorde con las diferencias partidarias.

El efecto neto de todos esos cambios —el aumento en la marcada estructura social de las preferencias partidistas, el mayor anclaje ideológico del voto y la politización partidaria de las comunicaciones políticas interpersonales— ha sido la evolución hacia la consolidación del sistema mexicano de partidos, lo cual se nota de manera clara en el apoyo al PRD. Todo esto se refleja también en un mayor impacto en el voto de los factores relativamente estables considerados como de largo plazo (los clivajes socioestructurales, la ideología y la identificación partidista), que se explican en la introducción del libro, y en el declive respectivo de los factores de corto plazo, tales como las actitudes hacia los candi-

datos. El análisis multivariado que realizan Alejandro Moreno y Gustavo Meixueiro en la introducción revela que en 2012 las actitudes hacia los candidatos “explicaban” solamente 8% de la varianza en el voto (medida por la contribución incremental en la pseudo R^2 de Cox y Snell), mientras que un análisis idéntico de los determinantes del voto en 2006 reporta que hasta 20% de la varianza era explicada por este mismo factor de corto plazo (Costa Lobo, Bellucci, Gunther y Lisi, en prensa). Esta consolidación electoral es algo sorprendente dados los orígenes del PRD como un partido de movimiento social (Gunther y Diamond, 2003); es probable que la estabilidad continua del apoyo electoral perredista dependa del comportamiento algo impredecible de sus liderazgos.

Mientras que la institucionalización y la estabilización del sistema mexicano de partidos pueden ser consideradas como un desarrollo positivo, el cambio en las actitudes hacia la democracia no lo es. En el capítulo de Alejandro Moreno y Shannon O’Neil se presenta evidencia de un creciente “malestar democrático” en México. Ambos autores reportan que el apoyo popular a la democracia disminuyó (de 47 a 30% en una medición estándar); que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia se ha erosionado (con un aumento en la proporción de entrevistados que dicen no estar satisfechos de 42 a 70%); y un aumento en la proporción de mexicanos que creen que la democracia “tiene problemas mayores” o que México “no es una democracia” de 33 a 62 por ciento.

Esta excelente publicación editada ofrece un riguroso análisis de varios aspectos centrales de la política democrática en México. Se trata de un análisis de alta calidad de los determinantes del resultado de la elección 2012 a un nivel del electorado masivo, pero es mucho más que eso. La amplia perspectiva de su diseño de investigación hace posible una reveladora mirada a los microprocesos que subyacen en la estabilización del comportamiento electoral y la consolidación del sistema de partidos, pero también de la perturbadora erosión de algunas de las bases actitudinales de la legitimidad democrática en el país.

Introducción. El votante mexicano en 2012

Alejandro Moreno y Gustavo Meixueiro

La elección presidencial de 2012 en México finiquitó doce años de administraciones panistas, devolvió al PRI a los Pinos y dejó a la deriva el segundo intento del izquierdista, Andrés Manuel López Obrador, por ganar la Presidencia. ¿Qué razonamientos emplearon los electores para definir su voto? ¿Qué factores pesaron en el apoyo electoral a una u otra opción política? ¿Qué lecciones nos deja esta elección para entender de una manera más cabal los patrones de votación y las coaliciones electorales en México?

En la elección presidencial de 2012, los tres principales contendientes sumaron casi el 97% de los votos válidos, logrando cada uno más de una cuarta parte del total. Enrique Peña Nieto, candidato de la coalición del PRI y el Partido Verde, obtuvo el 39.2% de los votos válidos; Andrés Manuel López Obrador, candidato de la coalición del PRD, PT y Movimiento Ciudadano, el 32.4%; y Josefina Vázquez Mota, candidata del oficialista PAN, el 26.1%. Gabriel Quadri, abanderado de Nueva Alianza, obtuvo el 2.3% restante. La presencia del voto nulo, que en los comicios legislativos de 2009 llegó a 5.4%, fue de 2.5% en esta ocasión. En 2012 votaron 50 millones 143 mil 616 mexicanos, registrando una participación del 63% de la lista nominal de electores.

Este es un libro acerca de cómo votaron y cómo se informaron los mexicanos en la elección presidencial de 2012. Se basa fundamentalmente en la evidencia de la encuesta nacional poselectoral del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés), que en éste año se llevó a cabo en colaboración con el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (CESOP). El CNEP es un proyecto de investigación por encuestas diseñadas para comprender y explicar el comportamiento electoral desde una perspectiva comparativa (ver Gunther, Montero y Puhle, 2007). La encuesta en México se realizó en julio de 2012 a 1,600 mexicanos adultos en todo el país y es la continuación del proyecto CNEP México que dio inicio con las elecciones presidenciales de 2006 (Moreno y Fuentes-Beráin, 2006). El libro se compone de once capítulos preparados por diversos expertos en comportamiento electoral y en comunicación política, tanto nacionales como internacionales. Los análisis se basan en la encuesta de 2012, pero en varios capítulos se hace referencia al estudio de 2006, de manera que se pueden apreciar patrones de continuidad y cambio.

Además de utilizar la misma fuente de datos, los capítulos también están vinculados entre sí por una razón de carácter teórico, ya que siguen un esquema de análisis común establecido por los coordinadores del libro. Dicho esquema refleja las explicaciones del voto derivadas de una amplia literatura que tiene como factor común el llamado “embudo de la causalidad”. Basado en buena parte en el paradigma psicosocial de la Universidad de Michigan que analizaba originalmente al votante americano (Campbell *et. al.*, 1960), este esquema se ha aplicado en muchos otros contextos hasta el día de hoy y es común encontrarlo en estudios sobre el votante europeo (Thomassen, 2005), el votante latinoamericano (Telles y Moreno, 2013) y los votantes de diversos países o regiones que crecientemente se observan a través de encuestas comparativas como el CNEP.

El argumento del embudo de la causalidad establece que el voto es el último eslabón, el acto político final, de una serie de factores o causas que le preceden, y que van de lo más amplio y general a lo más específico y particular —de ahí la alegoría del “embudo”. El esquema hace diferencia entre factores de largo y corto plazos. Entre los factores de largo plazo están aquellos que tienen que ver con las características so-

cioeconómicas y demográficas de los electores: la región donde viven, su grupo racial, étnico o lingüístico, si residen en contextos urbanos o rurales, su sexo, su edad, su nivel de escolaridad, su ocupación o inserción en el mercado laboral, la clase social o nivel económico al que pertenecen, y otros factores demográficos que diferencian a los votantes de una manera sociológica. A este conjunto de factores se les suele ver, precisamente, como las bases sociales del voto y componen las explicaciones primordialmente estructurales del comportamiento electoral. La perspectiva sociológica fue muy importante para comprender la naturaleza del voto europeo durante buena parte del Siglo 20, donde se marcaban claras asociaciones entre los rasgos sociales de los votantes y su apoyo partidario (Lipset, 1959). Tal asociación no era accidental, sino resultado de las divisiones generadas por procesos históricos de cambio político, socio-cultural y económico, así como de la forma en que los partidos y sus asociaciones aliadas —como sindicatos o iglesias, por mencionar algunas— movilizaron dichas divisiones en busca de un apoyo electoral estable (Lipset y Rokkan, 1967).

La articulación de demandas en programas e ideologías que vincularan a los votantes con los partidos políticos resulta crucial para esa movilización. Por ello, en el esquema del embudo de la causalidad, el factor ideológico sigue al factor estructural. Para entender el apoyo partidario no bastaba poner atención a la clase social, la religión o la región, por ejemplo, sino también a los intereses que éstas representan y a la manera en que se articulan dichos intereses en un eje de conflicto político-electoral. Dichos intereses suelen resumirse en etiquetas ideológicas como capitalista o socialista, derecha o izquierda, conservador o progresista, o cualquiera que fuere el conflicto dominante en un país en un momento dado. Los estudios de voto en Europa de la primera mitad del Siglo 20 mostraban una clara relación entre ser miembro de la clase trabajadora y votar por un partido socialista, por ejemplo, además de una correspondiente ideología de izquierda. Hacia la segunda mitad del Siglo 20, sin embargo, la evidencia de encuestas comenzó a mostrar un debilitamiento del impacto de la clase social en el voto (Inglehart, 1977; Flanagan y Dalton, 1984), y una revaloración acerca del peso de los factores estructurales en el comportamiento electoral. No obstante, las diferencias lingüísticas, regionales, y religiosas prevalecen y continúan teniendo un peso político muy importante hoy en día. Basta mirar la

influencia de los factores lingüístico-regionales en Bélgica o en India, o los factores étnicos y raciales en Estados Unidos o Sudáfrica.

En el esquema del embudo de la causalidad, la ideología se suma a las bases sociales del voto como un factor de largo plazo. Si bien los partidos y los electores pueden adaptar su oferta programática y sus demandas en el tiempo, la ideología en sus aspectos cognitivo y afectivo tiende a ser duradera. El conflicto entre izquierda y derecha, por ejemplo, se ha ido reformulando a lo largo del tiempo, cambiando de héroes y adoptando nuevos temas, pero aún podemos rastrear sus vínculos con los conflictos marxistas del Siglo 19, o con los debates en torno al Estado de Bienestar de la primera mitad del Siglo 20. Si bien han adoptado posturas en nuevos temas, las opciones de izquierda mantienen generalmente un carácter económicamente redistributivo.

Otro factor de largo plazo que se suma a las variables estructurales e ideológicas es la identificación partidista, concepto desarrollado por los investigadores de la Universidad de Michigan en la década de 1950, pero ciertamente visible como noción en discusiones previas sobre la naturaleza de la opinión pública (Bryce, 1888). La identificación partidaria es un rasgo psicológico afectivo hacia los partidos o grupos políticos, y tiende a ser duradero por diversas razones. Una de ellas, acorde con el planteamiento original de la escuela de Michigan, es la socialización política. Los electores se socializan políticamente en ambientes que pueden ser de apoyo o rechazo a un partido político específico y, por ello, son altamente probables de internalizar la identidad partidaria prevaleciente en su ambiente social o familiar. Para los investigadores de Michigan, la identificación partidaria va incluida en la transmisión de valores políticos de padres a hijos en el proceso de socialización política temprana. Otra razón es la socialización o internalización posterior: el individuo se enfrenta al acto de votar varias veces durante su vida política, lo cual puede llegar a fortalecer un sentido de lealtad hacia alguno de los partidos (Pierce, 1995). En ambos sentidos, la identidad o la lealtad partidaria son factores de largo plazo, en tanto que definen una personalidad política duradera —verse a sí mismo como priista, panista o perredista— y no solamente un estado de ánimo o una opinión cambiante. La identificación partidista ha probado ser, de hecho, una de las actitudes políticas más estables de los individuos no sólo el contexto americano, sino también en el mexicano (Moreno, 2003). Se suman,

pues, como factores de largo plazo, los rasgos sociales o estructurales, las orientaciones ideológicas y las identidades partidarias duraderas.

En contraste, los factores de corto plazo son generalmente opiniones o apreciaciones que inclinan a un votante a apoyar a una opción política “dadas las circunstancias”, es decir, bajo una coyuntura específica en un momento dado. Más allá de las identidades o pertenencia de grupo duraderas, el votante que se guía por factores de corto plazo considera “cómo están las cosas”, “cuáles son los temas importantes”, “qué información hay disponible”, “quiénes son los candidatos”, “qué se dice o qué sucede durante las campañas”. El voto refleja, en ese sentido, consideraciones recientes que son comúnmente influenciadas por el flujo de información, por los procesos de la comunicación política. Por supuesto, esas consideraciones pueden estar influidas por la ideología o por el partidismo, y simplemente ser un reflejo de éstos. No obstante, los factores de corto plazo pueden llegar a pesar más entre los electores que no tienen una identidad partidaria o ideológica bien definida, entre los llamados independientes o moderados. Los esfuerzos de las campañas electorales suelen dividirse entre la tarea de fortalecer y ratificar a los partidarios leales y la de persuadir a los electores no comprometidos, a los que están esperando ver qué se dice y qué se hace en las campañas para decidir su voto. Los factores de corto plazo pueden influenciar a todos, pero fundamentalmente se espera que sean más importantes entre los electores menos anclados en factores estructurales, ideológicos o partidarios. De hecho, la expectativa teórica ha sido que la modernización debilitara a los factores de largo plazo y diera mayor centralidad a los de corto plazo, pero no siempre ha sido el caso (Thomassen, 2005).

Entre los factores de corto plazo más comunes de los estudios electorales están las evaluaciones al gobierno en turno —la aprobación al gobernante, por ejemplo— y los juicios retrospectivos acerca de la economía, o acerca del desempeño del gobierno en un tema o asunto de interés público. Los temas o asuntos más visibles en una elección son vistos como factores de corto plazo. Lo son también el flujo de información de las campañas, los intentos de los partidos por persuadir al votante a través de sus mensajes y contactos, y, finalmente, la imagen que el votante se hace de los distintos candidatos. La opinión acerca del candidato es el último factor en el embudo de la causalidad, el último eslabón, el elemento que precede al voto. La imagen que el votante

tiene o se hace de un candidato ya lleva reflejadas sus predisposiciones ideológicas y partidarias, sus prejuicios y sus juicios, sus evaluaciones y sus consideraciones, todas ellas resumidas en un razonamiento final: me gusta o no me gusta el candidato, lo veo capaz o no, es la persona más conveniente o no.

Los factores de largo plazo significan al voto como un acto de confirmación de identidades políticas: “voto por mi partido”; los factores de corto plazo, en contraste, implican una decisión tomada durante las campañas: “¿por quién votar?” (Evans, 2004). El embudo de la causalidad implica que cada factor previo es una causa potencial de los factores subsiguientes. La estructura social determina en buena medida la ideología y el partidismo, los cuales a su vez influyen las opiniones, evaluaciones, juicios y percepciones que los votantes se hacen en un ambiente electoral. Sin embargo, la causalidad invertida puede estar también presente. Las campañas y los resultados de las elecciones pueden llegar a modificar los balances de identidad partidaria entre el electorado (Moreno 2003), mientras que las percepciones de un mal desempeño económico también pueden debilitar el sentimiento afectivo partidista entre los seguidores del partido gobernante (Fiorina, 1981). Pero lo cierto es que las campañas y las circunstancias de una elección reflejadas en el flujo informativo suelen mover los factores de corto plazo, guiarlos, orientarlos, definirlos. Por ello la importancia de la comunicación política y su entendimiento.

El embudo de la causalidad no solamente permite comprender el voto y lo que le antecede, sino también diferenciar entre diversos tipos de votantes. Según la encuesta CESOP-CNEP México 2012, el 55% de los electores dijo que su voto lo había decidido desde antes de las campañas electorales, muchos de ellos argumentando que siempre votan por el mismo partido. Pero el 45% restante manifestó haber definido su voto durante las campañas, e incluso el 15% dijo haber decidido el mismo día de la elección. Como sería de esperarse, los que definieron su voto desde antes de las campañas son más partidarios que los que decidieron su voto durante los tres meses previos a los comicios. Según la encuesta CESOP-CNEP, 73% de quienes decidieron desde antes se identifican con alguno de los partidos políticos, mientras que el 27% restante no se identifica con ninguno. En contraste, entre quienes decidieron su voto durante las campañas, el 47% dijo identificarse con algún partido,

pero el 53% no tiene una identificación partidaria. El anclaje partidista es mucho menor entre los electores que se esperaron a las campañas para decidir su voto.

¿Qué más nos dice la encuesta CESOP-CNEP acerca del votante mexicano en 2012? Veamos brevemente la asociación que hubo entre el voto y los factores de largo plazo, comenzando por las variables estructurales. La evidencia de la encuesta indica que el voto femenino tuvo un efecto modesto a favor de la candidata del PAN. El candidato de la izquierda tuvo un desempeño ligeramente mejor entre los menores de 30 años (el electorado joven) así como entre los mayores de 50 (el electorado de mayor edad). El voto católico benefició claramente a Enrique Peña. Sin embargo, los votantes dividieron marcadamente sus votos entre PRD y PAN dependiendo de la frecuencia con la que asisten a servicios religiosos: el electorado más religioso, el que más va a la iglesia, favoreció a la candidata del PAN, mientras que el electorado más secular se manifestó a favor del candidato de izquierda.

La escolaridad tuvo un efecto aún más notable que esas variables, dividiendo el voto claramente en un campo favorable a Peña entre los mexicanos con bajos niveles de estudios, y un campo favorable a López Obrador entre los mexicanos con mayores niveles de escolaridad. Considerando solamente a quienes reportaron tener estudios universitarios, López Obrador obtuvo el 43% de los votos en ese segmento, frente al 33% que obtuvo Enrique Peña y 21% de Vázquez Mota. Por el contrario, los mexicanos sin estudios universitarios (la gran mayoría) votaron en un 52% por Peña, 29% por López Obrador y 17% por la panista. La brecha del voto universitario a favor de la opción de izquierda fue de 10 puntos sobre el candidato del PRI. Por otro lado, el priista obtuvo más del 60% de los votos entre los electores que reportaron no tener ningún tipo de estudios.

Aunque con un efecto más modesto, la clase media también fue más favorable a López Obrador que las clases populares, quienes apoyaron más sólidamente a Enrique Peña. El voto rural denota en esta elección pocas diferencias, en todo caso favoreciendo tanto a Peña como a la izquierda, en detrimento del PAN. Finalmente, la elección de 2012 confirma una fuerte regionalización del voto en México, con diferencias importantes del voto en los estados del norte, el Bajío y el sur, cuyos bipartidismos locales influyen los resultados nacionales. Para mues-

tra está uno de los bastiones de la izquierda, la Ciudad de México, que votó, según la encuesta CESOP-CNEP 2012, en un 70% por López Obrador. El voto restante favoreció a Peña en razón de 2 a 1 sobre Vázquez Mota. Si bien el DF luce como un sólido escenario de la izquierda, parece también una plaza volátil. En 2006, la encuesta CNEP mostraba un apoyo de 54% a López Obrador en la capital, en segundo sitio al candidato del PAN, Felipe Calderón, en razón de dos y medio votos a uno sobre el candidato del PRI, Roberto Madrazo. En esa misma elección, el 10% de los capitalinos entrevistados dijeron haber votado por la candidata social-demócrata, Patricia Mercado, votos que muy probablemente sus-trajo del campo izquierdista que de otra manera hubiera optado por López Obrador.

Considerando ahora el factor ideológico, el estudio indica que 82% de los entrevistados se ubicó a sí mismo en una escala de 10 puntos de izquierda-derecha. El 18% restante dijo no estar familiarizado con dicha escala. De los que sí se ubicaron en la escala, el 13% lo hizo en la extrema izquierda y el 19% en la extrema derecha. De acuerdo con la encuesta, los electores en la extrema derecha (el punto 10 de la escala) votaron en un 68% por el priista Enrique Peña, un 23% por la panista Josefina Vázquez Mota, y solamente en 9% por López Obrador. Por el contrario, los electores que se ubicaron en la extrema izquierda (el punto 1 de la escala), votaron en un 72% por el candidato perredista, 16% por el priista y 9% por la panista. Esta distribución de votos según la orientación ideológica denota con claridad la importancia del conflicto izquierda-derecha en el país, el cual en 2012 tuvo al PRI y a López Obrador como sus polos en discordia —en 2006 había sido el mismo izquierdista pero frente al PAN (Moreno, 2009).

Del factor partidario, la encuesta nos dice que el 57% de los entrevistados dijo identificarse con alguno de los partidos políticos, mientras que 43% no se identificaba con ninguno. En el balance de partidistas, los priistas sumaban 32%, los panistas 11%, los perredistas 14% y los seguidores de otros partidos no llegaban al 1%. Desagregando esos porcentajes por partidistas fuertes, aquellos que dicen ser muy partidarios, el PRI registró un 16%, el PAN 5% y el PRD 6%. Ese voto duro y comprometido representa alrededor de una cuarta parte del electorado general y suele ser, como es de esperarse, un voto garantizado para los partidos y sus candidatos. Los partidarios blandos también son altamente proba-

bles de votar por su respectivo partido, pero su grado de deserción ha sido un poco más notable en las elecciones. Según los resultados de la encuesta, el 91% de los priistas votó por Enrique Peña para presidente, mientras que el 88% de los perredistas lo hizo por López Obrador.

El nivel de deserción más alto observado en esta elección lo sufrió la candidata panista, al atraer solamente al 74% del voto de los panistas. La deserción panista votó principalmente a favor de Peña, a razón de dos y medio votos a uno respecto a López Obrador (17% vs. 6%). Para complementar esta descripción, los independientes y apartidistas dividieron su voto casi por igual entre los candidatos punteros: 39% optó por Peña y otro 39% por el candidato de izquierda. El 18% restante votó a favor del PAN y 4% por Nueva Alianza. Al ser esta una encuesta poselectoral, es posible que el estudio sobrerreporte ligeramente al ganador de los comicios, en este caso Enrique Peña. Como muestra la encuesta de salida que el periódico *Reforma* publicó el 2 de julio de 2012, un día después de la elección presidencial, 41% de los independientes votó por López Obrador, 32% por Peña, 22% por Vázquez Mota y 5% por Quadri. Como puede verse, el candidato de la izquierda tuvo una cierta ventaja entre los independientes.

La asociación entre el partidismo y el voto es muy clara en todas estas cifras, pero también es fascinante ver cómo los electores apartidistas terminan distribuyendo sus preferencias. Ahí radica gran parte del entendimiento apropiado de una elección. Peña Nieto llegó al 2012 con una base muy superior a la de sus contendientes, con un 32% de partidarios y sumando, al final, el 39% de los votos. López Obrador, en contraste, llegó con una base no mayor al 15% de partidarios y obtuvo poco más del doble en votos: 32%. ¿Qué influyó para que esto fuese así? Además, ¿por qué la candidata del partido gobernante quedó desplazada al tercer lugar? Veamos la asociación del voto con los factores de corto plazo en busca de posibles respuestas.

Según lo visto a través de las encuestas pre-electorales que se publicaron en diversos medios durante las campañas de 2012, López Obrador fue quien más adeptos ganó durante el proceso electoral y Vázquez Mota la que más seguidores perdió. A primera vista, esto indicaría que cualesquiera que hayan sido los efectos de las campañas, el candidato de la izquierda parece haber movilizadado más votos a su favor. La encuesta CESOP-CNEP 2012 indica que el interés en las campañas, así como el interés en la

política más ampliamente hablando, fueron elementos que sí estuvieron asociados positivamente con el voto izquierdista, aunque fuese modestamente. Todo esto da pauta a pensar que la información de las campañas importó, y que fue particularmente favorable a la izquierda, aún y cuando ésta se quedó corta en votos al final para poder ganar la elección.

La encuesta CESOP-CNEP está diseñada en buena parte para captar procesos de información e intermediación política, poniendo atención a los diversos canales que el votante tiene a su disposición para informarse de las elecciones y sus candidatos, así como para discutir con otros acerca del acontecer político. El estudio muestra, por ejemplo, una asociación positiva entre los intentos del elector de persuadir a otros y el voto izquierdista. Por el contrario, el voto priista era más nutrido entre los electores que menos esfuerzos hacían para persuadir a otros. La división entre Peña y López Obrador parece basada en un electorado apático y menos informado a favor del priista, y uno más involucrado y más informado políticamente a favor del izquierdista.

La encuesta arroja una asociación modesta pero observable entre los patrones de consumo de información en ciertos medios y el voto. El voto por López Obrador, por ejemplo, se fortalecía en la medida en que los electores eran consumidores más frecuentes de información de periódicos y radio, o usuarios más intensos de Internet y redes sociales. El perredista ganó incluso más votos que Peña entre éstos últimos, los internautas. Por el contrario, el voto peñista probó ser más fuerte entre quienes seguían las noticias principalmente por televisión. El uso de medios de comunicación se diferenció claramente entre los principales campos políticos de 2012: una audiencia predominantemente televisiva y pro-Peña frente a usuarios de redes sociales favorables principalmente a López Obrador (ver Moreno y Díaz Domínguez, 2013).

Las conversaciones cotidianas fueron otro aspecto importante. El candidato de la izquierda tuvo un mejor desempeño entre aquellos electores que discutían con mayor frecuencia los asuntos electorales con sus amigos y compañeros de trabajo. Según la encuesta CESOP-CNEP, Peña Nieto y López Obrador obtuvieron porcentajes similares de voto entre aquellos que conversaban más de política con diversas personas, pero Peña obtuvo ventajas de entre 10 y 20 puntos porcentuales entre aquellos que se mantenían al margen de la discusión o de las conversaciones sobre la coyuntura electoral.

Esto no quiere decir que los seguidores de Peña Nieto fueran absolutamente apáticos. La encuesta deja ver que el candidato priista tuvo mucho mayor apoyo entre aquellos electores que reportaron tener una mayor participación en mítines políticos (más movilizados) o que dicen haber trabajado para un partido político durante las campañas. En contraste, los electores que dijeron haber participado en alguna manifestación o protesta eran más probables de haber votado por López Obrador, según reporta el estudio. Como parte de sus indicadores de campaña, la encuesta CESOP-CNEP midió el grado en que los electores estuvieron expuestos a los contactos de los partidos y sus candidatos a través de visitas personales, correo postal, correo electrónico, llamadas telefónicas y mensajes de texto. Según lo medido con la encuesta, el candidato del PRI tuvo una mayor cobertura de contacto directo, con un 38%, seguido por la candidata del PAN, con 17%, y del PRD, con 16%.

No obstante, los contactos de Vázquez Mota y de López Obrador parecen haber redituado un poco más que los de Peña, ya sea para atraer nuevos votos o para ratificar a los seguidores. Los electores que reportaron haber sido contactados por la campaña de López Obrador a través de alguno de los medios mencionados anteriormente, votaron en un 43% por él; los que no fueron contactados le apoyaron en un 29%. La brecha favorable del contacto para el candidato de izquierda fue de 14 puntos. En el caso de Vázquez Mota, la brecha favorable entre los contactados por su campaña y los no contactados fue de 8 puntos. En contraste, Peña registra una brecha negativa de 5 puntos, con aquellos que no fueron contactados resultando más favorables a su candidatura que aquellos que sí lo fueron. Curiosamente, López Obrador salió más beneficiado entre los electores que fueron contactados por las campañas del PAN y del PRI.

Como se dijo previamente, los factores de corto plazo incluyen las evaluaciones y juicios que los electores se hacen acerca del gobierno y la situación actual. Según la encuesta CESOP-CNEP, la aprobación al trabajo del Presidente Calderón (60%) se relacionaba positivamente con el voto panista y negativamente con el voto de izquierda, pero mostró una débil relación con el voto priista. De hecho, Peña casi logró empatar a Vázquez Mota entre los que dijeron aprobar “totalmente” al Presidente Calderón, y le ganó entre aquellos que aprobaban “algo” su trabajo. El peso de la aprobación presidencial fue modesto en el voto por el PAN,

si se le compara con el efecto que la aprobación a Fox tuvo seis años antes en el apoyo a Calderón como candidato blanquiazul. Según la encuesta de salida de *Reforma* antes mencionada, en 2012 el voto de los que aprobaban la labor de Felipe Calderón como Presidente se dividió en partes iguales entre Peña y Vázquez Mota, 36 y 37%, mientras que el 25% optó por López Obrador. La encuesta de salida del mismo diario publicada en julio de 2006 mostró otro panorama: 51% de quienes aprobaban al Presidente Fox votaron por el candidato del PAN, y 26% por el candidato de la izquierda. La ventaja de aprobación para el partido gobernante en 2006 fue de 25 puntos, pero en 2012 solamente de 1 punto. Por qué la candidata panista no se benefició de la aprobación presidencial es una pregunta que queda pendiente y que no es fácil responder con datos de encuesta, pero ciertamente la encuesta documenta un fenómeno que requiere explicación, si es que la aprobación presidencial realmente es un activo político para el partido gobernante. En 2000, la encuesta de salida de *Reforma* mostró un apoyo de 47% para el priista Francisco Labastida entre los electores que aprobaban la labor del Presidente Zedillo, superando apenas por 9 puntos a Fox, quien obtuvo el 38% de votos en ese segmento.

La popularidad presidencial no parece una garantía de apoyo electoral al partido gobernante en México, pero si debiera significar cierta ventaja. ¿Qué hay acerca de las evaluaciones en temas más específicos como la economía o la seguridad? Como sería de esperarse, las opiniones negativas acerca del estado de la economía se tradujeron en votos para el opositor de izquierda, López Obrador, pero los electores con opiniones positivas se dividieron entre la candidata del partido gobernante y el candidato del PRI. En 2012, las percepciones favorables acerca de la economía no le dieron una ventaja a la candidata del partido en el Gobierno —mientras que seis años antes el razonamiento económico fue fundamental para darle a Calderón una ligera ventaja sobre López Obrador (Moreno, 2009b).

Pero en 2012 las evaluaciones relevantes hacia el gobierno también incluyeron los temas de seguridad y crimen organizado, uno de los principales asuntos del Gobierno de Felipe Calderón. Ahí parece haber existido una mayor ventaja para la candidata del PAN entre quienes percibían un buen desempeño del gobierno. En contraste, López Obrador tuvo más apoyo entre los electores que percibían un mal desempeño en

materia de seguridad. El candidato del PRI, no obstante, obtuvo apoyos más o menos parejos entre los electores que compartían uno u otro punto de vista, aunque ligeramente mejor entre los que tenían opiniones negativas. Esto es, precisamente, lo que se esperaría de este tipo de relación entre opiniones y voto. En los temas de pobreza y corrupción, las opiniones de mal desempeño gubernamental se ratificaron como votos al candidato de izquierda, mientras que las opiniones positivas estuvieron asociadas con el voto por la candidata del PAN. De nuevo, el candidato priista parece haber sido ajeno a esos razonamientos, beneficiándose casi igualmente de ambos puntos de vista.

De esta manera, el estudio CESOP-CNEP indica que las opiniones sobre el desempeño del gobierno causaron una fuerte división de votos entre el PAN y la izquierda. No obstante, la contienda más relevante por tratarse de los dos candidatos punteros del 2012 fue entre la izquierda y el PRI. No pareciera que el desempeño gubernamental (incluidas las evaluaciones sobre el gobierno, la economía, la seguridad, la pobreza o la corrupción) haya sido el que alimentara ese conflicto. La polaridad entre PRI y la izquierda parece tener una lógica diferente. ¿Cuál fue? Como ya se mencionó, los campos políticos del PRI y de la izquierda en 2012 parecen configurados en torno a variables como la ideología, la escolaridad y la información, con el electorado más izquierdista, más escolarizado, más informado, más involucrado autónomamente, y más recurrente al Internet y a las redes sociales, siendo más favorable a López Obrador; mientras que el electorado menos escolarizado, menos informado, relativamente más apático, más de derecha y más propenso a informarse por vía de la televisión, siendo más favorable a Enrique Peña.

En 2012, un elemento importante de las campañas que podría contarse entre los factores de corto plazo fue el surgimiento de un movimiento estudiantil con una agenda crítica a los medios y con una postura de rechazo al PRI y su candidato, el denominado #YoSoy132. Este movimiento fue un importante factor de movilización en el proceso electoral, sobre todo del electorado conectado a través de las nuevas tecnologías de información. Las investigaciones que hasta ahora se han hecho al respecto señalan una fuerte asociación entre la opinión que los electores tenían del movimiento estudiantil y el voto: los simpatizantes del movimiento eran mucho más probables de votar por López Obrador,

mientras que los electores que opinaban desfavorablemente del movimiento apoyaban más a Peña Nieto (Moreno y Díaz Domínguez, 2013). La evidencia del CESOP-CNEP confirma esta fuerte asociación. Medida con un termómetro de opinión del 1 al 10, donde 1 es una opinión muy mala y 10 una opinión muy buena, los electores que se ubicaron en el 1 votaron en un 64% por Enrique Peña y en un 3% por López Obrador. En contraste, quienes se ubicaron en el punto 10 votaron en un 72% por el candidato de la izquierda y un 14% por el candidato priista. La opinión acerca del movimiento estudiantil tuvo una casi nula influencia en el voto por la candidata del PAN, comparada con el efecto observado en los candidatos del PRI y PRD, lo cual sugiere que la panista no formaba parte del conflicto definido por #YoSoy132. En 2012, la opinión hacia el movimiento estudiantil fue parte de la principal división política centrada en los candidatos punteros.

Entre otras cosas, las campañas van delineando la probabilidad de triunfo de los candidatos, y la idea que los electores se van haciendo acerca de la utilidad de su voto. En 2012, la encuesta CESOP-CNEP muestra que los panistas y los priistas veían a los candidatos de esos mismos partidos como segunda opción: algunos panistas preferían votar por Peña antes que por López Obrador, en caso de no hacerlo por su candidata; mientras que los priistas favorecerían a Vázquez Mota antes que al candidato de la izquierda. Por supuesto, esto resultaba de menor importancia para los priistas, ya que claramente percibían a su candidato como una opción ganadora. No así para algunos panistas, que, como ya se mencionó, ultimadamente optaron por apoyar a Enrique Peña en las urnas. Algo similar había sucedido en 2006, cuando los priistas que desertaron a su candidato presidencial terminaron apoyando al panista Felipe Calderón, no a López Obrador. El voto estratégico (o voto útil) es, efectivamente, un cálculo de voto influenciado por factores de corto plazo, circunstanciales, particularmente la probabilidad percibida de triunfo del candidato preferido. Además, la evidencia de dos elecciones presidenciales consecutivas nos dice que los priistas ven principalmente al PAN como segunda opción y viceversa, dejando de lado a la opción de izquierda. Esto contrasta con el voto útil de 2000, en la que Fox ganó más votos entre el electorado de izquierda que el mismo Cuauhtémoc Cárdenas (Moreno, 2003).

Finalmente, de acuerdo con el esquema del embudo de la causalidad, la imagen que se hacen los electores acerca de los candidatos

es la antesala del voto. La encuesta CESOP-CNEP 2012 confirma que hay una fuerte asociación entre la opinión que el elector tiene acerca de un candidato y su probabilidad de votar por ése candidato. La panista Josefina Vázquez Mota registró un nivel de opiniones favorables entre el electorado de 45%; el priista Enrique Peña de 61%; el candidato de la izquierda, López Obrador, de 47%, y Gabriel Quadri, de Nueva Alianza, de 18%. Estas opiniones fueron medidas en un termómetro de opinión del 1 al 10, al igual que las opiniones acerca del movimiento estudiantil referidas anteriormente. El impacto de la imagen del candidato no sólo radica en el porcentaje de opiniones favorables o desfavorables totales que éste tiene, sino en cómo estas opiniones se traducen en votos. Por ejemplo, de los electores que opinaban muy bien acerca de la candidata panista (aquellos que se ubicaron en el punto 10 del termómetro de opinión), solamente el 55% le dio su voto. De ahí hacia el punto más bajo de la escala, el porcentaje de voto fue reduciéndose de una manera monotónica, es decir, un menor porcentaje de voto por cada peldaño inferior, hasta llegar al 3% de voto entre los que ubicaron su opinión hacia la candidata en el punto 1. En contraste, Enrique Peña obtuvo el voto del 91% de los que opinaron de él con un 10, y el 20% de quienes lo calificaron con 1. La relación en este caso es monotónica de media escala para arriba, pero no en la parte inferior de la escala, donde el priista sube algunos puntos de votación. Esto quiere decir que Peña se benefició del voto de electores que tenían una mala opinión de él, muy probablemente panistas desertores o independientes anti-izquierdistas.

En su caso, la opinión acerca de López Obrador revela una relación menos monotónica, obteniendo el voto del 85% entre los que le daban una opinión de 10, hasta 26% entre los que le dieron un 7, pero moviéndose hacia arriba y abajo en el resto de la escala. El hecho de que no obtuviera más votos en su punto más alto de popularidad también es sintomático acerca de algunos electores mexicanos, quienes simpatizaban con el líder izquierdista pero no le dieron su voto. También pareciera que López Obrador se benefició del voto de sus simpatizantes, pero también de sectores un poco más adversos a él, probablemente independientes anti-priistas y algunos panistas también repelentes a la candidatura del PRI. Estos datos nos muestran que la imagen del candidato es un importante factor en el voto, pero no bajo una correspondencia perfecta. Los termómetros de opinión captan fenómenos muy

probablemente de coyuntura, de corto plazo, que influyen a los electores en el curso de las campañas.

Modelo causal

¿Qué peso tienen los distintos factores de largo y corto plazo en el voto? Es difícil determinar esto con exactitud, pero una manera de responder a la pregunta es obteniendo medidas de varianza explicada acumuladas, es decir, insertando en una regresión bloques de variables para ver cuánto aumentan la varianza explicada total. La manera de insertar dichos bloques de variables sigue, por supuesto, la lógica del embudo de la causalidad. De esta manera, las primeras variables en insertarse como explicación del voto son las variables sociales o estructurales. Para esto se utilizó un modelo de regresión logística multinomial en la que el voto (por los cuatro candidatos presidenciales) es la variable dependiente (en el análisis realizado se definió el voto por López Obrador como categoría de referencia). Los resultados del modelo multinomial categórico arrojan un conjunto de medidas equivalentes a la R cuadrada, en este caso denominadas pseudo R-cuadradas. Si bien no se trata de la R-cuadrada de una regresión lineal, que se interpreta como el porcentaje de varianza en la variable dependiente que explica el modelo, sí son medidas que se aproximan a esa noción, también llamada bondad de ajuste. Utilizaremos la pseudo R-cuadrada de Cox y Snell, una medida intermedia entre la pseudo R-cuadrada de Nagelkerke, que es un poco más generosa, y la pseudo R-cuadrada de McFadden, que es un poco más exigente, como un equivalente de la varianza explicada del voto.

El modelo de voto puramente estructural arroja una pseudo R-cuadrada de Cox y Snell de .14. Con la advertencia que ya se hizo, esta medición no indica exactamente que el modelo estructural explica el 14% de la varianza total del voto, pero sí nos da una idea de que el poder explicativo de las variables estructurales en su conjunto está por ahí (Nagelkerke, por ejemplo, arroja un .15 y McFadden un .07). Entre las variables estructurales se incluyeron el sexo del entrevistado, la edad, la escolaridad, la clase social, la religión, la religiosidad, si el entrevistado es jefe de hogar, si vive en contexto urbano o rural y la región. En el comparativo entre el voto por Peña Nieto o por López Obrador destacan la región, la religión y la escolaridad como las principales variables

explicativas, en ese orden (de acuerdo con la estadística Wald asociada a sus respectivos coeficientes). El electorado menos escolarizado y más religioso le fue más favorable a Peña Nieto en su comparación de apoyo con López Obrador. Mientras tanto, en el comparativo entre Vázquez Mota y el candidato de izquierda, las principales variables estructurales resultan ser la religiosidad (o frecuencia de asistencia a la iglesia) y la región. López Obrador se benefició de un electorado más secular y principalmente en la región que incluye al Distrito Federal.

La inserción de la escala ideológica de izquierda y derecha al modelo aumenta la pseudo R-cuadrada de Cox y Snell a .26, y esta variable se vuelve la influencia más importante, sobrepasando, por mucho, a las variables estructurales, incluida la región. Esto no quiere decir que la escolaridad, la región o la religiosidad pierdan significancia estadística, pero sí que su efecto es mucho menor que el ejercido por la ideología en el voto. Si nos permitimos interpretar un poco, la capacidad explicativa del modelo puramente estructural aumentó en un 85% al añadir la ideología, al subir de .14 a .26 la pseudo R cuadrada.

La siguiente variable a insertar, acorde con la cadena causal descrita anteriormente, es la identificación partidista. En este caso se incluyeron variables categóricas para señalar a los priistas, panistas y perredistas. Con esta variable, el modelo acumula una pseudo R-cuadrada de Cox y Snell de .58, aumentando la capacidad explicativa en 138%. La identificación partidaria se vuelve el principal factor explicativo del voto, desplazando a la ideología y, por supuesto, a las variables estructurales. No obstante, tanto la escolaridad como la región, así como la ideología, siguen mostrando un efecto estadísticamente significativo en el voto por Peña o por López Obrador, mientras que la ideología también mantiene su significación estadística en el comparativo entre el candidato de izquierda y la candidata del PAN. Con las variables estructurales, ideológica y partidaria, el modelo explica alrededor del 58% de la varianza del voto.

La inclusión de variables de corto plazo la haremos por partes. Primero las variables de desempeño y evaluación de gobierno (aprobación presidencial), incluidas las opiniones retrospectivas sobre la economía, y las opiniones respecto al desempeño gubernamental en los temas de crimen, pobreza y corrupción. Todas estas variables juntas aumentan la pseudo R-cuadrada de Cox y Snell sólo marginalmente, a .59. A pesar

de la importancia que se les da a las evaluaciones de gobierno en la literatura de voto, en la elección de México en 2012 sus efectos son casi nulos cuando se añaden a un modelo precedido por variables estructurales, ideológicas y partidarias, es decir, los factores de largo plazo. Esto no quiere decir que no tengan una fuerte asociación con el voto. Parte de la explicación de su modesta contribución radica en que muchas de estas evaluaciones y apreciaciones están moldeadas o previamente filtradas por la ideología o el partidismo. Los panistas, por ejemplo, suelen decir que la economía y el gobierno van bien, cuando el gobierno es del PAN, independientemente de las condiciones objetivas. Por el contrario, los perredistas suelen decir que las cosas van mal, también a reserva de que la realidad pudiera ser otra. Ninguna de las variables de evaluación resulta estadísticamente significativa, ni siquiera la aprobación presidencial en el voto por Vázquez Mota.

El contacto de las campañas con los electores aumenta la pseudo R cuadrada de Cox y Snell también marginalmente, a .60. El efecto es menor y podría argumentarse que casi nulo. Esto podría interpretarse como cierta incapacidad de los contactos directos de los partidos para persuadir a los votantes. Si bien la literatura sobre comportamiento electoral y efectos de campaña ha encontrado efectos importantes en las elecciones de 2000 y 2006, principalmente mediáticos (Domínguez y Lawson, 2004; Domínguez, Lawson y Moreno, 2009), pareciera que en un modelo acumulativo la capacidad explicativa del contacto directo de las campañas es modesta, una vez que se han ingresado variables como el partidismo y la ideología en la ecuación. Por supuesto, la encuesta CESOP-CNEP es una observación poselectoral y no permite medir los cambios ocurridos durante las campañas como lo permite un estudio tipo panel. Precisamente para medir mejor el efecto de las campañas, parte de la literatura sobre comportamiento electoral en México ha recurrido a diseños de encuesta tipo panel en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 (Lawson y Moreno 2007) y más recientemente en 2012.

Finalmente, al insertar en el modelo los termómetros de opinión de los candidatos presidenciales, la pseudo R cuadrada de Cox y Snell aumenta a .68, mejorando la capacidad explicativa del modelo en 13%. Una vez en el modelo, la imagen de los candidatos resulta ser el factor explicativo de mayor peso, desplazando a la identificación partidista. Pero su contribución a la explicación total del voto es menor, debido a

su lugar en la cadena causal establecida teóricamente bajo la noción del embudo. Esto no quiere decir que la simpatía con algún candidato no tenga influencia en los factores de largo plazo, como los sentimientos partidarios. En las elecciones en México, las candidaturas de Cárdenas en el DF en 1997 y de Fox en 2000 parecen haber generado adhesiones al PRD y al PAN después de las elecciones que ganaron, respectivamente. Asimismo, el apoyo a la candidatura de López Obrador en 2006 y 2012 ha rebasado al partido más nutrido de la coalición de izquierda, el PRD. Así que la causalidad establecida teóricamente puede estar sujeta a revisiones; pero, por lo pronto, y apegándonos al argumento del embudo de la causalidad, la inserción al modelo de la imagen del candidato como última variable nos deja con un poder explicativo de alrededor de 68% de la varianza en el voto. Aún resta un tercio más por explicar, probablemente relacionado con factores no observados o no contemplados en este esquema teórico. Acaso el clientelismo y la compra de votos podrían ayudar a mejorar el modelo. En ese sentido, la encuesta CESOP-CNEP incluyó algunas mediciones al respecto que, sin embargo, en el ejercicio realizado para esta introducción no mostraron efectos significativos. Acaso hay otros factores que ni la sociología del voto, ni los enfoques psicosociales, ni los aspectos racionales han captado a plenitud. A pesar de ello, explicar poco más de dos tercios de la varianza en el voto es un buen logro. Y los detalles de ese logro los veremos vertidos en sus diferentes facetas en los distintos capítulos del libro. Por lo pronto, la Tabla 1 resume la información narrada a lo largo de esta sección.

Antes de proceder a describir los capítulos, baste una observación más respecto a la aplicación de enfoques teóricos al comportamiento del votante mexicano, así como de otras democracias jóvenes o en proceso de consolidación. Los enfoques teóricos como el embudo de la causalidad o las perspectivas racionalistas del voto dan por descontado que el elector vota o decide su voto en un ambiente democrático. Cuando Downs (1957) o los propios investigadores de Michigan plantearon sus enfoques teóricos, todos ellos daban por hecho que el votante se sabía y se comportaba dentro de un contexto con reglas y procedimientos democráticos, esto ni siquiera se cuestionaba. Sin embargo, esta es una suposición que no necesariamente es correcta en otros contextos, incluido el mexicano. Según la encuesta CESOP-CNEP 2012, solamente el 9% de los entrevistados dijo que México es una democracia plena, el 26%

Tabla 1. Capacidad explicativa de los diversos componentes del embudo de la causalidad del voto

<i>Factores de largo plazo</i>	<i>Pseudo R² de Cox y Snell*</i>
Variables estructurales	0.14
Ideología	0.26
Partidismo	0.58
Factores de corto plazo	
Aprobación, evaluación, campañas	0.60
Imagen de los candidatos	0.68

*Resultante de la inserción acumulada de las variables en el modelo de voto.

afirmó que es una democracia con problemas menores, el 34% que es una democracia con problemas mayores y el 28% manifestó que México no es una democracia. La percepción dista mucho de ser homogénea, e incluso la mayoría manifiesta una evaluación negativa acerca del carácter democrático del país. Entre los problemas que se señalan relativos a la democracia, la encuesta indica que un 52% de entrevistados afirmó que en la elección hubo una compra masiva de votos, y el 55% opina que los partidos se excedieron en sus gastos de campaña. Como el tema de las percepciones acerca de la democracia resulta de fundamental importancia, el libro incluye un análisis sobre este tema.

Descripción de los capítulos

Los capítulos de este volumen abordan alguno de los factores de largo o corto plazo del esquema del embudo de la causalidad, y están ordenados precisamente siguiendo la cadena causal del voto referida a lo largo de esta introducción. El primer capítulo, “las bases sociales del voto”, de Alejandro Díaz Domínguez, analiza la influencia de los factores estructurales en las elecciones de 2006 y 2012, y advierte que las principales líneas de conflicto social en la más reciente elección fue la división urbana-rural, así como la educación y la religiosidad de los electores. El triunfo del candidato del PRI tuvo una fuerte base de apoyo

entre los electores del México rural, de menores niveles de escolaridad y mayormente religiosos. Por el contrario, el candidato de izquierda se benefició más del voto urbano, escolarizado y más secular.

El siguiente capítulo, “¿Importa el género del candidato?”, de Rosario Aguilar Pariente, entra con mayor detalle al tema de género, preguntándose si la candidatura de Josefina Vázquez Mota en 2012 tuvo un efecto importante de movilización entre las mujeres. Aunque ya ha habido candidaturas presidenciales femeninas en el pasado (Rosario Ibarra en 1982 y 1988, Marcela Lombardo y Cecilia Soto en 1994, y Patricia Mercado en 2006), era inédito que un partido gobernante postulara a una mujer como su candidata presidencial hasta el 2012. Además de enfocarse en el sexo de los electores como una variable estructural, la autora tiende un puente con los otros factores de largo plazo, como la ideología y el partidismo, al incorporar esas orientaciones a su análisis, encontrando que, si bien el género fue importante en el apoyo de la candidata panista, las orientaciones conservadoras de las propias votantes del PAN parece haber jugado en detrimento de sus aspiraciones a ganar la presidencia.

El siguiente capítulo, “Las bases ideológicas y valorativas del votante mexicano”, de Mariano Torcal, presenta un análisis del espectro izquierda-derecha y se pregunta si esta escala ideológica es un elemento de anclaje del voto en México. Teóricamente la pregunta es relevante porque la evidencia comparativa muestra que el apego a las ideologías es más débil entre los electorados de democracias nuevas o emergentes. No obstante, Torcal reporta una correspondencia partidista-ideológica en el país, con los electores panistas y priistas ubicados hacia la derecha del espectro (con los segundos habiendo ganado el espacio a los primeros en 2012) y los perredistas hacia la izquierda. Otros aspectos, como la religiosidad, también dan muestra de estar relacionados con esta diferenciación ideológica. El autor concluye que la evidencia derivada de estudio CESOP-CNEP México es síntoma de una mayor institucionalización en el sistema de partidos, y que la competencia electoral está cada vez más influida por un conflicto ideológico, aunque más notablemente partidario.

Precisamente, el siguiente capítulo retoma el tema de la identificación partidista con mayor profundidad. En “Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección del 2012”, Ma. Fernanda Somuano Ventura explica las teorías y la noción del partidismo y su impacto en el comporta-

miento electoral. En su análisis observa las bases estructurales o sociales del partidismo, para posteriormente probar el efecto que éste tiene en el voto. En su capítulo, Somuano tiende el puente a los factores de corto plazo al incorporar algunas variables de esa naturaleza a su explicación del voto, pero concluye que las variables más importantes para explicar el voto mexicano en 2012 son la ideología y la identidad partidista, es decir, factores de largo plazo. La autora señala que, además de explicar de manera importante el voto, el partidismo también parece relacionarse con el grado de interés e involucramiento político de los electores mexicanos, en donde compara aquellos que se guían por un apego partidista y aquellos que no, los llamados electores apartidistas o independientes. A pesar de la importancia del partidismo, el capítulo termina, precisamente, llamando la atención a un notable crecimiento de electores independientes en el país en los últimos años.

El siguiente capítulo, de Gustavo Meixueiro, profundiza en ese electorado independiente. A diferencia de otros estudios que agrupan a todos los independientes como una sola categoría de análisis, el autor los distingue en varios niveles: por su grado de movilidad cognitiva e interés político, y por su inclinación hacia alguno de los partidos o su carácter de independiente puro. Meixueiro reporta que los independientes son, de hecho, electores muy diferentes entre sí, algunos más ideológicos y participativos que otros, y otros más con un sentimiento partidario latente (los “partidistas de clóset”, como él los denomina). Lo cierto es que el segmento de independientes es más volátil, pero no necesariamente menos reflexivo. Por el contrario, Meixueiro reporta electores independientes altamente informados, participativos y listos para influenciar hacia un lado u otro los resultados de una elección. Se trata de segmentos del electorado sensibles a los factores de corto plazo del voto y al flujo de información de campañas, como los esperarían los seguidores de la teoría de la modernización (Thomassen 2005). En un hallazgo importante reportado en este capítulo, Meixueiro argumenta que el tamaño del electorado independiente es cíclico, aumentando en las elecciones presidenciales, en las que hay candidatos nacionales visibles, y disminuyendo en las elecciones legislativas intermedias, en las que predomina la imagen general de los partidos.

Ya entrados en los factores de corto plazo, el volumen ofrece tres capítulos sobre los medios de comunicación, los flujos informativos de

campaña, las interacciones de electores con agentes de intermediación política y el ascenso de las nuevas tecnologías de información, en particular el uso de Internet y de las redes sociales. En su capítulo sobre intermediarios políticos, Gerardo Maldonado analiza dos de las variables más simbólicas del estudio CNEP: la intermediación y la discusión política. Maldonado muestra cómo los mexicanos hablan de los candidatos y las campañas con otras personas, principalmente con su familia, pareja, vecinos, o compañeros de trabajo. Analiza que en buena parte de estas interacciones, el elector percibe el partidismo de aquellos con quienes discute de política, haciéndose una imagen de las preferencias de los demás, un sesgo partidario. En su análisis encuentra que entre mayor es el número de intermediarios partidistas con los que uno habla, mayor es la probabilidad de votar por el candidato de ese partido político. O por lo menos así lo era en 2006. Sin embargo, en 2012 el efecto deja de ser lineal, declinando dicha probabilidad a medida en que los intermediarios partidistas exceden cierto número. Más allá del detalle, la noción de los intermediarios resulta muy útil en un sistema de partidos como el mexicano en el que las reformas electorales de 2007 pudieron haber cambiado el enfoque de las estrategias de campaña, del uso primordial de los medios de comunicación masiva al contacto más directo con los electores.

Los medios de comunicación masiva continúan teniendo una influencia importante en el electorado mexicano. En el capítulo de Carlos Muñoz Muriel y Victoria Isabela Corduneanu se analiza el factor de la comunicación política y sus efectos en el comportamiento político de los electores. Los autores señalan que el efecto de los medios de comunicación en el comportamiento está mediado en buena manera por la conversación política, abonando a los hallazgos relativos a la interacción personal del capítulo de Maldonado. Pero el efecto mediador, según advierten los autores, no es parejo ni es el mismo en todo el electorado. El efecto mediador de la conversación política se observa más nítidamente entre los electores de mayor edad que entre los jóvenes, mientras que entre estos últimos hay un mayor efecto de lo que denominan un “intercambio interactivo u *online* de mensajes”. Estos hallazgos apuntan a una diferenciación generacional importante en los patrones de información e intermediación en el país, con los jóvenes siendo más propensos a utilizar las nuevas tecnologías de información,

como apunta una evidencia creciente en el tema (Moreno y Mendizábal 2013; Moreno y Díaz Domínguez, 2013).

En el capítulo “Consumo informativo y culturas cívicas: El papel de Internet y las audiencias proactivas”, de Manuel Alejandro Guerrero, Eduardo Rodríguez Oreggia y Carlos Machuca, se pone una vez más el énfasis en las nuevas tecnologías de información y su impacto en los votantes, particularmente en sus niveles de conocimiento, de confianza, en sus valores, en su sentido de eficacia política tanto interna como externa y, ultimadamente, en el voto. Este capítulo confirma las marcadas diferencias que hay entre los electores que siguen la información política a través de la televisión y los electores *internautas*. Los primeros parecieran mucho más apegados al *establishment* político, como apuntan los autores, mientras que los últimos son vistos como un nuevo tipo de elector multi-mediático mucho más proactivo y potencialmente crítico. El análisis de estos autores evoca el papel jugado por los jóvenes universitarios del movimiento #YoSoy132 y su constante uso de las redes sociales para convocar y ser partícipes del proceso electoral de una manera inédita en México hasta 2012.

El papel de los medios de comunicación y en particular de las nuevas tecnologías de información se aborda también en el capítulo de Benjamín Temkin y Georgina Flores, quienes analizan sus efectos en la participación electoral. Según estos autores, el efecto de los medios de comunicación en quién vota y quién no es modesto pero observable: los mexicanos mayormente informados son más probables de acudir a las urnas, y en 2012 el efecto movilizador de Internet fue modesto pero significativo.

En el capítulo “Migración y comportamiento político,” de Sergio C. Wals, el autor nos recuerda que el votante mexicano de hoy debe ser entendido también más allá de las fronteras nacionales. Aunque la participación electoral de los mexicanos en el extranjero, principalmente en Estados Unidos, ha sido más baja de lo esperado, los patrones de migración se mantienen altos e imprimen un dinamismo particular a la sociedad, la economía y la política en el país. Wals analiza el perfil político de los migrantes y desarrolla mediciones de probabilidad de migrar que resultan relevantes no solamente desde el punto de vista electoral, sino también de políticas públicas. Wals formula explicaciones de la migración política, por llamarla de alguna manera, añadiendo aspectos de

personalidad a sus modelos, una estrategia innovadora que ciertamente puede ofrecer explicaciones adicionales a las que se derivan del embudo de la causalidad para el voto. Entre los rasgos de la personalidad destaca la apertura a la experiencia, que tiene un impacto importante en las probabilidades de migrar. Este hallazgo provoca la pregunta de qué tan probable es que también pudiera tener efectos sobre el carácter político y las preferencias de los electores. El autor señala que los migrantes se llevan un importante capital o equipaje político consigo, es decir, una serie de actitudes y predisposiciones políticas que dejan, desde su punto de vista, un potencial vacío en la vida democrática del país. El capítulo tiene la visión de incorporar nuevamente variables de personalidad a los modelos explicativos de conducta política.

El último capítulo, “El malestar democrático en México”, de Alejandro Moreno y Shannon K.O’Neil, advierte que las percepciones acerca de la democracia en México mostraron un deterioro entre 2006 y 2012, y los autores discuten si esa percepción corresponde o no a la realidad institucional. Los datos del estudio CESOP-CNEP son contundentes respecto a cómo el apoyo a la democracia y la satisfacción con la democracia en México se han reducido sustancialmente, y cómo las percepciones de irregularidades electorales se han ampliado. Un reto del Gobierno de Enrique Peña, argumentan los autores, es precisamente fortalecer la legitimidad democrática y las instituciones mexicanas. Esto puede depender no solamente del manejo de los temas de inseguridad y economía, sino también de la integridad y la transparencia institucional, incluidas las elecciones. Aunque forma parte de la colección de análisis de la encuesta CESOP-CNEP, este capítulo fue originalmente publicado en *Foreign Affairs Latinoamérica* (vol. 13, núm. 1) en enero de 2013, y es reproducido en este volumen con el consentimiento de la revista.

Al preparar este volumen no solamente nos propusimos dejar un registro de la encuesta CESOP-CNEP en las elecciones presidenciales de 2012, sino formular un esquema, tanto didáctico como analítico, de cómo vota el mexicano y por qué. Deseamos que nuestro público lector incluya candidatos y representantes populares, académicos y tomadores de decisiones, investigadores y equipos de campañas, analistas y periodistas; pero, sobre todo, deseamos que este sea un libro útil para los jóvenes estudiantes interesados en la vida democrática, política y electoral de México. Si la manera de presentar los mecanismos causales

del voto referidos y analizados a lo largo de este libro sirve como base para las investigaciones y las prácticas futuras de la actual generación de estudiantes, podemos apuntarnos un primer logro. Si esas generaciones de futuros investigadores pueden llenar los huecos explicativos y encontrar mecanismos causales adicionales, se habrá dado un segundo y más grande logro.

CAPÍTULO I

Bases sociales del voto

Alejandro Díaz

Las características demográficas y sociales de los electores mexicanos permanecen vigentes como determinantes importantes de sus preferencias políticas, particularmente de sus decisiones de voto en julio de 2012. Al explorar por qué los electores mexicanos votaron como lo hicieron en las pasadas elecciones presidenciales, el autor se apoyó esencialmente en la encuesta poselectoral del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés).

Para explorar las bases sociales del voto, este capítulo se dividió en cuatro secciones. En la primera sección se presenta una revisión teórica considerando las dos fuentes principales de explicaciones del voto según las características sociales del electorado: la teoría sociológica y la teoría de la modernización. En la segunda sección se presentan las hipótesis sobre cuatro grupos: características demográficas, religiosas, regionales e intenciones de voto previas, así como un modelo logístico multinomial considerando los tres partidos principales; mientras que en la tercera se discuten los resultados del modelo y sus predicciones. Finalmente, en la cuarta sección se ofrecen algunas conclusiones y líneas para una investigación futura.

Las teorías sociológica y de la modernización

Analizar las bases sociales del voto en México implica asumir que existen vínculos entre características específicas de la sociedad y los partidos políticos, como lo postula la generalmente llamada teoría sociológica del voto. En este sentido, características sociales de mediano o largo plazo explicarían el apoyo continuo a determinados partidos, en particular a aquellos que logran canalizar las líneas de conflicto social e incorporan dichas líneas en la institucionalización que conlleva la representación política formal.

Las líneas de conflicto social pueden dividir a la población de un país o región por su grado de intensidad y trastocar el sistema político establecido. Tradicionalmente se consideran líneas de conflicto social aquellas derivadas del origen de los países-nación y de su proceso de industrialización, como las diferencias entre ámbitos rurales y urbanos (Lipset y Rokkan, 1967), identidades regionales (Klesner, 1987, 1993; Hiskey, 2011), ingreso y clase social (Lipset, 1960; Allardt y Littunen, 1964; Lijphart, 1979; Moreno, 1999), así como religión e identidades raciales (Flanagan y Dalton, 1990; Lynch, 1993), además de los legados coloniales que tuvieron connotaciones religiosas en el caso latinoamericano (Lynch, 1993; Mainwaring y Scully, 2003).

Cuando se establecen canales de expresión de los conflictos sociales, principalmente a través de los partidos políticos, dichos canales colaboran en la estabilización de la estructura política y reducen el conflicto, es decir, lo institucionalizan. Los conflictos sociales que fueron trasladados al sistema de partidos experimentaron un proceso de transformación: 1) se legitimaron, pues dejaron de ser reprimidos; 2) se incorporaron al sistema político en el momento en que algún grupo político los atendió, 3) fueron representados cuando algún partido político los incluyó de alguna manera en sus programas, y 4) formaron parte del gobierno cuando el partido que los representaba llegó al poder (Lipset y Rokkan, 1967).¹

Las líneas de conflicto más relevantes en la ciencia política contemporánea respecto al voto son la división urbano-rural, la religión y las

¹ Existen líneas adicionales de conflicto, como los valores de la sociedad occidental, la política exterior, la ideología y las actitudes hacia la democracia (Allardt y Littunen, 1964; Lijphart, 1990; Moreno, 1999; Norris e Inglehart, 2004) líneas que no serán discutidas en este capítulo, pero que se encuentran implícita o explícitamente analizadas en otros textos de este libro.

regiones. En el caso mexicano, esencialmente se ha encontrado que el proceso de incorporación de las diferencias entre ámbitos rurales y urbanos en el sistema de partidos contemporáneo data de los orígenes de los propios partidos, pero empíricamente se ha verificado cierta relación desde mediados de la década de 1960, hasta nuestros días, en particular que los electores urbanos, educados y de mayores ingresos se inclinan por la oposición, mientras que los electores rurales, menos educados y de escasos recursos económicos se inclinan por el PRI (Ames, 1970; Reyna, 1971; Molinar, 1991; Zavala, 1991; Moreno, 2003).

Esta línea de conflicto también se ha explicado desde la perspectiva de la teoría de la modernización, donde se supone que los electores urbanos serán más activos políticamente, pues cuentan con mayores facilidades para acceder a educación y, en tiempos de relativa bonanza económica, pueden mejorar su posición social demandando una mayor rendición de cuentas al sistema político. En contraposición, los electores rurales con menores accesos a educación y a movilidad social, a menos que emigren, tenderían a conservar los valores de la sociedad tradicional que no siempre demanda una mayor rendición de cuentas (Furtak, 1969; Cameron, Hendricks y Hofferbert, 1972; Walton y Sween, 1971).

En resumen, debe decirse que los movimientos preocupados por el futuro político y los conflictos económicos propician un mayor grado de participación, como hasta el marxismo clásico sugiere (Marx y Engels, 1848 [1974]). Dicho de otro modo, la clase trabajadora generalmente optará por una propuesta nacionalista y de carácter social teóricamente representada por partidos de centro e izquierda, mientras que las clases medias altas preferirán una propuesta abierta al mercado y a la protección de la propiedad privada, como generalmente se asume entre partidos de centro-derecha y derecha, aunque existan variaciones (Lipset, 1960; Lipset y Rokkan, 1967).

Otra línea de conflicto social de larga tradición en el país es la religión. A diferencia de algunos partidos europeos y de las democracias cristianas de Centro y Sudamérica, los partidos mexicanos no se originaron a partir de la problemática religiosa.² Lo que sí ocurrió es que una

² Una excepción discutible es el Partido Demócrata Mexicano (PDM), cuyas bases frecuentemente se asocian con la religión católica y el sinarquismo. Para el sinarquismo consúltese a Meyer (1979) y para el desarrollo del PDM en Jalisco véase

parte del conflicto religioso se legitimó después de la guerra cristera, en el caso católico, y después de la Segunda Guerra Mundial, en el caso protestante, pues las represiones por motivos religiosos cesaron a nivel nacional (Meyer, 1973; Monsiváis, 1992).

Adicionalmente, se incorporó al sistema político la incipiente veta de democracia cristiana que el PAN cobijaba de alguna forma. Cabe recordar que el PAN fue fundado por tres corrientes: la católica, la anticardenerista y la heredera del movimiento vasconcelista de 1929. La mitad de los miembros del Comité Ejecutivo Nacional eran católicos destacados, mientras que la otra mitad no tenía ninguna relación con organizaciones religiosas (Gutiérrez Madrigal, 1991). Parece ser que dos razones pesaron para que el PAN dejara el proyecto demócrata cristiano hasta 1998, cuando se adhiere a la democracia cristiana internacional: 1) el discurso democristiano en México durante la década de 1960 había sido sobrecargado de anticomunismo, con lo que el PAN se colocaría francamente a la extrema derecha, y, 2) dicha radicalización reduciría el porcentaje de votación (Martínez Valle, 1995).

La línea de conflicto religiosa también resultó atractiva para una parte de la izquierda, en su veta de teología indígena/liberacionista cuando el Partido Comunista Mexicano propuso en los foros de la reforma electoral de 1977 el reconocimiento del derecho al voto pasivo para los ministros de culto, lo que fue visto con buenos ojos por simpatizantes de las teologías progresistas y otros sectores religiosos, tradicionalmente ajenos a las prácticas electorales y legislativas (Monsiváis, 1992; Blancarte, 1992). Esta proposición se presentó nuevamente entre la bancada del PRD en 1991 y 1992, cuando se discutían las reformas constitucionales al artículo 130, pero tal propuesta prosperó hasta que fue apoyada por el PRI, que a la postre quedó como su artífice (Blancarte, 1992; Lamadrid, 1994; Gill, 1999). Es decir, el conflicto religioso, una vez institucionalizado, no siempre pudo ser representado por los partidos que originalmente lo retomaron, sino terminó siendo representado por partidos con un peso político determinante.

Morán (1989) y Alonso (1993). Un estudio empírico detallado de las élites y los militantes del PDM se halla en Aguilar y Zermeño (1992). En 1997, la autoridad electoral eliminó las referencias religiosas de la plataforma del PDM, pues se definía como un partido social-cristiano. El PDM desapareció en 1997 al no alcanzar el 2% de la votación nacional.

Desde la perspectiva modernizadora se debía esperar que el proceso de secularización disminuyera la importancia de la religión en la vida pública (Norris e Inglehart, 2004). Sin embargo, esto no ha ocurrido, pues el catolicismo continúa proveyendo de bases sociales al PRI (Zavala, 1991; Domínguez y McCann, 1996; Moreno, 2003; Hagopian, 2009), al PAN (Klesner, 1987; Camp, 1997; Magaloni y Moreno, 2003; Domínguez, Lawson y Moreno, 2009) y al PRD (Rubin, 1987; Zavala, 1991; Muro González, 1994). Incluso entre los jóvenes universitarios mexicanos la religiosidad y las preferencias políticas están fuertemente relacionadas (Tinoco, González y Arciga, 2006), pues como estudios clásicos han encontrado que religión, clase social y estrechos lazos familiares refuerzan las preferencias políticas, aunque ciertamente mediadas por líderes de opinión (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944; Berelson, Lazarsfeld y Mcphee, 1954).

Finalmente, aunque existen escasos estudios en México sobre el comportamiento electoral de las iglesias protestantes y evangélicas, algunos autores muestran que tienden a apoyar primero al PRI (De la Torre, 1996) y después al PRD (Fortuny, 1994; Díaz Domínguez, 2006). Un argumento que explica el apoyo evangélico al PRI y al PRD es que quizá los electores evangélicos no siempre perciben al PAN como garante de laicidad y por ello se asumen en riesgo frente al catolicismo, vinculado entre élites y quizá en el discurso —como ya se discutió— con el PAN.³

Una tercera línea de conflicto social se observa en las localidades que han marcado al sistema de partidos y al sistema político en general (Klesner, 1987; Lujambio, 2000; Hiskey, 2011). Diversas identidades regionales han sido canalizadas hacia el sistema de partidos, como el norte y el Bajío en el apoyo al PAN por razones ideológicas en temas económicos, o en temas religiosos y morales (Molinar, 1991; Magaloni y Moreno, 2003), la influencia del centro y centro-occidente en el apoyo al PRD, donde la ciudad de México (Molinar y Valdés, 1987) y

³ Esta línea de conflicto es distinguible de las pugnas históricas entre la Iglesia y el Estado en tres aspectos: 1) el Estado ahora está consolidado, 2) los credos bajo el acuerdo democrático carecen de la fuerza necesaria para disputar el poder político, y 3) en los orígenes del Estado existieron fuertes conflictos de identidad religiosa que derivaban en exaltaciones de cada credo cuando el propio Estado quería apropiarse de dichas identidades; exaltaciones que generaron conflictos armados en diversas regiones que afortunadamente no se han repetido desde la guerra cristera (Meyer, 1973), pero que sí existen de manera focalizada en comunidades donde coexisten diversas Iglesias.

particularmente la cuna del cardenismo, Michoacán, fueron las primeras entidades en contar con senadores diferentes al PRI en la era moderna (Lujambio, 2000). Finalmente, el sureste, de tradicional tendencia priista, ha albergado también al PRD (Molinar, 1991).

Los patrones regionales parecen estar relacionados con la clase social mayoritaria en las localidades, donde, por ejemplo, una clase media emergente que padeció las crisis económicas durante la década de 1980 —también llamada la década perdida— mostraba su rechazo al PRI en la zona metropolitana de la ciudad de México (Molinar y Valdés, 1987), o en las clases medias altas y altas del norte del país (Molinar, 1991). Aunque debe destacarse que el antipriismo de las clases medias ha sido más bien cíclico, en favor del PAN en la elección presidencial de 2000 y en favor del PRI en 2012.

Por último, existen limitaciones en la teoría sociológica del voto y en la aplicación electoral de la teoría de la modernización, como la falta de explicaciones frente a coyunturas específicas, dada la naturaleza de mediano plazo de las características demográficas y sociales del electorado, dificultando el explicar adecuadamente la volatilidad electoral y el papel que juegan las nuevas formas de comunicación, como la televisión e internet. En otras palabras, las características sociales “difícilmente capturarían cambios en el corto plazo o efectos específicos de campaña” (Magaloni, 1994: 313).

Sin embargo, debe señalarse que los factores sociales, por su naturaleza de largo plazo, resultan adecuados para explicar preferencias políticas de largo aliento, como la identificación partidista, entendida ésta como el sentido de adhesión psicológica de los electores hacia un partido político. Ello se debe —entre otros factores— al proceso de socialización política que experimentan los electores más jóvenes por parte de los mayores a través de la familia y los círculos sociales más cercanos, que derivan en un sentido de adhesión estable a lo largo del tiempo, como se ha documentado para el caso mexicano (Moreno, 2003).

Pero cuando los factores sociales no logran explicar cambios de corto plazo o efectos de campaña en las decisiones de voto de los electores, se dice que la importancia de los conflictos sociales disminuye, pues ya no explican el proceso político, y entonces pueden observarse dos posibles resultados: a) realineación, que consiste en cambios de bases sociales de un partido a otro (Molinar y Weldon, 1990) o b) desalineación.

ción, que consiste en el cambio de preferencias sin que se opte sistemáticamente por otro partido (Flanagan y Dalton, 1990; Klesner, 1993).

Estos procesos de cambio no son cabalmente explicados por la teoría sociológica del voto o por la teoría de la modernización. La desalieneación, fenómeno que la literatura señala a partir de 1988 en el caso mexicano, ocurrió porque las bases sociales que durante cinco o más elecciones apoyaron a un partido, a partir de una elección crítica (Key, 1955) apoyaron después a otro, pero ya no de manera repetida, ya fuera por la falta de representación política de la línea de conflicto social en el viejo partido (Klesner, 1993), o por evaluaciones económicas negativas y razones estratégicas (Poiré, 1995).

En síntesis, cuando los partidos consolidados no conservan en su agenda la representación de líneas de conflicto social que permanecen vigentes, algunos segmentos del electorado quizá prefieren apoyar a otro partido, organizarse por afuera del sistema de partidos, o simplemente impera cierta desorganización social hasta que las condiciones económicas y sociales permitan una vuelta a la estabilidad, la cual usualmente se pierde ante las recurrentes crisis económicas (Zermeño, 1989).

Hipótesis y modelo

De la sucinta revisión a las teorías sociológica del voto y de la modernización emergen las hipótesis siguientes, ordenadas en cuatro grupos: características demográficas, características religiosas, identidades regionales e intenciones de voto previas. Dichas hipótesis se refieren de manera específica al análisis de la elección presidencial de 2012, aunque ciertamente implican una revisión histórica previa.

El primer grupo se relaciona con la línea de conflicto social derivada de la urbanización, a través del llamado “voto verde”, donde electores rurales resultarán más afines al PRI, mientras que electores urbanos preferirán votar por la oposición (Ames, 1970; Molinar, 1991). Un efecto similar se espera de los mayores niveles de educación e ingreso, en favor de la oposición y disminuyendo apoyos al PRI (Klesner, 1987; Molinar y Weldon, 1990; Moreno, 2003; Domínguez, Lawson y Moreno, 2009). Esto ocurre así porque en el ámbito rural —generalmente se argumenta— existen menores flujos de información, fuertes prácticas clientelares y menor presencia de la oposición en su conjunto.

En cuanto a los grupos sociales se espera que los obreros y los estudiantes prefieran a la izquierda, los unos por desalineación respecto del PRI (Molinar y Weldon, 1990) y los otros por contar con mayores niveles de educación y particularmente por el efecto anti-PRI que pudo tener el movimiento universitario #YoSoy132 durante la campaña presidencial de 2012 (Moreno y Díaz Domínguez, 2013), aunque debe decirse que existe cierta tradición anti-PRI entre los universitarios mexicanos cuando se analiza su intención de voto (Molinar y Valdés, 1987; Zermeño, 1989). Por su parte, quienes trabajan en el sector servicios se espera que voten por el PAN (Molinar y Valdés, 1987), mientras que los desempleados lo hagan por la izquierda, como una manera de castigar al partido en el poder (Molinar, 1991).

Por otro lado, se espera que las mujeres prefieran al PAN primero, por representación simbólica, al postular a una candidata presidencial mujer, y después al PRI, dada la aversión al riesgo de las electoras mexicanas, pues tradicionalmente han sido más priistas que los hombres (Molinar y Valdés, 1987; Camp, 1997; Moreno, 2003). En tanto, los jóvenes apoyarán más al PAN y al PRD y menos al PRI por su tradicional actitud antirrégimen y en apoyo al cambio (Molinar y Valdés, 1987; Moreno, 2003).

Respecto a las hipótesis que se refieren a la línea de conflicto religioso, se supone que los electores católicos preferirán al PAN y al PRI de corte más conservador (Zavala, 1991; Magaloni y Moreno, 2003; Moreno, 2003; Díaz Domínguez, 2006); los electores evangélicos al PRI y al PRD, pues se perciben como menos proclives a privilegiar al catolicismo (Díaz Domínguez, 2006), y los electores sin religión preferirán al PRD, de corte más liberal (Díaz Domínguez, 2006). Asimismo, se espera que una mayor asistencia a la Iglesia incremente el apoyo a PAN y PRI (Magaloni y Moreno, 2003; Moreno, 2003), pero disminuya el apoyo al PRD (Díaz Domínguez, 2006).

Finalmente, se esperan efectos regionales diferenciados (Lujambio, 2000; Moreno, 2003; Domínguez, Lawson y Moreno, 2009; Hiskey, 2011) donde los electores que radican en el norte apoyarán más al PRI (Klesner, 1987; Molinar, 1991; Magaloni y Moreno, 2003; Moreno, 2003), los del sureste al PRI y al PRD (Molinar y Weldon, 1990; Moreno, 2003), la zona occidente al PAN (Magaloni y Moreno, 2003), y el centro-occidente al PRD (Moreno, 2003).

Por último, con objeto de incluir en el análisis un aspecto de la realidad que ha permanecido ya por varios años, se agrega una medición sobre

los homicidios relacionados con la guerra contra las drogas (Presidencia, 2011), donde se espera que una mayor tasa de homicidios favorezca al PRI, como una manera de castigar al partido en el poder (el PAN), pues la violencia pareció exacerbarse en lugares que había ganado el PAN a nivel local en el pasado reciente, en combinación con la existencia de rutas de tráfico de drogas (Dell, 2012). Dicha combinación se manifestó en lugares donde hubo transición política a nivel local, derivada en parte por el recambio de bases sociales como en Michoacán, o por la existencia de algunas bases sociales tradicionalmente opositoras como en Chihuahua. Se espera que las bases sociales del PAN y del PRD dejen de ser leales con tales partidos con motivo de la guerra contra las drogas.

Las intenciones de voto en elecciones previas se incluyen como controles con el propósito de modelar apropiadamente la decisión de voto de los electores mexicanos, esto es, el partido por el cual votó el entrevistado en 2006, lo que también se ha llamado *lealtad partidista* (Poiré, 1995). En este grupo la hipótesis es simple: se espera que en promedio, quienes votaron en 2006 por un partido determinado, repitan dicha conducta en 2012. Cuando los electores votan continuamente por un mismo partido se genera cierta identificación debido a que evalúan positivamente el desempeño de dicho partido, se sienten representados, ciertas propuestas les resultan atractivas, o incluso la orientación ideológica partidista en algunos temas les resulta afín (Poiré, 1995; Moreno, 2003).

Debido a la naturaleza multipartidista del sistema político mexicano a nivel nacional, analizar los determinantes de la intención de voto puede extenderse más allá de los análisis binarios típicamente utilizados en los sistemas bipartidistas, obligando al empleo de modelos logísticos multinomiales como el que se usará a continuación. Este tipo de modelos permite analizar variables categóricas sin orden, donde se estiman $J-1$ contrastes; es decir, si J es el número de partidos incluidos en el modelo y dicho número para este caso es tres (PAN, PRI y PRD), entonces se obtendrán dos contrastes donde uno de los partidos servirá de categoría base, en este caso el PRI, y por ende se observará un contraste PAN/PRI y otro PRD/PRI. La distribución multinomial estima el pronóstico de la probabilidad de cada categoría calculando el inverso del logaritmo entre la suma del inverso de los logaritmos de todas las categorías, agregando uno para estimar la probabilidad de la categoría base (Kosuke, King y Lau, 2007).

La relativa sencillez de este método de estimación tiene como costo asumir la independencia de la distribución normal de los errores, y que no exista la inclusión de variables irrelevantes. La independencia en la normalidad de los errores simplemente asume que sería preferible estimar un probit multinomial, aunque la acumulación de los datos en los extremos, como ocurre en la distribución del caso mexicano, permite optar por un modelo logístico, mientras que la inclusión de alternativas irrelevantes en un sistema de tres opciones que típicamente recibe 90% de los votos y ninguna es inferior a 20%, permite esgrimir razones para pensar que agregar o excluir una nueva categoría (un cuarto partido) no afecta el resultado estimado en lo general (Kosuke, King y Lau, 2007).

Discusión de los resultados

Los resultados del modelo se presentan en la Tabla 1, donde se estimaron 20 variables, agrupadas en cuatro bloques: a) los demográficos, que consisten en género, educación, ingreso, edad, electores urbanos, estudiantes, obreros, electores que trabajan en el sector servicios y electores desempleados; b) lo religioso, que se compone de católicos y evangélicos, donde la categoría de referencia son quienes no profesan religión alguna, así como la frecuencia de asistencia a la iglesia; c) las regiones que agrupan estados del norte, occidente, sureste, y centro-occidente, donde el centro es la categoría de referencia, así como una variable binaria que identifica a los estados que presentaron una tasa de homicidios relacionados con la guerra contra las drogas por cada 100 mil habitantes que fuera superior al promedio nacional de 2010; es decir, 14 o más homicidios (Presidencia, 2011)⁴ y, d) por qué partido votó para presidente en 2006 el entrevistado.

En general, el modelo presentado en la Tabla 1 parece acorde con la literatura, aunque existen algunos hallazgos que merecen explicaciones más detalladas. La varianza explicada por el modelo o también llamada

⁴ Los estados cuyo número de homicidios por cada 100 mil habitantes excedió el promedio nacional en 2010 fueron 10: Baja California, Chihuahua, Colima, Durango, Guerrero, Morelos, Nayarit, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas. Debe recordarse que otros estados han excedido dicho promedio en diferentes años. Se tomó el último corte disponible.

Tabla 1. Determinantes sociales del voto en 2012

	PAN/PRI			PRD/PRI		
	Coefficiente	Error estándar		Coefficiente	Error estándar	
Mujer	-0.043	0.206		0.176	0.189	
Educación	0.104	0.059	*	0.090	0.050	*
Ingreso	-0.082	0.050	*	0.013	0.045	
Edad	0.001	0.008		0.015	0.006	**
Urbano	0.225	0.120	*	0.277	0.117	**
Estudiante	0.551	0.557		1.301	0.429	***
Obrero	-0.430	0.345		0.395	0.242	*
Sector servicios (ventas)	0.700	0.385	*	0.007	0.406	
Desempleado	0.258	0.429		0.646	0.372	*
Católico	-0.545	0.551		-1.036	0.448	***
Evangélico	-0.224	0.621		-0.666	0.531	
Asiste a la iglesia	0.188	0.082	**	-0.148	0.071	**
Norte	0.851	0.319	***	-0.334	0.307	
Occidente	0.384	0.325		-0.766	0.283	***
Sureste	0.651	0.356	*	0.024	0.264	
Centro-Occidente	0.439	0.340		-0.324	0.253	
Homicidios guerra drogas	-0.233	0.250		-0.635	0.279	**
Voto PAN 2006	1.195	0.248	***	-0.506	0.231	**
Voto PRI 2006	-1.401	0.388	***	-1.755	0.342	***
Voto PRD 2006	0.144	0.397		1.692	0.232	***
Constante	-2.688	0.730	***	-0.851	0.647	
Observaciones		1024				
Desviación residual		1637.1				
Log-likelihood		-818.6				
Bondad de ajuste McFadden		0.22				

Fuente: Encuesta poselectoral CNEP 2012. Cálculos del autor, modelo logístico multinomial estimado en R 2.15, library (ZeligChoice). El PRI es la categoría base. Errores estándar corregidos por heteroscedasticidad.

Nota: * 90%, ** 95%, *** 98%.

bondad de ajuste es de alrededor de 20%, cifra similar a modelos que explican identificación partidista con bases sociales.

Debe mencionarse que el modelo sólo incluye a los entrevistados que declararon haber votado por los candidatos propuestos por el PAN, el PRI y el PRD, excluyendo a otros candidatos, estuvieran registrados o no y a quienes no reportaron su voto. Esto implicó que la base original de 1,600 entrevistas, donde el PAN tenía 14%, el PRI (considerando al PV) tenía 39%, y el PRD (considerando al PT y MC) tenía 24%, se modificó al incluir únicamente 1,243 casos, donde el PAN obtuvo 18 puntos, el PRI 50, y el PRD 32 puntos. Por esa razón, las predicciones derivadas del modelo se acercarán o alejarán alrededor de dichos valores.⁵

La interpretación se realiza por niveles de significancia y signos. La presencia de asteriscos indica que la variable en efecto tiene un impacto significativo en la probabilidad de voto, mientras que su ausencia indica que tal impacto no existe. Respecto a los signos, cuando es positivo quiere decir que la variable beneficia al primer partido, sea al PAN en el primer contraste o al PRD en el segundo, mientras que cuando el signo es negativo quiere decir que la variable beneficia al partido que es la categoría base, en este caso el PRI. Por ejemplo, la variable género no cuenta con asteriscos, lo que indica que no tuvo impacto en el voto, mientras que educación sí cuenta con asteriscos en ambos contrastes. Los signos positivos de la variable educación indican que una mayor educación beneficia al PAN y al PRD.

Las gráficas muestran la probabilidad estimada de voto en el eje horizontal, donde las distribuciones a la izquierda son las menos preferidas, mientras que las distribuciones a la derecha son las más preferidas. En el eje vertical se muestra la densidad, que se refiere a la concentración de las probabilidades. En la Gráfica 1, por ejemplo, el PAN reporta las densidades mayores, pues la distribución de probabilidad de su voto está mucho más concentrada que las distribuciones del PRD y del PRI.

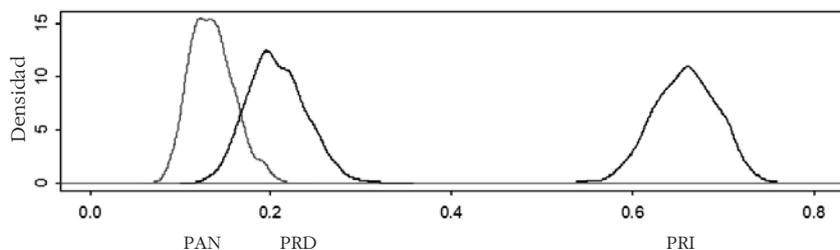
⁵ También se analizó un modelo logístico multinomial considerando cuatro categorías: PAN, PRI, PRD e independientes (aquellos que no contestaron la pregunta sobre voto en 2012) con 1,313 observaciones y una bondad de ajuste de 0.15. Los resultados son muy similares a los reportados cuando se emplean tres partidos, excepto que el sureste y los evangélicos sí benefician al PRI. El resto de los efectos permanece.

El grupo de características demográficas presenta los efectos esperados en seis variables: mayores niveles de educación y urbanización favorecen a la oposición, mientras que electores menos educados y rurales favorecen al PRI. El efecto se muestra en la Gráfica 1, donde el PRI pierde más de diez puntos al cambiar del contexto rural al urbano, votación que gana el PRD y marginalmente el PAN.

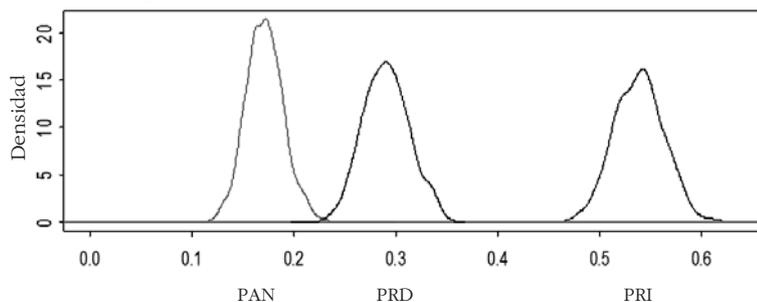
Los obreros y los desempleados en efecto apoyan más al PRD y quienes trabajan en el sector servicios apoyan más al PAN. Respecto a los estudiantes, como se había previsto, se inclinaron por el PRD, como se muestra en la Gráfica 2, donde ser estudiante implica más de 50% de probabilidades de votar por el PRD, probabilidad que se reduce en casi 25 puntos al compararse con cualquier otro grupo. Aunque el PRD encabezó las preferencias estudiantiles, destaca que los intervalos entre PRI y PRD se intersectan en 40% y llama la atención que el PAN no resultó

Gráfica 1. Probabilidad de voto según condición urbano-rural

Entrevistados que viven en zonas rurales



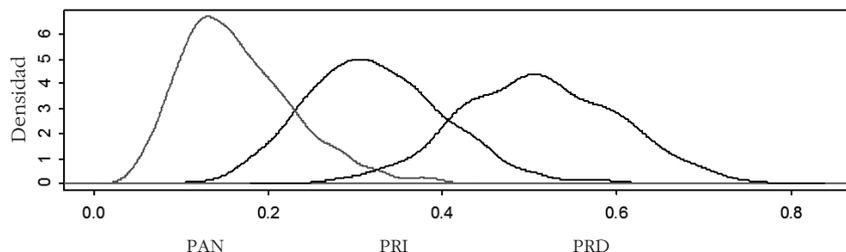
Entrevistados que viven en zonas urbanas



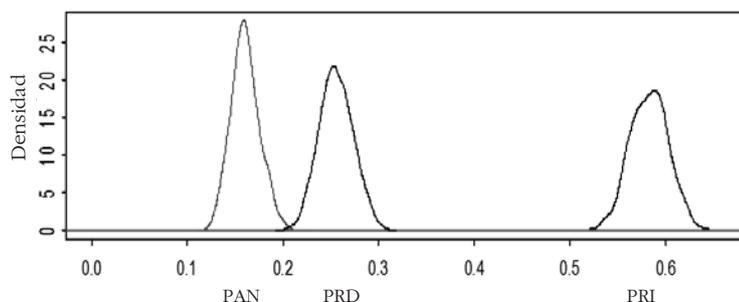
Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R 2.15, *library* (ZeligChoice). El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

Gráfica 2. Probabilidad de voto según condición de estudiante

Entrevistados que declararon ser estudiantes



Entrevistados que declararon dedicarse a otra actividad



Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R 2.15, *library (ZeligChoice)*. El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

favorecido por dicho grupo.

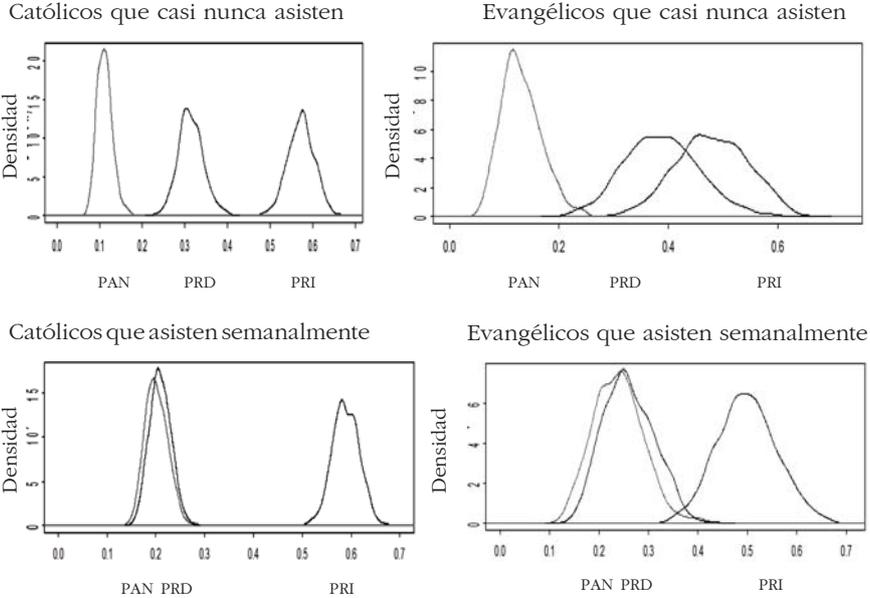
Sin embargo, tres hipótesis no se verifican: las relativas al género, al ingreso y a la edad. El ser mujer no parece tener efectos en el modelo multivariado, aunque al usar la variable “ama de casa” en lugar de “mujer” se halló un efecto modesto a favor del PRI. El ingreso muestra que los electores con mayores recursos económicos no prefirieron al PAN, sino al PRI, lo que quizá sugiere un voto estratégico en favor de una opción política más cercana a sus preferencias.

Finalmente, los electores de mayor edad apoyaron al PRD y los más jóvenes al PRI, en contraste con las hipótesis respectivas, lo que quizá sugiere que los programas sociales iniciados por gobiernos del PRD en favor de los electores de más edad, hace ya más de una década, pudieran estar disputando esa base social al PRI. Respecto a los jóvenes,

pareciera que el modelo sí captura variaciones en este segmento del electorado, pues sólo los jóvenes universitarios fueron quienes a la postre se inclinaron por el PRD, mientras que los jóvenes en lo general sí tendieron a preferir al PRI.

El grupo de características religiosas presenta los resultados esperados en dos variables: el ser católico en favor del PRI y la frecuencia de asistencia a la iglesia en favor del PAN. El ser evangélico no resultó significativo. Como lo muestra la Gráfica 3, entre católicos el más preferido es el PRI, pero destaca que aquellos que casi nunca asisten a la iglesia prefieren más al PRD que al PAN por 20 puntos. Un efecto interesante es que entre aquellos que asisten semanalmente, tanto PAN como PRD, obtienen 20%; es decir, de ser un católico nominal a uno devoto, el PRD pierde 10 puntos y el PAN gana otros 10.

Gráfica 3. Probabilidad de voto según asistencia a la iglesia entre católicos y evangélicos



Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R 2.15, *library (ZeligChoice)*. El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

Entre evangélicos, aunque el partido más preferido es el PRI, destaca que entre quienes casi no asisten a la iglesia, la distribución de probabilidades de votar por el PRD se intersecta con las del propio PRI, dejando aparte al PAN. Entre quienes asisten semanalmente, PAN y PRD alcanzan 25 puntos cada uno. En síntesis, una asistencia a la iglesia de casi nunca a semanal favorece al PAN en alrededor de 12 puntos, mientras que el ser católico favorece al PRI respecto a no profesar religión alguna.

El grupo de variables regionales presenta los resultados esperados en dos zonas: el norte y el occidente, donde se benefician tanto el PAN como el PRI, respectivamente, según se muestra en la Gráfica 4. El sureste muestra un mayor apoyo al PAN con relación al centro, que fue la circunscripción de referencia. Finalmente, el centro-occidente no muestra diferencias significativas con relación al centro. Este análisis empleó las divisiones por circunscripción utilizadas en la encuesta 2012 del CNEP, por lo que en la evaluación de los resultados debe considerar el agrupamiento electoral de los estados más que estados en lo individual.

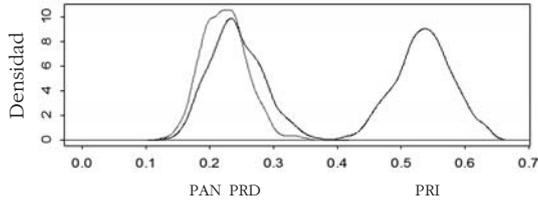
Respecto a los estados donde la tasa de homicidios por cada 100 mil habitantes excede el promedio de 2010, destaca que el beneficiado es el PRI, que previo a la campaña mantuvo un discurso crítico sobre la estrategia de la guerra contra las drogas. Llama la atención que esta variable únicamente resulta significativa en el contraste PRD/PRI, quizá porque eran los partidos opositores al PAN durante ese periodo, aunque los efectos electorales de dicha guerra aún no han sido profusamente estudiados (Dell, 2012) y merecen una exploración teórica y empírica más detallada. La Gráfica 5 muestra que los entrevistados que viven en estados cuya tasa supera el promedio nacional son más proclives a apoyar al PRI.

Finalmente, el grupo de variables que miden el voto en 2006 se comportan conforme a lo esperado, como se muestra en la Gráfica 6, donde votar por el PRI en 2006 se asocia con una probabilidad de 90% de votar por el mismo partido en 2012. En el caso del PRD la probabilidad es de 70% y en el caso del PAN es de 35%. Destaca que votar por el PAN en 2006 se asoció con votar por el PRI en 2012 en 45%; es decir, entre quienes se declararon votantes panistas en 2006 fue 10 puntos más probable votar por el PRI que por el PAN.

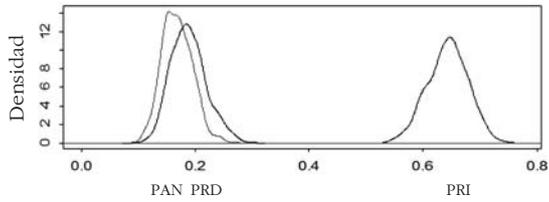
Es posible argumentar que al tratarse de una encuesta poselectoral, quizá existe un reporte menor de intenciones de voto previas y actuales respecto del tercer lugar. En contraparte, es posible también que exista

Gráfica 4. Probabilidad de voto según circunscripciones electorales

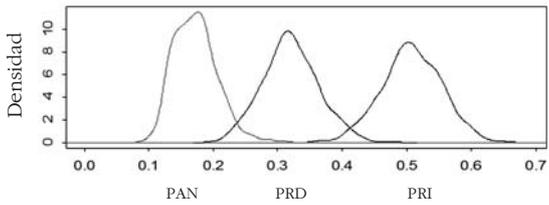
Circunscripción 1, Norte



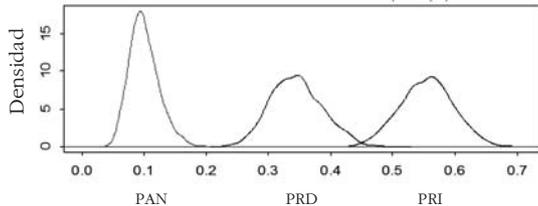
Circunscripción 2, Occidente



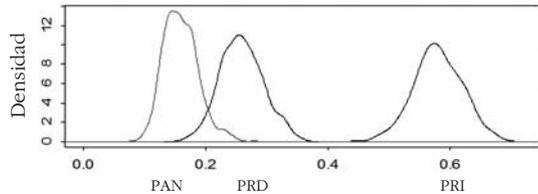
Circunscripción 3, Sureste



Circunscripción 4, Centro



Circunscripción 5, Centro-Occidente



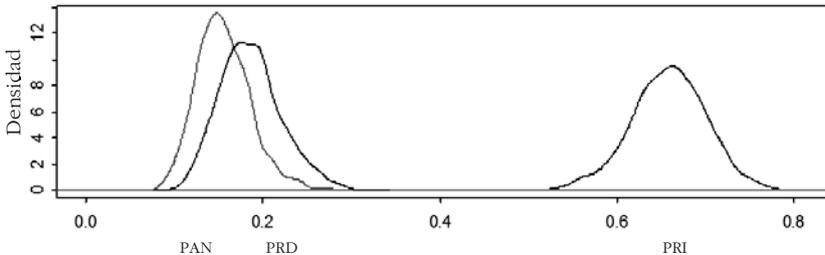
Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R 2.15, *library* (ZeligChoice). El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

una tendencia alcista de intenciones de voto previas y actuales respecto del ganador.

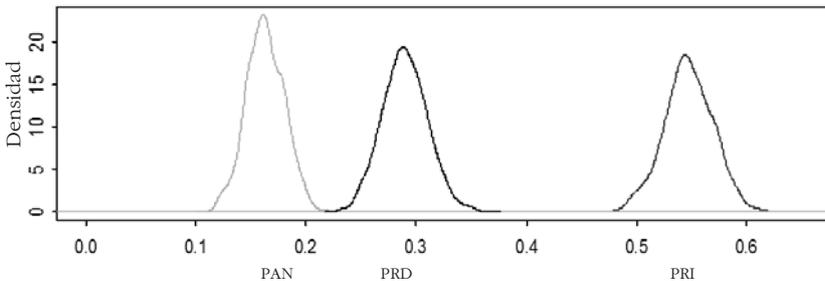
Aunque esta hipótesis de problemas de deseabilidad social resulta plausible, sí resalta la baja probabilidad de refrendo del voto entre los propios votantes panistas, pues sólo 35 de cada 100 panistas refrendaron su voto seis años después, mientras que en el PRI, que en 2006 obtuvo sólo 22% de los votos en la contienda presidencial, se observó que 56 de cada 100 priistas que votaron por el candidato Labastida refrendaron su voto por el candidato Madrazo. En síntesis, la reducida lealtad de los votantes panistas de 2006 a 2012 no parece que se debe a un efecto de la encuesta poselectoral.

Gráfica 5. Probabilidad de voto según estados involucrados en la guerra contra las drogas

Estados donde los homicidios por guerra contra las drogas superan el promedio nacional



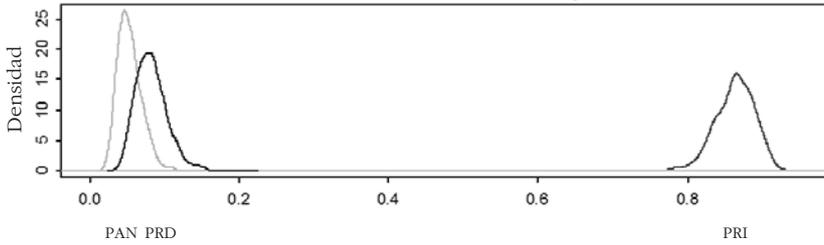
Estados donde los homicidios por guerra contra las drogas están por debajo del promedio nacional



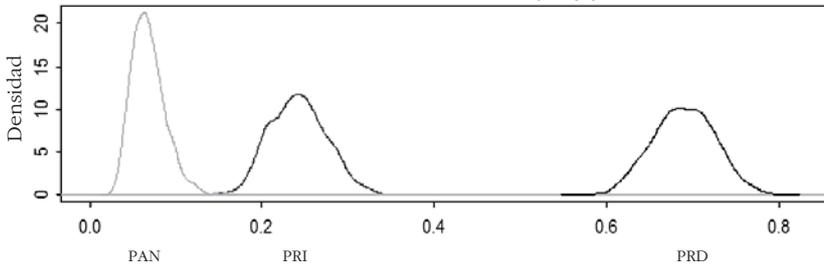
Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R 2.15, *library (ZeligChoice)*. El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

Gráfica 6. Probabilidad de voto según se votó en 2006

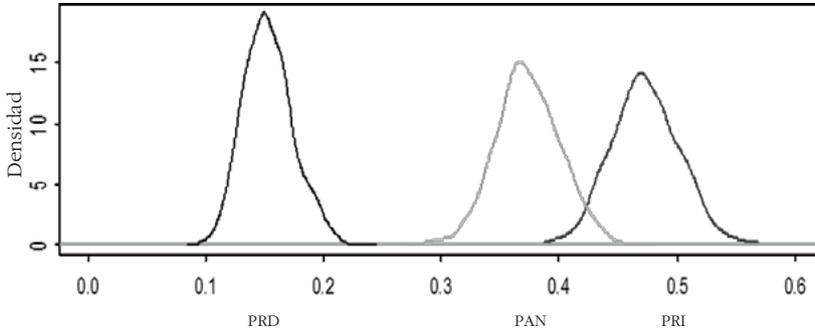
En 2006 votó por el PRI



En 2006 votó por el PRD



En 2006 votó por el PAN



Fuente: Tabla 1. Simulaciones estimadas en R2.15, *library (ZeligChoice)*. El eje horizontal muestra la distribución de las probabilidades pronosticadas. Todos los valores en su media o moda excepto los valores analizados.

Conclusiones preliminares

Las principales líneas de conflicto social que se han institucionalizado en el sistema de partidos en México parecen continuar explicando intenciones de voto de manera general, como la división urbano-rural, la religión y las diferencias regionales, de conformidad con la encuesta poselectoral 2012 levantada por el CNEP.

Aunque las características demográficas y sociales sólo explican parcialmente por qué los electores mexicanos votaron como lo hicieron en julio de 2012, debe reconocerse que el uso intensivo de la televisión, internet, la identificación partidista y las actitudes hacia temas y candidatos conforman una parte importante de los modelos que explican el voto, como establece el modelo del embudo de la causalidad desarrollado en la introducción de este volumen.

A pesar de sus limitaciones, en este análisis se han encontrado algunos elementos derivados de los grupos sociales y del contexto que ayudan a entender lo observado en la campaña; es decir, aunque las características sociales son de mediano o largo plazo, y por ello difícilmente capturan cambios en el corto plazo, sí se verificaron tres elementos de coyuntura:

- a) Los estudiantes universitarios apoyaron más al PRD a la luz de la tradición universitaria opositora y del movimiento #YoSoy132.
- b) Electores que viven en estados con una tasa de homicidios derivados de la guerra contra las drogas que es superior al promedio nacional, en efecto prefirieron al PRI.
- c) Electores más religiosos, además de preferir al PRI, con independencia de la religión a la que pertenezcan, prefieren al PAN. Ello en la coyuntura reciente sobre aborto y matrimonio entre personas del mismo sexo donde se percibió que la posición conservadora fue abanderada por el PAN y la liberal por el PRD. De ahí que electores menos religiosos prefieran al PRD.

Diversos temas quedan por explorar con mayor detalle, como el cambio generacional en los electores del PRI y PRD, donde electores jóvenes, más allá de los universitarios, no parecen estar apoyando a la oposición, mientras que electores de más edad parecieran tener cierta afinidad con

el PRD. Otro tema importante es el impacto del género en el voto que no se encontró en este modelo, cuando parecían existir todas las condiciones favorables para ello. Quizá una especificación estadística que incluya mecanismos de información o de socialización política pudieran ayudar a emerger la relevancia del género en el voto.

La importancia de la sociología del voto no sólo radica en la influencia que las variables sociales puedan tener en el voto o en la identificación partidaria de las personas, sino en las implicaciones de los cambios demográficos y socioeconómicos en la participación política y el sistema de partidos. Los cambios demográficos pueden alterar o influir en el equilibrio de fuerzas en el electorado.

Finalmente, quizá merece explorarse la falta de refrendo del voto entre electores panistas de 2006 a 2012, tomando como referencia las elecciones de 2000 y 2006. De cada 100 entrevistados que declararon haber votado por el PAN en 2000, 40 repitieron en 2006, mientras que de 2006 a 2012 sólo repitieron 30; es decir, 10 menos, según lo revelan las encuestas del CNEP 2006 y 2012. En el caso del PRI, de cada 100 que votaron por el PRI en 2000, 56 repitieron en 2006, mientras que de 2006 a 2012 repitieron 74; es decir, 18 más. De cada 100 que votaron por el PRD en 2000, 79 repitieron en 2006, mientras que de 2006 a 2012 fueron 62; es decir, 17 menos.

En síntesis, de acuerdo con la evidencia disponible, las líneas de conflicto social más significativas fueron la urbanización y los niveles de educación, así como la religiosidad, que parecen perfilarse como las bases sociales más importantes para los partidos políticos mexicanos durante las pasadas elecciones presidenciales de 2012.

En general, los electores urbanos y educados optaron por el PAN y el PRD, mientras que los electores rurales y menos educados optaron por el PRI. Por otra parte, los electores religiosos optaron por el PAN y el PRI, mientras que los electores menos devotos optaron por el PRD. Estas líneas de conflicto social sugieren que los electores urbanos, educados y religiosos tienden a apoyar al PAN, mientras que los electores urbanos, educados y lejanos a la religión tienden a apoyar al PRD. Finalmente, el PRI parece contar, entre otras, con bases sociales razonablemente tradicionales: electores rurales, menos educados y muy religiosos. En otras palabras, y para concluir, el partido apoyado por las bases sociales en el sentido tradicional pareciera estar de vuelta.

Apéndice

Codificación de las variables utilizadas

Voto 2012: (p6), PAN=1, PRD=2, PRI=3, OTROS=NA

Género: (pb), mujer=1, hombre=0

Educación: “¿Hasta qué grado estudió?” (p148), ninguno=1, primaria incompleta=2, primaria terminada=3, secundaria no terminada=4, secundaria terminada=5, preparatoria o equivalente=6, universidad sin terminar=7, universidad terminada=8, posgrado=9.

Ingreso: “Le voy a mostrar una tarjeta con distintos niveles de ingreso. ¿En cuál categoría queda comprendido el ingreso mensual de su hogar, contando todos los sueldos, salarios, pensiones y demás ingresos?” (p160), 0 a 2,700=1; 2,701 a 4,100= 2; 4,101 a 5,300=3; 5,301 a 6,600=4; 6,601 a 8,100=5; 8,101 a 10,000=6; 10,001 a 12,500=7; 12,501 a 16,600=8; 16,601 a 30,000=9; 30,000 o más=10.

Edad: “¿Qué edad tiene usted?” (pc), de 18 a 93 años.

Urbano: Tipo de localidad (tipo_sec), rural=1, mixta=2, urbana=3.

Ocupación: “¿Cuál es su principal ocupación?” (p150), estudiante (1)=1, otra=0; obrero (7)=1, otra=0; ventas (8)=1, otro=0; desempleado (4,5)=1, otra=0.

Religión: “Con respecto a la religión, ¿usted se considera...?” (p145), católico=1, otra=0; evangélico=1, otra=0.

Asistencia a la iglesia: “¿Con qué frecuencia ha asistido a servicios religiosos durante el último año?” (p146), nunca=0, dos o tres veces al año=1, una vez al mes=2, dos o tres veces al mes=3, al menos una vez por semana=4.

Regiones: Circunscripciones electorales (circuns), Norte (1,0): BC, Chih, Dur, Jal, Nay, Sin, Son; Occidente (1,0): Ags, Coah, Gto, NL, Qto, SLP, Tam, Zac; Sureste (1,0): Camp, Chiap, Oax, QRoo, Tab, Ver, Yuc; Centro-Occidente (1,0): Col, Hdgo, Mex, Mich.

Homicidios guerra drogas: Estados que excedieron los 14 homicidios por cada 100 mil habitantes (promedio nacional) en la guerra contra las drogas en 2010, base de datos de Presidencia (1,0): BC, Chih, Col, Dgo, Gro, Mor, Nay, Sin, Son, Tam.

Voto 2006: (p58), PAN=1, otro=0; PRD=1, otro=0; PRI=1, otro=0.

CAPÍTULO II

¿Importa el género del candidato?: análisis del efecto de la candidatura de Josefina Vázquez Mota en el comportamiento político de las mujeres

Rosario Aguilar

Los análisis sobre la participación e involucramiento político de las mujeres demuestran que, independientemente del nivel de desarrollo de los países, las mujeres tienden en promedio a estar menos informadas y a participar menos en la política que los hombres. La explicación de esta diferencia podría centrarse en la disponibilidad de los recursos con los que cuentan. Como predice la teoría de la participación política basada en los recursos, aquellos individuos que cuenten con más recursos como educación, ingreso, tiempo libre, etcétera, serán más propensos a participar que las personas con menos de estos recursos (Verba, Schlozman y Brady, 1995). Esta teoría explica, con ciertas modificaciones, el comportamiento electoral de los mexicanos (Buendía y Somuano, 2003; Moreno, 2003, 2009). Sin embargo, aún controlando el nivel de recursos con los que cuentan, las mujeres tienden a estar menos involucradas que los hombres en la política. Una explicación que se ha dado es que la falta de mujeres candidatas en los procesos electorales no incentiva a las mujeres a interesarse en la política. En este sentido la representación descriptiva cobra relevancia: el ver a políticos que se parecen a uno hace que el ciudadano se interese más y, por tanto, que se involucre en el proceso político (Rosenstone y Hansen, 1993).

La literatura sobre el efecto de la presencia de candidatas compitiendo por puestos electorales ha encontrado resultados mixtos en el efecto que tienen en el involucramiento político de las mujeres en general (Burns, Schlozman y Verba, 2001; Sapiro y Johnston, 1997; Verba, Burns y Schlozman, 1997). En algunas elecciones, la participación de candidatas ha motivado a las ciudadanas a involucrarse más en el proceso electoral y en la política en general. Algunos autores han especulado que este efecto positivo se puede deber a uno de dos mecanismos o, tal vez, a la combinación de ambos. En primer lugar, está el argumento del efecto simbólico que produce la presencia de una candidata en la boleta electoral. Las ciudadanas perciben que la política no es ámbito dominado solamente por los hombres, sino que es más incluyente y es posible para ellas participar políticamente de manera efectiva. En segundo lugar está el argumento del interés de grupo de las ciudadanas. En este caso, la presencia de una candidata puede motivar a las mujeres a involucrarse en la política por interés propio al pensar que la candidata, de ser elegida, llevará a cabo políticas que beneficiarán a las mujeres en general (p. ej.: disponibilidad de guarderías, flexibilidad de horario en el trabajo, etc.) (Burns, Schlozman y Verba, 2001).

Un reciente estudio sobre el efecto de candidatas en las mujeres demuestra que no sólo es necesaria la presencia de al menos una candidata en la competencia electoral, sino que en los ojos de los electores esta candidata debe contar con posibilidades de ganar; en otras palabras, su candidatura debe ser viable (Atkeson, 2003). Por ejemplo, en el contexto mexicano no es lo mismo que compita una mujer por la presidencia apoyada por un partido pequeño (p. ej. Rosario Ibarra, Cecilia Soto o Patricia Mercado) que por uno de los tres principales partidos como fue el caso de Josefina Vázquez Mota. De esta forma la elección de 2012 nos presenta una buena ocasión para analizar el efecto de la candidatura viable de una mujer a la presidencia de la república.

La literatura sobre señales informativas (*cues*) que recibe el electorado por parte de los candidatos ha demostrado que las personas tienen múltiples membresías de grupo que en ocasiones pueden estar alineadas o en conflicto.¹ Si bien los estudios sobre la participación política

¹ Las señales informativas pueden ser características del candidato, por ejemplo, su género produce ciertas ideas en los ciudadanos sobre cómo gobernará el país ese candidato, en este caso una mujer o un hombre. Normalmente las señales infor-

de las mujeres controlan los factores sociales y políticos que se utilizan en los modelos de participación, no analizan el efecto que otras identidades, fuera de la de género, pueden tener en las reacciones de las mujeres y hombres hacia una candidata.

En su trabajo sobre los factores que afectan el nivel de información de los ciudadanos, Hutchings demuestra que los individuos tienen múltiples identidades (p. ej. étnicas, de género, ideológicas, etc.) las cuales pueden estar o no en conflicto dependiendo del tema político del que se trate en ese momento (2003). Hutchings analiza el nivel de información e interés que tenían las personas con relación a la confirmación en el Senado estadounidense de Clarence Thomas como juez de la Suprema Corte de Justicia de ese país.

La confirmación de Thomas fue controversial porque sería el segundo juez afroamericano en la Corte. Mientras que la mayoría de los afroamericanos se identificaban con los demócratas, Thomas era un juez conservador propuesto por un presidente republicano, George H. Bush. Finalmente, Thomas fue acusado por una ex colega, Anita Hill, de haberla acosado sexualmente. Por todas estas razones, Hutchings hipotetizó que algunos ciudadanos se sentirían ambivalentes hacia la candidatura de Thomas, por ejemplo: las mujeres conservadoras y los hombres liberales. En el caso de las primeras su ambivalencia se debería a que apoyan la ideología conservadora de Thomas, pero les preocupaban los cargos de acoso sexual. En el caso de los hombres liberales, su ambivalencia se basaría en lo contrario: están en contra de la ideología conservadora, pero sospechan de que se le esté acusando injustamente de acoso sexual. La ambivalencia tiene el efecto psicológico de desmotivar a las personas a informarse e involucrarse en la política. Hutchings encontró evidencia que probaba sus hipótesis sobre el efecto negativo del conflicto de estas identidades en el involucramiento político de las personas.

Como otras democracias jóvenes el electorado mexicano tiende a estar menos informado acerca de los partidos políticos y candidatos que en otras democracias más consolidadas (Greene, 2011). Asimismo, sabemos que las mujeres tienden a estar menos informadas sobre política

mativas hacen más accesibles de manera inconsciente los estereotipos asociados a esas características de los candidatos en la mente de los votantes afectando el juicio que hacen los votantes de los candidatos (Bligh *et al.*, 2012; Berinsky y Mendelberg, 2005).

aunque propenden también a participar más que los hombres el día de la elección. La candidatura de Vázquez Mota pudo haber motivado a las mujeres a involucrarse e informarse más sobre política, cerrando los déficits de información que tienen con relación a los hombres. El efecto que tuvo la candidatura pudo estar también mediado por la identificación partidista de las mujeres. Sabemos que desde el triunfo del PAN en 2000 las mujeres, en promedio, dejaron de identificarse con el PRI para identificarse tanto con el PAN como con el PRD (Moreno y Méndez, 2007).

La elección presidencial de 2012 se presenta como un tipo de experimento natural, al ser la primera elección en la que uno de los partidos principales del país, y el partido gobernante en ese momento, postuló a una mujer como su candidata. Los experimentos naturales se distinguen por ser estudios empíricos en los que las unidades de estudio que reciben distintos tratamientos son determinadas de manera exógena por la naturaleza u otros factores ajenos al investigador (Abrajano, Nagler y Álvarez, 2005; Bhavnani, 2009; Campbell y Stanley, 1963; DiNardo, 2008; Shadish, Cook y Campbell, 2002). En este caso la candidatura de Vázquez Mota fue determinada por su partido, o sea, de manera exógena. Por ello se pueden comparar las características del electorado femenino y masculino en la elección de 2006 y 2012. En ambas elecciones el partido en el poder era Acción Nacional, pero tenemos candidatos de distinto género en cada elección.

Las expectativas sobre el efecto de la candidatura de Josefina Vázquez Mota en el involucramiento político del electorado tienen que ver con el género, identificación partidista e ideología. En general, esperaríamos que su candidatura motivara a las mujeres a involucrarse en la política. Sin embargo, aquellas mujeres que se identifican más con la izquierda podrían sentirse ambivalentes en relación a su candidatura, ya que si bien apoyan a una mujer candidata no están de acuerdo con sus propuestas políticas. En cuanto a los hombres, se esperaría que entre más de derecha sean, más ambivalentes se mostrarán hacia la candidatura de Vázquez Mota. La razón de su ambivalencia es que al ser socialmente conservadores no considerarán que una mujer puede hacer un buen papel como presidenta del país. Por tanto, el efecto de la candidatura de Vázquez Mota que esperaríamos debe ser menor entre las mujeres más liberales y hombres más conservadores que entre las mujeres más conservadoras y los hombres más liberales. Las mujeres conservadoras

apoyarán la candidatura de Vázquez Mota al compartir con ella no sólo su identidad como mujer sino su ideología. Los hombres socialmente más liberales se opondrán a la candidatura de Vázquez Mota, ya que no comparten ninguno de los dos factores anteriores con ella.

Datos y variables

Los datos usados para analizar estas hipótesis son del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés) que consiste en una encuesta poselectoral tanto en las elecciones de 2006 como de 2012. La ventaja de utilizar estas encuestas es que se repiten varias de las preguntas que se necesitan para realizar este análisis, lo cual facilita la comparación de las elecciones.

Variables dependientes

Las variables dependientes que se utilizarán en este estudio buscan medir distintas dimensiones del comportamiento político de las personas:

1. Involucramiento político: se usarán variables para medir el nivel de involucramiento político. Por un lado se usará el interés en las campañas y el interés en la política en general.² Por el otro, el uso de distintos medios de comunicación para informarse sobre las campañas (éstos incluyen las categorías que se preguntaron en ambas encuestas: periódicos, televisión, radio e internet).
2. Participación política: se medirá a través del abstencionismo, de la frecuencia con la que el encuestado o encuestada habla de política con distintas personas y de si la persona trata de convencer a alguien de compartir su opinión sobre temas políticos. En el caso del abstencionismo, cabe señalar que las encuestas poselectorales tienden a subestimar el abstencionismo, pero podemos asumir que la subestimación se da en el mismo rango para ambas elecciones. El hablar sobre política y tratar de convencer a otros sobre un tema político es considerado, después de votar, como los actos más comunes de participación política (Atkeson, 2003).

² El fraseo de las preguntas usadas en el análisis se encuentra en el Anexo 1.

3. Sofisticación política: se medirá a través de un índice creado con el promedio de las respuestas correctas que dieron los encuestados a las preguntas de información política. Estas preguntas se relacionan entre sí de manera satisfactoria (α de Cronbach = 0.661).
4. Preferencia electoral: se medirá por medio de la pregunta sobre cómo votaron los encuestados en la elección presidencial. Al ser el voto el acto más común de participación política, se evaluará si la candidatura de Vázquez Mota afectó al electorado de acuerdo al género, identidad partidista e ideología del mismo. En el caso del voto por presidente, las encuestas poselectorales tienden a sobrerrepresentar el voto por el candidato ganador. En este caso la sobreestimación afecta a los candidatos perdedores, por lo que la evaluación del voto por los candidatos perdedores será una prueba conservadora, ya que de obtener resultados significativos hacia estos candidatos podemos argumentar que los resultados en la realidad son todavía más significativos por la sobreestimación del voto del candidato ganador. Para el análisis de esta variable se comparará el efecto que tienen las variables independientes en la probabilidad de votar por los candidatos del PAN y del PRD con relación a los candidatos del PRI en ambas elecciones.

Variables independientes

Las variables independientes más importantes son el género del encuestado, su identidad partidista y su posicionamiento ideológico tomando solamente en consideración este último en temas sociales.

La pregunta sobre identidad partidista pide al encuestado responder si se considera priista, panista, perredista o de otro partido, al mismo tiempo que mide la intensidad de la identificación.

La ideología mide el posicionamiento de los encuestados sólo sobre temas sociales porque el argumento de este capítulo es que el posicionamiento ideológico de los hombres conservadores y de las mujeres liberales en temas sociales harán que estos grupos de individuos se sientan ambivalentes con relación a la candidatura presidencial de una mujer. Las preguntas que se utilizaron para la medición de la ideología son: la opinión acerca de la legalización del aborto, si se debe privilegiar la ley y el orden o defender las libertades civiles y, si se debe de-

fender los valores religiosos y morales o respetar la libertad de las personas de ser y creer lo que desean. Estas preguntas se relacionan entre sí demostrando que entre ellas miden el posicionamiento ideológico de los encuestados en el ámbito social (α de Cronbach = 0.213) por lo que se promediaron entre sí para formar una escala ideológica codificada de 0 a 1, en donde 0 es la posición más conservadora y 1 la más liberal. Se considera a una persona conservadora si está posicionada entre 0 y 0.39; de centro si está entre 0.40 y 0.59; y liberal si el promedio de sus opiniones es igual o mayor de 0.60.

Resultados

Dadas las expectativas teóricas se compararon los valores promedio de cada variable dependiente por grupo para ver si existían diferencias significativas entre los grupos de interés. El Cuadro 1 presenta los resultados de las variables que miden el interés en las campañas presidenciales, en la política en general y el uso de los medios para informarse sobre las campañas.

Como se puede observar, las mujeres en general expresaron más interés en las campañas y en la política, así como un mayor uso de los medios para informarse sobre las campañas en 2012 en comparación con 2006. Esta diferencia es clara, ya que el signo de los coeficientes son negativos, mostrando que el nivel de estas variables en 2012 es mayor que en 2006 para las mujeres. Este efecto también es independiente de su posicionamiento ideológico, sin embargo, sí hay diferencias de acuerdo a su identificación partidista. En el caso de las mujeres que se identifican con algún partido político, son las priistas las que muestran un incremento en todos estos factores, mientras que las panistas no muestran ningún cambio significativo y las perredistas sólo incrementaron de manera significativa el uso de medios para informarse acerca de las campañas.

En el caso de los hombres, la única variación positiva y significativa entre las dos elecciones se refiere al uso de medios para informarse sobre las campañas. Los hombres usaron más medios en 2012 que en 2006 para informarse sobre la campaña, lo que se comprueba con el signo negativo del coeficiente que es significativo. Dicho efecto es más pronunciado entre los hombres con posicionamiento ideológico conservador y liberal.

Cuadro 1. Diferencia de promedios en variables de involucramiento político

<i>Categorías</i>	<i>Interés en campañas</i>	<i>Interés en política</i>	<i>Uso de medios</i>	<i>Número de observaciones</i>	
<i>Comparación entre 2006 y 2012¹</i>				<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>
Mujeres	-0.080***	-0.039**	-0.081***	1863	1884
Hombres	-0.014	-0.004	-0.052***	1785	1810
Mujeres derecha	-0.065***	-0.016	-0.071***	1212	1229
Mujeres izquierda	-0.092**	-0.074*	-0.074**	286	352
Mujeres centro	-0.105**	-0.076*	-0.119***	304	306
Hombres izquierda	-0.060*	-0.041	-0.413***	335	339
Hombres derecha	-0.016	-0.007	-0.045***	1150	1171
Hombres centro	0.035	0.086*	0.03	302	303
Mujeres panistas	-0.039	0.045	-0.027	359	365
Mujeres priistas	-0.118***	-0.079**	-0.104***	494	501
Mujeres perredistas	-0.034	-0.032	-0.088***	291	296
<i>Comparación en una misma elección²</i>				<i>Min.</i>	<i>Máx.</i>
Mujeres vs. hombres 2006	-0.063***	0.056***	-0.061***	2077	2097
Mujeres vs. hombres 2012	-0.000	-0.013	-0.031**	1571	1597
Derecha vs. izquierda 2012	-0.024	-0.049**	-0.011	1571	1598
Mujeres vs. hombres conservadores 2012	-0.003	-0.03	-0.032*	995	1015

<i>Comparación en una misma elección²</i>				<i>Min.</i>	<i>Máx.</i>
Mujeres <i>vs.</i> hombres liberales 2012	-0.042	-0.038	-0.049 ⁺	286	291
Mujeres <i>vs.</i> hombres de centro 2012	0.046	0.059	-0.015	292	294
Mujeres conservadoras 2012	-0.027	-0.04	-0.024	787	801
Mujeres panistas 2012	0.017	-0.032	-0.008	787	801
Mujeres priistas 2012	0.077 ^{**}	0.080 ^{***}	0.013	787	801
Mujeres perredistas 2012	0.026	0.025	0.035	787	801
Mujeres <i>vs.</i> hombres PAN 2012	-0.022	-0.061	-0.027	175	178
Mujeres <i>vs.</i> hombres PRI 2012	-0.018	0.003	-0.034 ⁺	497	507
Mujeres <i>vs.</i> hombres PRD 2012	-0.028	-0.058	-0.033	220	226

¹ Los coeficientes son el resultado de restar el valor de cada variable por grupo medido en 2006 menos el valor de la misma variable por el mismo grupo medido en 2012. Por tanto, signos positivos demuestran que el valor en 2006 es mayor que el de 2012 y signos negativos demuestran lo contrario.

² Los coeficientes son el resultado de restar el valor de cada variable por grupo medido en la elección que se indica. Por tanto, signos positivos demuestran que el valor de la variable para el primer grupo es mayor que el nivel de la misma variable para el segundo grupo y signos negativos demuestran lo contrario.

Nota: El nivel de significancia es el siguiente: *0.01 < valor-p ≤ 0.05; **0.001 < valor-p ≤ 0.01; *** valor-p ≤ 0.001; *0.05 < valor-p ≤ 0.10.

Lo más interesante se observa al contrastar estos grupos de ciudadanos entre las dos elecciones. En el caso de la elección de 2006 se puede observar el déficit ya registrado por la literatura en cuanto a involucramiento en la política: las mujeres tienden a estar menos interesadas y reportan un menor uso de medios de comunicación para informarse acerca de política o de las campañas. El análisis más relevante es el de 2012, ya que es la elección con una candidata viable a llegar a la presidencia, pero se incluyó la comparación entre hombres y mujeres en 2006 para que sirviera como base de comparación. Una variación importante es que las diferencias significativas en cuanto al interés en política y en las campañas entre hombres y mujeres desaparecen en 2012. La única diferencia que se mantiene es la de un menor uso de medios de comunicación por parte de las ciudadanas para informarse sobre la política, aunque esta diferencia es menor que en 2006.

De acuerdo con la teoría de identidades en conflicto, esperábamos encontrar ambivalencia entre las mujeres liberales, la cual se traduciría en un menor involucramiento político, por lo que las mujeres conservadoras se mostrarían significativamente más involucradas que las liberales; pero como se puede ver en el cuadro, éste no es el caso. Sin embargo y, sorprendentemente, las mujeres priistas les llevan una ventaja a las demás mujeres en el nivel de interés que expresaron. Como discutiré más adelante, es probable que las mujeres panistas y conservadoras se sintieran ambivalentes hacia la candidatura de Vázquez Mota por declaraciones contradictorias de la propia candidata en asuntos sociales. Por su parte, las priistas podrían haber apoyado algunos de los posicionamientos de Vázquez Mota y, aunque identificadas con el PRI, interesarse más en la política por su presencia. Finalmente, no encontramos déficits por parte de las mujeres en comparación con los hombres, excepto en el caso del uso de medios para informarse por parte de las mujeres liberales así como las priistas.

Al igual que en el Cuadro 1, podemos observar que, independientemente de su ideología, las mujeres en 2012 participan políticamente más que las mujeres en 2006 y exhiben un nivel de sofisticación política más elevado en 2012 que en 2006. Lo mismo ocurre para los hombres, excepto en el nivel de abstencionismo, el cual es más elevado en 2012 pero no es significativo, independientemente de su ideología. Al observar las diferencias entre las mujeres por su identifica-

ción partidista, vemos que casi no hay cambios entre las panistas, sólo una ligera diferencia positiva en el nivel de sofisticación política. Sin embargo, las mujeres priistas y perredistas participan políticamente más en 2012 que sus contrapartes de 2006, al mismo tiempo que muestran un mayor nivel de sofisticación política. Las mujeres priistas y perredistas acudieron a las urnas en la misma proporción en las dos elecciones presidenciales. Si bien las mujeres en 2012 participaron más y tienen un mayor nivel de información política en 2012, en comparación con 2006, no lograron disminuir el déficit en comparación con los hombres en 2012, ya que éstos también superaron a sus contrapartes en 2006. Este déficit se mantiene independientemente de la ideología y partidismo, aunque las perredistas acuden de manera significativa más a las urnas que los perredistas.

En cuanto al voto, el Cuadro 2 muestra que, en comparación con 2006, el apoyo por el PAN bajó entre todos los grupos en la elección de 2012, excepto por las mujeres perredistas, aunque la diferencia entre estas mujeres en su apoyo al PAN en las dos elecciones es mínimo y casi no es significativo.³ Por tanto, la candidatura de Vázquez Mota no fue suficiente para atraer a un porcentaje de voto femenino mayor que el porcentaje que votó por Acción Nacional en 2006. Al revisar las diferencias del comportamiento de grupos en una misma elección, notamos que no hubo una diferencia significativa en el voto por el PAN entre hombres y mujeres en 2006, pero sí la hubo en 2012, elección en la que más mujeres que hombres votaron por el PAN. De acuerdo con los datos, hubo un apoyo más significativo entre mujeres conservadoras y de centro en comparación con los hombres de la misma ideología.

Al diferenciar a las mujeres por su identidad partidista, éstas se comportan de la manera esperada: las panistas votando por el PAN, las priistas por el candidato del tricolor y las perredistas por el candidato de la izquierda. No hay diferencia de género entre los partidistas, es decir, las panistas no votaron más por Vázquez Mota que los hombres panistas, lo cual era una expectativa teórica. Como se discutirá más adelante, esta falta de diferencia de género entre los partidistas se puede deber a las campañas y carac-

³ Recibido por cada partido en 2006 al voto recibido en 2012. Por tanto, los signos negativos muestran que el apoyo recibido por los partidos en 2012 fue mayor que en 2006, mientras que signos positivos señalan que el apoyo recibido en 2006 fue mayor que el recibido en 2012.

Cuadro 2. Diferencia de promedios en variables de participación política y sofisticación política

Categorías	Abstención	Conversación	Convencer a otros	Sofisticación política	Número de observaciones	
					Mín.	Máx.
	<i>Comparación entre 2006 y 2012</i>					
Mujeres	0.061 ^{***}	-0.075 ^{***}	-0.115 ^{***}	-0.139 ^{***}	1875	1890
Hombres	0.012	-0.064 ^{***}	-0.093 ^{***}	-0.162 ^{***}	1797	1814
Mujeres conservadoras	0.073 ^{***}	-0.064 ^{***}	-0.113 ^{***}	-0.130 ^{***}	1224	1233
Mujeres liberales	0.029	-0.072 ^{**}	-0.127 ^{***}	-0.130 ^{***}	349	353
Mujeres de centro	0.053	-0.113 ^{***}	-0.098 [*]	-0.173 ^{***}	304	306
Hombres liberales	0.026	-0.100 ^{**}	-0.158 ^{***}	-0.198 ^{***}	338	341
Hombres conservadores	0.005	-0.056 ^{***}	-0.078 ^{***}	-0.147 ^{***}	1158	1171
Hombres de centro	0.029	-0.058 ⁺	-0.081 [*]	-0.175 ^{***}	302	305
Mujeres panistas	0.049	-0.038	-0.052	-0.050 ⁺	362	365
Mujeres priistas	0.034	-0.086 ^{***}	-0.092 ^{**}	-0.139 ^{***}	501	503
Mujeres perredistas	0.043	-0.119 ^{***}	-0.155 ^{***}	-0.146 ^{***}	293	296
Mujeres vs. hombres, 2006	-0.005	-0.093 ^{***}	-0.075 ^{***}	-0.084 ^{***}	2081	2104
Mujeres vs. hombres, 2012	0.044 ^{**}	-0.082 ^{***}	-0.053 ^{**}	-0.108 ^{***}	1591	1600
Mujeres vs. hombres conservadores, 2012	-0.067 ^{**}	-0.087	-0.043 [*]	-0.106 ^{***}	1016	1017

<i>Categorías</i>	<i>Abstención</i>	<i>Conversación</i>	<i>Convencer a otros</i>	<i>Sofisticación política</i>	<i>Número de observaciones</i>	
					<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>
<i>Comparación entre 2006 y 2012</i>						
Mujeres vs. hombres liberales, 2012	0.008	-0.107***	-0.101**	-0.122***	291	291
Mujeres vs. hombres de centro, 2012	-0.05	-0.038	-0.046	-0.101**	294	294
Mujeres conservadoras, 2012	-0.032	0.01	0.005	-0.005	799	802
Mujeres panistas, 2012	0.029	-0.005	-0.004	-0.055 ⁺	799	802
Mujeres priistas, 2012	-0.011	0.023	0.033	-0.054*	799	802
Mujeres perredistas, 2012	-0.059 ⁺	0.106***	0.078*	0.02	799	802
Mujeres-hombres, PAN 2012	-0.023	-0.121**	-0.081	-0.145**	178	178
Mujeres-Hombres, PRI 2012	-0.006	-0.099***	-0.062*	-0.128***	506	507
Mujeres-Hombres PRD 2012	-0.080**	-0.04	-0.053	-0.126**	225	226

Cuadro 2. Diferencia de promedios en variables de participación política y sofisticación política... (continuación)

<i>Categorías</i>	<i>Voto PAN</i>	<i>Voto PRI</i>	<i>Voto PRD</i>	<i>Número de observaciones</i>
<i>Comparación entre 2006 y 2012</i>				
Mujeres	0.156***	-0.210***	0.002	1890
Hombres	0.182***	-0.232***	0.031	1814
Mujeres conservadoras	0.155***	-0.249***	0.021	1233
<i>Comparación entre 2006 y 2012</i>				
Mujeres liberales	0.161***	-0.144**	-0.019	353
Mujeres de centro	0.144**	-0.137**	-0.022	306
Hombres liberales	0.214***	-0.177***	-0.063	341
Hombres conservadores	0.165***	-0.238***	0.060**	1171
Hombres de centro	0.198***	-0.264***	0.022	302
Mujeres panistas	0.117*	-0.099***	-0.026	365
Mujeres priistas	0.127***	-0.158***	0.029	503
Mujeres perredistas	-0.039 ⁺	-0.014	0.013	296
Mujeres vs. hombres, 2006	0.023	0.040*	-0.067***	2104
Mujeres vs. hombres, 2012	0.049**	0.018	0.037 ⁺	1600
Mujeres vs. hombres conservadores, 2012	0.047*	0.046	-0.046*	1017

<i>Categorías</i>	<i>Voto PAN</i>	<i>Voto PRI</i>	<i>Voto PRD</i>	<i>Número de observaciones</i>
<i>Comparación entre 2006 y 2012</i>				
Mujeres vs. hombres liberales, 2012	0.021	-0.013	-0.054	291
Mujeres vs. hombres de centro, 2012	0.086*	-0.040	-0.008	294
Mujeres conservadoras, 2012	0.036	0.088*	-0.095**	802
<i>Comparación en una misma elección</i>				
Mujeres panistas, 2012	0.540***	-0.312***	-0.205***	802
Mujeres priistas, 2012	-0.204***	0.553***	-0.301***	802
Mujeres perredistas, 2012	-0.122***	-0.407***	0.642***	802
Mujeres-Hombres, PAN 2012	0.019	-0.053	0.009	178
Mujeres-Hombres, PRI 2012	-0.016	0.002	-0.008	507
Mujeres-Hombres PRD 2012	0.027	-0.024	0.000	226

Nota: El nivel de significancia es el siguiente: *0.01 < valor-p ≤ 0.05; **0.001 < valor-p ≤ 0.01; ***valor-p ≤ 0.001; †0.05 < valor-p ≤ 0.10.

terísticas de los candidatos. En cuanto al voto por el PRI, si bien más mujeres votaron por este partido en 2006, no hay diferencia de género en 2012. Por último, respecto a la preferencia por López Obrador, en 2006 más hombres votaron por él, mientras que en 2012 la relación fue la inversa.

Finalmente, en términos de la relación entre ideología, género y preferencia electoral, encontramos que entre los conservadores que votaron por López Obrador, los hombres votaron levemente más por él que las mujeres. Con relación a las mujeres, aquellas más conservadoras socialmente tendieron a votar menos por López Obrador y más por Peña Nieto que el resto de las mujeres. Es interesante observar que no hubo una diferencia ideológica significativa entre las mujeres que votaron por Vázquez Mota. En otras palabras, no importaba qué tan conservadoras o liberales eran las mujeres al decidir votar por ella. La característica política que sí impactó la preferencia electoral de la manera esperada fue la identificación partidista.

Si bien estos datos nos arrojan evidencia de diferencias de género por ideología y partidismo, no nos explican cómo la ideología y el partidismo afectan a los hombres y a las mujeres en su involucramiento y participación política en presencia de una candidata viable a la presidencia. Para analizar el efecto de la ideología y el partidismo se desarrollaron modelos de regresión⁴ para cada variable dependiente, separando a las mujeres de los hombres. La idea de correr distintos modelos para cada género ha sido desarrollada en otros estudios y tiene la idea de facilitar el análisis de grupos, al mismo tiempo que sostiene que los procesos sociales, políticos y económicos experimentados por hombres y mujeres son distintos para cada grupo y, por ende, para entender su efecto en el comportamiento de hombres y mujeres se deben analizar por separado estos grupos (Atkeson, 2003; Burns, Schlozman y Verba, 2001). Lo que estos análisis buscan explicar es el efecto que tienen las lealtades partidistas y la ideología en las mujeres y los hombres después de constatar que existen diferencias entre estos grupos en las dos elecciones.

Los resultados de estos análisis se encuentran en el Cuadro 3. Con el propósito de ahorrar espacio se presentan las variables explicativas de

⁴ Todos los modelos, excepto el de abstencionismo y voto, son modelos de regresión lineal. Dado que abstencionismo y voto son variables categóricas, el modelo utilizado para explicar la varianza del abstencionismo es una regresión logística y para explicar la preferencia electoral es un modelo logístico multinomial.

interés en los modelos: *ideología*, medida con tres variables dicotómicas: centro, liberal y conservador; esta última es la categoría excluida. Asimismo, se incluye la *identidad partidista*, con variables dicotómicas, excluyéndose a los independientes y a las personas que se identifican con partidos distintos al PAN, PRI y PRD. Finalmente, se incluyen *controles sociodemográficos*: ingreso, edad y educación, mientras que el sexo se utilizó para separar a las dos submuestras y analizar por separado a las mujeres y hombres.⁵

Entre los resultados más importantes del Cuadro 3 está que la identificación de las mujeres con el PAN, el partido de Vázquez Mota, tiene un efecto negativo o insignificante en 2012 por sí solo y en comparación con la elección presidencial anterior, con excepción de un leve interés significativo, aunque menor que en 2006, reportado en la campaña presidencial de 2012. Por ejemplo, ser panista no hace que una mujer esté más interesada con la política que una independiente ni la motiva a usar medios de comunicación masiva para informarse sobre la elección. Mientras que en 2006 la identificación con el PAN tenía un efecto positivo en el nivel de sofisticación político de las mujeres, en 2012 tiene el efecto contrario. Las panistas tienden a conversar menos en 2012 que en 2006 y su identificación partidista no tiene un efecto en su percepción de poder convencer a otros de cómo votar. La identificación con el PRI o el PRD tiende a presentar un efecto más positivo en el involucramiento y la participación política de las mujeres que la identificación con el PAN. La identificación partidista también empodera a los hombres y mujeres al sentirse capaces de cambiar la opinión de otros sobre temas políticos, aunque el efecto del panismo en 2012 es insignificante para las mujeres y no tan significativo.

En términos de voto reportado, el análisis compara la probabilidad de votar por los candidatos del PAN y del PRD con relación a los candidatos del PAN en cada elección. Como se puede observar, la ideología no tiene un efecto en la preferencia electoral de las mujeres, el único efecto positivo que encontramos es el de la identificación partidista. Las mujeres que se identifican con un partido político tienden a votar por este partido.

⁵ En ambas encuestas la edad y la educación se midieron de la misma manera. El ingreso se midió de manera distinta, por lo que se crearon cuatro categorías: clase baja, clase media baja, clase media y clase alta, de acuerdo a la categorización de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, AC.

En el caso de los hombres, la identificación panista los ayuda menos que la identificación con el PRI y el PRD, pero tiene un efecto levemente más positivo que en el caso de las mujeres. En términos de interés político y electoral, estar identificado con algún partido político aumenta el interés para hombres y mujeres, excepto en los casos antes señalados. Las mujeres y hombres que se identifican con algún partido político utilizan más medios de comunicación para informarse de la política que los independientes, excepto por los panistas en 2012. La identificación con el PAN no tiene efecto alguno con el nivel de sofisticación política de los hombres.

En tratándose de preferencia electoral, la ideología llegó a afectar a algunos hombres en la elección de 2006 y 2012, a diferencia de las mujeres, que no les afectó. En 2006, los hombres liberales tendieron a votar más por el candidato tricolor que por el perredista, aunque el efecto es casi insignificante. Este comportamiento de los liberales puede deberse a la campaña negativa que identificaba a López Obrador como un peligro para el país. En 2012 los hombres conservadores tendieron a votar más por Peña Nieto que por Vázquez Mota, lo cual se puede deber a que de acuerdo a la ideología conservadora los hombres son mejores gobernantes que las mujeres. En ese caso, Peña Nieto podría estar ideológicamente más cerca de los hombres conservadores que López Obrador, por lo que al no creer en el liderazgo de Vázquez Mota votaron por la segunda opción ideológica más cercana a ellos. En términos de identidad partidista, los hombres se comportaron de manera congruente con ésta votando por el partido de su preferencia.

Los datos del Cuadro 3 nos hacen ver que, en general, el panismo no benefició a las mujeres ni a los hombres en la elección de 2012. De hecho, son las mujeres que se identifican con los otros partidos las que más se involucran en la política y participan. El argumento teórico del artículo predecía que las mujeres panistas se verían afectadas en 2012 de manera positiva por la candidatura de Josefina Vázquez Mota, ya que compartirían con ella el género e ideología. Sin embargo, son las priistas y perredistas las que más empoderamiento presentan. Lo anterior se puede deber a dos distintas causas o a una combinación de ambas:

1. La primera causa posible es que, en general, las mujeres panistas no crean en la capacidad de una mujer para ser presidenta.

Con tal de que una mayoría de panistas piense de esta manera es suficiente para no encontrar un efecto de la candidatura de Vázquez Mota en el grupo de mujeres panistas.

2. La segunda posible explicación fueron los cambios en posicionamientos ideológicos en materia social de la candidata panista. Tanto en el tema del matrimonio entre personas del mismo sexo como en el aborto, la candidata dio declaraciones contradictorias. Primero, la candidata se dijo en contra de estos dos temas y posteriormente afirmó que en lo personal ella no podía juzgar a nadie y no se opondría a lo logrado en estas áreas, dando un consentimiento tácito al *statu quo*.⁶ Las declaraciones contradictorias pudieron afectar, en general, a las mujeres conservadoras y panistas, quienes tienden a tener un posicionamiento más conservador sobre este tema que el resto de las mujeres. Estas contradicciones pudieron generar ambivalencia en el grupo, lo que las llevaría a desentenderse de la política y participar menos.

Por otro lado, la desventaja de Vázquez Mota en la competencia electoral pudo afectar al empoderamiento de las mujeres panistas y conservadoras. Si bien el PAN es uno de los tres partidos más importantes del país, la clara ventaja de Peña Nieto desde el comienzo de la campaña electoral podría haber provocado que las mujeres panistas y conservadoras no pensarán que el triunfo de Vázquez Mota era posible, lo cual evitaría que se vieran afectadas de manera positiva por su candidatura. Los datos de este estudio también demuestran que los hombres ubicados en el centro ideológico tendieron a votar más por Peña Nieto que por Vázquez Mota que los hombres conservadores, lo cual es un efecto esperado por la ideología que representa Acción Nacional, que lo ubica como un partido más conservador. Sin embargo, no hay diferencias significativas entre liberales y conservadores, lo que nos indica que Peña Nieto tuvo éxito al atraer a los hombres ubicados en el centro ideológico y evitar que votaran por el PAN.

⁶ Las primeras declaraciones fueron hechas en una reunión en la Conferencia del Episcopado Mexicano el 16 de abril de 2012. El segundo conjunto de declaraciones lo hizo ante estudiantes de la Universidad La Salle el 14 de mayo de 2012. Ambos actos fueron cubiertos por numerosos medios de comunicación nacional.

Cuadro 3. Modelos de regresión lineal y logística explicando el involucramiento político, sofisticación política y participación política de las mujeres y los hombres en 2006 y 2012

<i>Variables independientes</i>	<i>Interés en la campaña presidencial</i>				<i>Interés en la política</i>			
	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>		<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	2006	2012	2006	2012	2006	2012	2006	2012
Centro	0.001	0.022	0.022	-0.022	0.030	0.061*	0.056*	-0.015
Liberal	-0.015	0.013	-0.001	0.060 ⁺	-0.001	-0.057*	0.023	0.680*
Panista	0.131***	0.089*	0.163***	0.124**	0.115***	0.034	0.156***	0.095*
Priista	0.123***	0.116***	0.104***	0.138***	0.113***	0.105***	0.124***	0.104***
Perredista	0.138***	0.079*	0.137***	0.120***	0.089***	0.068 ⁺	0.119***	0.131***
N	989	752	940	740	989	752	942	739
R ² ajustada	0.095	0.037	0.119	0.060	0.092	0.062	0.113	0.053

<i>Variables independientes</i>	<i>Uso de medios</i>				<i>Sofisticación política</i>			
	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>		<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	2006	2012	2006	2012	2006	2012	2006	2012
Centro	-0.004	0.011	0.018	0.015	0.025	0.025	0.025	0.046 ⁺
Liberal	0.015	0.008	-0.020	0.028	0.032 ⁺	0.016	-0.013	0.030
Panista	0.085***	0.026	0.035*	0.036	0.052**	-0.062*	0.028	0.036
Priista	0.046**	0.035 ⁺	0.053**	0.051**	0.004	-0.051*	0.044*	0.027
Perredista	0.060***	0.036	0.096***	0.067**	0.013	-0.016	0.062**	0.077**
N	986	741	930	726	994	753	943	740
R ² ajustada	0.162	0.162	0.174	0.119	0.148	0.222	0.134	0.180

<i>Variables independientes</i>	<i>Conversaciones</i>				<i>Convencer a otros</i>			
	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>		<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	2006	2012	2006	2012	2006	2012	2006	2012
Centro	0.005	0.016	-0.021	0.013	0.050 ⁺	-0.010	0.004	0.011
Liberal	-0.010	-0.007	-0.018	0.022	-0.014	-0.021	-0.014	0.062 ⁺
Panista	0.077***	0.049	0.105***	0.108**	0.128***	0.036	0.196***	0.111*
Priista	0.092***	0.073**	0.117***	0.096***	0.147***	0.071*	0.144***	0.109***
Perredista	0.099***	0.127***	0.130***	0.117***	0.097***	0.097*	0.180***	0.158***
N	994	753	943	740	986	753	934	740
R ² ajustada	0.104	0.100	0.104	0.065	0.055	0.041	0.077	0.086

Variables independientes	Abstencionismo						Voto ³			
	Mujeres		Hombres		Mujeres					
	2006	2012	2006	2012	Calderón/Madrado	López/Madrado	Vázquez/Peña	López/Peña		
Centro	-0.143	0.071	0.295	0.093	-0.125	0.467	0.062	0.571 ⁺		
Liberal	0.122	0.29	-0.051	-0.468	0.111	0.342	0.149	0.624 ⁺		
Panista	-0.160	0.185	-0.875***	-0.209	—	—	—	—		
Priista	-0.724**	-0.029	-0.654**	-0.532*	-3.057***	-2.820***	-3.267***	-3.452***		
Perredista	-1.023***	-0.928 ⁺	-0.873***	-0.243	-1.729*	3.267***	0.204	3.148***		
N	983	751	933	735	741		595			
Pseudo-R ²	0.042	0.038	0.060	0.040	0.380		0.320			

Variables independientes	Voto de los hombres					
	Calderón/Madrado		López/Madrado		Vázquez/Peña	
	2006	2012	2006	2012	2006	2012
Centro	0.253	0.591	0.591	0.050	-0.873*	0.050
Liberal	-0.268	-0.619 ⁺	-0.619 ⁺	0.009	0.009	0.361
PAN	—	—	—	—	—	—
PRI	-3.790***	-3.456***	-3.456***	-2.245***	-2.245***	-2.814***
PRD	-2.153**	2.398***	2.398***	-0.630	-0.630	2.665***
N		701	701	570		
Pseudo-R ²		0.382	0.382	0.280		

Nota: El nivel de significancia es el siguiente: *0.01 < valor-p ≤ 0.05; **0.001 < valor-p ≤ 0.01; ***valor-p ≤ 0.001; ⁺ 0.05 < valor-p ≤ 0.10.

Conclusiones

La discusión de este capítulo empezó con la pregunta sobre el efecto de la candidatura de Josefina Vázquez Mota en el comportamiento político de las mujeres, mayormente, y de los hombres. La evidencia de otros países, principalmente de Estados Unidos, señalaba que la presencia femenina en la boleta electoral podría motivar a las mujeres a interesarse y participar más en la política siempre y cuando la candidatura fuera viable.

Por otro lado, no podemos olvidar que Vázquez Mota representaba a un partido político con una ideología específica. Con base en la literatura sobre señales informativas y múltiple membresía de grupo se argumentó que algunos sectores del electorado se sentirían ambivalentes ante la candidatura de Vázquez Mota. En particular, los hombres conservadores y las mujeres liberales deberían ser los más ambivalentes, por consiguiente los que menos se verían afectados de manera positiva por la candidatura de la panista. Finalmente, se argumentó que las mujeres panistas debían ser las más beneficiadas de la candidatura expresando mayor sofisticación, interés y participación en la política que el resto de las mujeres.

Los resultados del análisis demuestran que hubo un efecto positivo entre las mujeres en 2012, independientemente de ideología y partidismo al compararlas con las mujeres en 2006. De hecho, la brecha de género se cerró en el interés expresado por las mujeres en la política y en la campaña presidencial.

En general, los datos demuestran que aquellas personas que se identificaban con el PAN fueron las menos involucradas en la contienda electoral de 2012. En el caso de las mujeres, contrario a las expectativas, las mujeres priistas y perredistas mostraron un mayor beneficio de la candidatura de Vázquez Mota que las panistas. Una posible explicación a este resultado es que las mujeres panistas se sentían más ambivalentes hacia la candidatura de Vázquez Mota al considerar que una mujer no estaba tan calificada para gobernar como un hombre, o la ambivalencia se debió a los posicionamientos contradictorios de la candidatura en temas sociales. En el caso de las mujeres priistas y perredistas, puede ser que la ambivalencia no se haya dado por anteponer su identidad partidista a la de género y que se hayan sentido más atraídas a la campaña y a par-

ticipar por la expectativa de ver cómo sus candidatos respondían a una mujer en la contienda electoral. En el caso de los hombres panistas, la teoría predecía que éstos presentarían ambivalencia ante la candidatura de Vázquez Mota, ya que, por un lado tendrían que apoyar a su partido, pero, por el otro, expresar dudas acerca de su capacidad de gobierno. La ambivalencia provocaría que no se interesaran tanto en la campaña presidencial. Este estudio demostró que hay evidencia para apoyar la hipótesis de la ambivalencia entre los hombres panistas en comparación con los que se identifican con otros partidos.

En resumen, la candidatura de Josefina Vázquez Mota parece haber motivado a las mujeres a involucrarse más en la política en este año electoral. Sin embargo, al desagregar a las mujeres por identidad partidista observamos que son las priistas y perredistas, mas no las panistas, las más beneficiadas. Asimismo, al observar el involucramiento político de los hombres, son los panistas los que participaron en menor medida en la política en esta última elección. Las posibles causas del desafecho político de las mujeres panistas pueden ser que su misma ideología las llevaba a dudar de la capacidad de una mujer para gobernar y/o que la campaña de la panista, un tanto contradictoria en sus posicionamientos sociales, les produjera ambivalencia al no ser una campaña claramente conservadora. La teoría sobre múltiple membresía de grupo señalaba que los hombres conservadores sentirían ambivalencia ante la candidatura de la panista por tener dudas sobre su capacidad de gobernar al ser mujer, lo cual puede explicar las diferencias en detrimento de los hombres panistas.⁷

⁷ Otra posible explicación es que al perder el PAN la encuesta capturó un porcentaje menor de mujeres y hombres que se consideraban panistas y dejaron de serlo al perder el partido. Sin embargo, al quedar sólo las personas que se identifican fuertemente con el partido, la teoría debía aplicar de manera más contundente entre los partidistas fuertes. Por tanto, a pesar de que es probable que menos personas reporten identificarse con este partido, este hecho no es una explicación satisfactoria para los resultados encontrados.

Anexo 1

Preguntas

Interés en las campañas presidenciales

¿Me podría decir qué tan interesado estuvo en seguir las campañas de los candidatos a la Presidencia de la República?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| Muy interesado | Poco interesado |
| Algo interesado | Nada interesado |

Interés en la política

Por lo general, ¿qué tanto se interesa usted en la política? ¿Diría que suele estar muy interesado, algo, poco o nada interesado en la política?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| Muy interesado | Poco interesado |
| Algo interesado | Nada interesado |

Uso de medios

Pregunta 2012: Durante las campañas electorales, ¿con qué frecuencia siguió las noticias en...? (1=Todos los días o casi todos los días/2=Tres o cuatro días por semana/3=Uno o dos días por semana/4=Con menor frecuencia/5=Nunca)

- | | | |
|---|-------------|------------------|
| a) Los periódicos | b) Internet | c) La televisión |
| d) Redes sociales como Facebook y Twitter | e) La radio | |

Pregunta 2006

Durante las campañas electorales, ¿con qué frecuencia siguió las noticias en...? (1=Todos los días o casi todos los días/2=Tres o cuatro días por semana/3=Uno o dos días por semana/4=Con menor frecuencia/5=Nunca)

- | | | |
|-------------------|------------------|-------------|
| a) Los periódicos | b) La radio | c) Revistas |
| d) Internet | e) La televisión | |

Participación política

Sabemos que algunas veces las personas no pueden ir a votar el día de la elección. ¿Usted votó en las elecciones presidenciales del pasado 1 de julio? 1. Sí/ 2. No/ 3. NS/NC

Conversación política

¿Con qué frecuencia hablaba usted acerca de las campañas electorales con... (LEER): frecuentemente, algunas veces, rara vez o nunca?

1=Frecuentemente/ 2=Algunas veces/ 3=Rara vez/ 4=Nunca 5=NS/NC

- a) Los miembros de su familia b) Sus vecinos
- c) Sus amigos d) Sus compañeros de trabajo

Tratar de convencer a alguien

Cuando usted tiene una fuerte opinión acerca de un asunto político, ¿con qué frecuencia trata de convencer a sus amigos, familiares o compañeros de trabajo de compartir sus puntos de vista? (LEER)

- 1. Frecuentemente/
- 2. Algunas veces/
- 3. Rara vez/
- 4. Nunca 5= NS/NC

Identidad partidista

Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista? (INSISTIR)
¿Se considera muy o algo...?

- 1. Muy priista 5. Muy perredista
- 2. Algo priista 6. Algo perredista
- 3. Muy panista 7. Otro
- 4. Algo panista 8. Ninguno

Ideología

Ahora le voy a leer algunas frases. Usando esta tarjeta, dígame por favor con cuál de las dos frases está más de acuerdo. El 1 significa que está completamente de acuerdo con la primera frase y 10 está completamente de acuerdo con la segunda frase. También puede escoger del 2 al 9 como opiniones intermedias.

(1) Defender nuestros valores religiosos y morales	(10) Respetar la libertad de los individuos de ser y creer
(1) Mantener la ley y el orden	(10) Defender las libertades civiles
(1) El aborto debe ser siempre ilegal	(10) El aborto debe ser legalizado

Preguntas de conocimiento político, 2006

Nos gustaría saber qué tan familiarizados están los mexicanos con algunas personalidades públicas. Por ejemplo, ¿recuerda usted el nombre de... (LEER CARGOS)? (ANOTAR EL NOMBRE Y CODIFICAR 1 si recuerda/correcto, 0 no recuerda/NS/incorrecto).

- a) El secretario de Hacienda: (NO LEER: FRANCISCO GIL DÍAZ)
- b) El presidente del IFE: (NO LEER: LUIS CARLOS UGALDE)
- c) El vocero del presidente FOX: (NO LEER: RUBÉN AGUILAR)
- d) El conductor del noticiario nocturno de Televisa: (NO LEER: JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA,
- e) El presidente de Estados Unidos: (NO LEER: GEORGE W. BUSH).

Preguntas de conocimiento político, 2012

Nos gustaría saber qué tan familiarizados están los mexicanos con algunas personalidades públicas. Por ejemplo, ¿me podría decir el nombre de..? (LEER CARGOS PERO NO LEER NOMBRES) (1=Mencionó; 0=No mencionó)

- a) El Presidente del IFE (LEONARDO VALDÉS)
- b) El Jefe de Gobierno del DF (MARCELO EBRARD)
- c) El conductor del noticiario nocturno de Televisa (JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA)
- d) La lideresa del sindicato de maestros (ELBA ESTHER GORDILLO)
- e) El presidente de Estados Unidos (BARACK OBAMA)

Pregunta sobre voto para presidente, 2006

Por favor use esta boleta para marcar: ¿por quién votó usted para presidente de la república?

1. Calderón/PAN
2. Madrazo/AM
3. AMLO/PBT
4. Campa/NA
5. Mercado/ASDC
6. Otro
7. No sabe
8. Ninguno
9. No votó

Pregunta sobre voto para presidente, 2012

(BOLETA PRESIDENTE) Podría por favor marcar en esta boleta, ¿por quién votó usted para presidente de la república?

1. Vázquez Mota/PAN
2. Peña Nieto/PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
5. Candidato no registrado
6. No sabe/No recuerda
7. Anuló su voto
8. Ninguno/No votó

CAPÍTULO III

Bases ideológicas y valorativas del votante mexicano y su efecto en el voto. Síntomas de una creciente institucionalización

Mariano Torcal

Este capítulo se centra en el análisis de la escala izquierda-derecha en México en las elecciones de 2012, aunque con una mirada retrospectiva a las elecciones de 2006. En el mismo se estudia la importancia de esta escala ideológica como elemento de anclaje¹ de los votantes mexicanos; es decir, se analiza en qué medida dicha escala contiene y representa el conjunto de valores ideológicos y potenciales conflictos sociales y partidistas de los votantes mexicanos y si, como tal, esta escala estructura la formación de sus principales preferencias partidistas a la hora de decidir el voto.

La escala izquierda-derecha ya ha sido objeto de estudio en México con anterioridad (Moreno, 1999a y 1999b, 2003, de próxima publicación; Estévez y Poiré, 2001; Poiré, 2002; Beltrán, 2009; McCann 2009). Estos estudios han contribuido de manera importante a entender al-

¹ Por *anclaje electoral* entiendo el conjunto de los factores que forman parte directa del entramado y el contexto social y organizacional, y de los valores prepolíticos adscritos a los mismos que establecen una interacción con el individuo en la formación de sus preferencias partidistas contribuyendo a dar estabilidad y predictibilidad al comportamiento de los votantes (Zuckerman, Kotler-Berkowitz y Swaine, 1998; Anduiza y Bosch, 2004, 191-9).

gunos aspectos básicos de la escala izquierda-derecha en este país, poniendo especial atención a aquéllos relacionados con su contenido valorativo o de temas, el efecto que hayan podido tener en la misma, la polarización de las élites partidistas (evidenciando la naturaleza endógena de la escala), o su capacidad predictiva del voto.

Sin embargo, pese a la importancia de tales estudios, todavía sigue habiendo ciertos aspectos inexplorados y algunas controversias al respecto. Parece más o menos claro que, como algunos de esos trabajos han señalado, los contenidos valorativos y partidistas de la escala izquierda-derecha en México se habrían mostrado cambiantes y volátiles. En este sentido, siguen siendo importantes las contribuciones que enfatizan la naturaleza cambiante de la escala (Lawson, 1999; McCann y Lawson, 2003), interpretando la misma como un síntoma de su falta de estructuración y argumentando su escasa utilidad entre el votante mexicano. Sin embargo, algunos académicos en desacuerdo con esta posición (Moreno 2003; McCann, 2009) mantienen que, tras unos inicios algo inestables que se manifiestan en torno al inicio de siglo (fundamentalmente motivados por la creciente derechización del panismo) y atribuibles a la corta edad democrática del país y al efecto de la competencia y la acción estratégica de los principales actores políticos del sistema (Moreno 1999b; Moreno y Zechmeister, 2002), dicha escala izquierda-derecha en México ha adquirido una creciente estabilidad al menos en sus aspectos más básicos. Ésta sería, por tanto, la postura de aquellos que defienden la importancia de la escala ideológica como un mecanismo básico en la articulación de competencia política en México, constituyéndose en el responsable de la estructuración del conflicto partidista y electoral, y su estabilización. Pero ¿cuál sería realmente el grado de estabilidad de la escala izquierda-derecha en México? ¿Está su estabilidad basada en elementos concretos que la estructuran y le dan contenido y significado concreto? ¿Qué papel juega la escala en definir los espacios de competencia de los partidos? Finalmente, ¿son sus efectos visibles y estables en el comportamiento electoral de los votantes mexicanos?

Abordar estas cuestiones para las pasadas elecciones de 2012 es importante y muy pertinente debido a los acontecimientos políticos acaecidos desde 2006 y su posible incidencia en la escala ideológica. En los últimos seis años ha habido un gobierno del Partido de Acción Nacional

(PAN) de naturaleza bastante conservadora en lo económico y social que ha sido objeto de un importante deterioro en lo que se refiere a sus apoyos populares. Ello al tiempo de que, por su derecha, parece haber resurgido un partido, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), que aunque tradicionalmente conservador (Moreno, 1999a y 2003), ha querido ganar las elecciones de 2012 con un tono más centrista (al menos, populista). También ha habido una oposición más radical por la izquierda con el Partido de la Revolución Democrática (PRD) que sistemáticamente desde 2006 ha cuestionado la legitimidad de los procesos electorales, planteando un frente común en contra de los otros dos grandes partidos del sistema, que ahora aparecen como los defensores del actual sistema democrático (a diferencia del pasado cuyo frente prodemocrático estaba integrado por el PRD y el PAN) (Moreno, 1999a y 1999b). Para finalizar, este último gobierno del PAN ha protagonizado una política de lucha contra los cárteles de las drogas muy agresiva que ha generado unos niveles de violencia e inseguridad ciudadana desconocidos, pero, sobre todo, y con independencia de sus resultados, ha generado una gran controversia pública al respecto y un importante descrédito del gobierno panista y de su presidente. ¿Cómo han afectado todos estos aspectos a la escala izquierda-derecha en México? ¿Cuáles han sido sus elementos valorativos más significados en 2012? ¿Cuáles son los elementos partidistas de la escala en 2012? ¿Fueron los mismos que en 2006 o han cambiado? ¿Han cambiado los perfiles ideológicos de los votantes de los tres grandes partidos? ¿Sigue teniendo la escala la misma capacidad de predecir el voto?

Esta discusión no sólo es relevante para el caso mexicano que tratamos, sino también desde el punto de vista comparado. La escala izquierda-derecha es uno de los aspectos de los estudios electorales que más atención ha recibido (Mair, 2007). Esto se debe a que se considera que es uno de los elementos que dan anclaje y predictibilidad al voto, articulando los espacios de competencia partidista del sistema. Las conclusiones sobre México al respecto, sin embargo, apuntan a dos aspectos controvertidos en lo que hacen referencia a la escala izquierda-derecha. El primero tiene que ver con la importancia de la escala izquierda-derecha en América Latina, objeto acalorado de disputa en los últimos años, en donde destaca un grupo de académicos que critica su utilidad en el contexto político latinoamericano (Roberts y

Wibbels, 1999; González y Queirolo, 2009; Jou, 2011). El segundo está relacionado con la importancia de la escala izquierda-derecha como potencial elemento configurador de la institucionalización de los sistemas de partidos. Uno de los elementos definidores de dicho fenómeno es la presencia entre los votantes de ciertos elementos de anclaje que le dan a su comportamiento predictibilidad y ayudan a configurar los llamados atajos informativos (Popkin, 1991; Lupia y McCubbins, 1998; Lau y Redlawsk, 2001 y 2006). Dichos elementos de anclaje ideológico parecen ser más precarios entre los ciudadanos de las nuevas democracias que cuentan en muchos casos con un escaso nivel de institucionalización de sus sistemas de partidos (Mainwaring y Torcal, 2006).

En este trabajo va a argumentarse que la escala izquierda-derecha en México tiende a estar bastante estabilizada en términos agregados y que sus elementos constitutivos (componentes) más importantes (valorativos, sociales y partidistas) tienen una notable y estable incidencia a la hora de que los mexicanos expresen sus posicionamientos ideológicos (especialmente el partidista) y sus preferencias electorales, mostrando, de paso, la creciente institucionalización del sistema de partidos en México. Para ello, vamos a comenzar por mostrar y discutir primero la distribución de la escala en las dos últimas elecciones y, después, la ubicación por parte de los votantes de los partidos en la misma, para posteriormente señalar la importancia relativa de los elementos que la estructuran y le dan estabilidad. Se concluye con una sección final que muestra la capacidad de la escala ideológica para predecir las preferencias electorales entre los tres grandes partidos del sistema. Para todo ello vamos a utilizar, como el resto de los capítulos de este libro, los datos de la encuesta electoral del proyecto CNEP levantadas en los años 2006 y 2012.

¿Por qué un estudio de la escala en México?

La ideología, medida por la conocida escala izquierda-derecha, es uno de los aspectos que han recibido mayor atención en los estudios electorales comparados (Mair, 2007) desde su desarrollo y discusión en los estudios pioneros de comportamiento electoral con encuestas (Inglehart y Klingemann, 1976). Ello se debe a varias razones: primero, a que a esta escala se le ha atribuido un papel básico como instrumento para enten-

der, clasificar y reducir la complejidad del mundo político, al menos de la mayoría de las democracias europeas, incluyendo las nuevas del Este de Europa (Laponce, 1981; Jennings *et al.*, 1990; Markowski, 1997; Dalton, 2006); segundo, porque los principales estudios que hacen referencia a las ubicaciones/identificaciones sobre la escala ideológica, definida por los términos izquierda-derecha, le atribuyen una gran capacidad de adaptación y absorción de los nuevos y viejos conflictos ideológicos y valorativos (Sani, 1974; Laponce, 1981; Sani y Sartori, 1983; Sani y Montero, 1986; Huber, 1989); tercero, se ha tendido de forma mayoritaria a contemplar estos posicionamientos en la escala como la expresión de los valores, las orientaciones ideológicas y las preferencias partidistas de las personas en la mayoría de las democracias, permitiendo la comparabilidad de sus efectos en el voto (Mair, 2007); cuarto, y tal vez por eso mismo, se ha constituido en uno de los factores fundamentales que organizan la competencia partidista y explican la estructura de la competencia electoral en la mayoría de los sistemas de partidos de las democracias contemporáneas (Downs, 1957; Inglehart, 1979; Percheron y Jennings, 1981; Sani y Montero, 1986; Przeworski y Sprague, 1986; Rabinowitz y MacDonald, 1989; Fleury y Lewis-Beck, 1993; Iversen, 1994; Listhaug *et al.*, 1994; Sanders, 1999; Eijk *et al.*, 2005; Thomassen, 2005). Finalmente, la escala izquierda-derecha se encuentra entre los llamados atajos informativos (Lau y Redlawsk, 2001 y 2006), lo que supone que para un número importante de votantes en muchas democracias ésta sea un elemento básico del comportamiento que contribuye no sólo a reducir el coste de la información, sino a propiciar la institucionalización de los sistemas de partidos, proporcionando a los votantes un mecanismo que le ayude a entender y simplificar el mundo político dándole, como consecuencia, estabilidad y sentido (Mainwaring y Torcal, 2006).

Sin embargo, las propiedades y comportamiento de dicha escala izquierda-derecha no han estado exentos de debate en muchos de los estudios de comportamiento político en América Latina. Por ejemplo, se ha señalado la falta de contenidos ideológicos de la escala en esa región, y su reducido reconocimiento y uso entre muchos de sus ciudadanos (González y Queirolo, 2009; Jou, 2011), o su limitada estabilidad si se compara con la que existe entre los ciudadanos de Europa (Roberts y Wibbels, 1999). Estas posiciones han propiciado una creciente popularidad de la hipótesis que defiende la reducida capacidad y funcionalidad

de la escala ideológica para estructurar las opiniones y preferencias partidistas de los ciudadanos de esa región del mundo, y, por tanto, para tener efecto a la hora de dar coherencia y sentido a la estructura competitiva de los distintos sistemas de partidos de estos países (Zechmeister, 2013).

Ahora bien, este fenómeno presenta muchas variaciones en el continente (Došek, 2011), y México aparece entre los países en donde el reconocimiento de la escala es mayor dentro del contexto latinoamericano (Zechmeister, 2013; Zechmeister y Corral, 2011; Zechmeister y Corral, de próxima publicación), estando por encima de muchos países del Este de Europa e incluso de Europa Occidental. Por ello, es de esperar que la escala en México no sólo muestre una cierta estabilidad agregada entre elecciones, sino que la estructura de su configuración sea estable y consistente en el tiempo, además de cumplir con las funciones estructuradoras del comportamiento de los ciudadanos y del sistema de partidos que se le atribuyen en la literatura comparada.

De este modo, se propone formular dos hipótesis respecto a la estabilidad de la escala izquierda-derecha en México. Primero, que la escala en México es estable respecto a la distribución agregada entre 2006 y 2012, evidenciando su consolidación entre los votantes, pese a los acontecimientos políticos y los cambios electorales producidos (H1a); y, segundo, esa estabilidad debe estar también presente entre los elementos que la configuran y estructuran (H1b); es decir, en los llamados “componentes” de la escala.

El primer y posiblemente más influyente trabajo que discute los elementos estructuradores (o componentes) de la escala izquierda-derecha es el de Inglehart y Klingemann (1976) en donde se señala que existen dos muy importantes a considerar: el componente partidista, que se asimilaría a las lealtades partidistas y funcionaría como una especie de identificación con un partido al estilo de la *partisanship* de los países anglosajones; y un componente ideológico, asociado a las posiciones sobre los temas y que recibe indistintamente la denominación de componente ideológico en la literatura.

Respecto al primero de los componentes de la escala, estos mismos autores afirman que si una persona se siente cercana a un partido determinado, tenderá a situarse en la escala de acuerdo a la posición del partido preferido. Como afirma Sani (1974: 207), la presencia de este

componente se debe a que ambas se adquieren y desarrollan al mismo tiempo y están íntimamente conectadas y definidas por las situaciones histórico-políticas que rodean e impulsan su creación. A partir de la confluencia de todas estas circunstancias se cristaliza la imagen ideológica de cada partido definida por Sartori (1976: 382) como “un grupo de políticas vago, condensado en, y expresado por, una palabra o un lema”. Estas imágenes, en tanto que representación de las políticas generales que propone cada partido, facilitan su colocación en la escala izquierda-derecha, contribuyendo a darle sentido y significado (Barnes, 1971; Barnes y Pierce, 1971; Sani, 1974; Inglehart y Klingemann, 1976).

Por lo que se refiere al componente ideológico, tal y como es definido inicialmente por Inglehart y Klingemann (1976), éste representa precisamente el efecto que tienen en la escala las posiciones de los electores acerca de los temas valorativos y políticos; es decir, las ubicaciones sobre la escala se producen y se explican a través de sus preferencias acerca de estos valores. No obstante, se trata de un componente más difícil de medir que el partidista, porque es más fácil listar los partidos políticos de un sistema que los temas más importantes de conflicto de la sociedad de que se trate. Los temas son numerosos y a veces pasajeros, y la consideración de su importancia entre individuos y países varía de forma notable, dificultando con ello la comparación del peso del componente en el tiempo y entre países. De cualquier modo, pese a la multiplicidad de temas que puede incluir el componente ideológico de la escala y de los cambios que se han producido en el contenido de la dimensión izquierda-derecha, Inglehart y Klingemann (1976: 135) consideran que la izquierda representa “la defensa del cambio social hacia la búsqueda de una mayor igualdad política, económica o social” y la derecha, “el apoyo a un orden tradicional, más o menos jerárquico, en oposición al cambio y a una mayor igualdad”. Laponce (1981), en su clásico estudio sobre este tema, defiende que existe una asociación estable a lo largo del tiempo entre religión y jerarquía con la derecha, y laicismo (o antirreligiosidad) e igualitarismo con la izquierda. Bobbio (1996) defiende que el mejor elemento que define la izquierda y la derecha es la actitud diferente que las personas asumen frente al ideal de la igualdad.

Sin embargo, la literatura ha señalado la importancia de un tercer componente en la escala izquierda-derecha que hay que añadir a los dos anteriores. Se trata del “componente social” que recoge las “bases sociales” de

los alineamientos de los electores con relación a las divisiones o conflictos de clase, religioso y de aquellos emergentes relacionados con la denominada “nueva política” (género, ecología, etcétera) (Freire, 2006 y 2008). Según este mismo autor, este componente social es el predominante en Europa porque los electores no dejan de procesar y valorar las influencias que reciben del entorno político, y con ello el efecto de las decisiones y las actuaciones de los partidos en su lucha por ganar el gobierno o conservarlo en línea con sus propios intereses sociales e identitarios.

Pero la controversia no sólo se reduce a la presencia de estos tres componentes en la escala (valorativo, social y partidista), también hace referencia a su relativa prevalencia a la hora de explicar las posiciones de los individuos en la misma. Inglehart y Klingeman (1976) ya destacaron en sus estudios iniciales que el componente dominante era el partidista, por su utilidad y simplicidad, algo también reseñado por la literatura sobre identidad partidista como ha analizado Shively (1979), por ejemplo. Si bien, como estos mismos autores afirman, el componente ideológico o basado en los temas suele jugar un papel más importante entre los más educados e implicados políticamente.

Aunque esta conclusión ha sido objeto de alguna controversia (Huber, 1989; Knutsen, 1997), en general se acepta que el componente partidista es el principal, especialmente en aquellas sociedades en donde existen reducidos niveles de movilización política y cognitiva. Por ello, como señala Knutsen (1997), los elementos partidistas suelen ser más importantes a la hora de predecir el posicionamiento en la escala en sociedades no avanzadas, ya que los menores niveles de alfabetización y educativos, y la presencia de los flujos de información derivados del escaso desarrollo de los medios de comunicación de masas, habrían promovido una menor consistencia entre las preferencias partidistas y las políticas entre los ciudadanos, propiciando no sólo una menor presencia de componentes ideológicos en la escala, sino también una menor interconexión entre éstos y el componente partidista. A esto hay que añadir que, como argumentan Inglehart y Klingemann (1976), el nivel agregado del componente partidista de las ubicaciones habría de prevalecer allí donde las lealtades partidistas son fuertes.

En este sentido, es de esperar que el componente partidista sea el más importante en las sociedades que, como México, se caracterizan por los escasos o limitados niveles de movilización cognitiva que pro-

piciarían la existencia de condiciones adecuadas para la escasa adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades cognitivo-políticas, causando un escaso interés por los asuntos públicos, y, por tanto, una escasa presencia de los componentes ideológico y social en la escala. A esto habría que añadirle la fuerte identidad partidista que existe en la sociedad mexicana con los principales partidos del sistema (Moreno, 2003; Moreno y Méndez, 2007; Moreno 2012: 581), lo que daría todavía más peso al componente partidista.

Por tanto, la segunda hipótesis (H2) sería que el componente partidista es el más elevado y consistente a la hora de explicar las posiciones en la escala entre aquellos mexicanos que se ubican en la misma.

Adicionalmente, hay que abordar el tema de aquellos que no se ubican en la escala en México. Dado que la ubicación en las distintas posiciones de la escala depende en gran medida del efecto partidista, éste debería ser también la principal variable a la hora de explicar primero el reconocimiento o no de la escala y, segundo, para su utilización con el fin de ubicar a los partidos en el espacio de competencia (hipótesis H3). En cambio, las variables que miden aspectos relacionados con el componente valorativo e ideológico deben tener un efecto escaso o nulo en la no-ubicación. En todo caso, sí que podría esperarse que su utilización y reconocimiento estén relacionados con el grado de movilización cognitiva de los entrevistados (Inglehart, 1977 y 1990) (hipótesis H4), como se ha afirmado en la literatura comparada (Knutsen, 1997). La no-ubicación en la escala ideológica en México sería, de este modo, el resultado de ambos fenómenos: la ausencia de identidad de partido y la escasa movilización político/cognitiva de los individuos (hipótesis H3 y H4).

Por último, y para cerrar la discusión, hay que señalar de nuevo que el estudio de la escala izquierda-derecha en las democracias europeas ha sido justificado por su valor predictivo de las preferencias partidistas de los ciudadanos, constituyéndose en un elemento de anclaje que da estabilidad y racionalidad a las decisiones electorales tanto en el tiempo como en su contenido (Downs, 1957; Inglehart, 1979; Percheron y Jennings, 1981; Sani y Montero, 1986; Przeworski y Sprague, 1986; Rabinowitz y MacDonald, 1989; Fleury y Lewis-Beck, 1993; Iversen, 1994; Listhaug *et al.*, 1994; Sanders, 1999; Eijk *et al.*, 2005; Thomassen, 2005). En este sentido, y en el caso de México, parece que al menos para las elecciones de 2000 y 2006 la escala ideológica ha mostrado capacidad

predictiva del voto (especialmente respecto a los votantes de izquierda que tienden a votar más por el PRD) (Moreno, 2009a: 212). Por ello, cabría preguntarse si la escala ideológica ha tenido el mismo efecto en las elecciones de 2012. Por tanto, la última hipótesis (H5) es que los votantes de izquierda tienden a votar más por el PRD y los de derecha por el PRI y por el PAN, mostrando continuidad con lo ocurrido en 2000 y 2006.

La escala ideológica en México: distribución y ubicación de los partidos

¿En qué medida hay continuidad a nivel agregado de la escala ideológica en México? Los datos de la Tabla 1 muestran que la distribución de las categorías de la escala ideológica (agrupadas en dos) es bastante notable una vez descontados los efectos de la no-ubicación y los que no saben ni responden. Estos datos muestran, de nuevo, que el electorado mexicano sigue estando ligeramente más inclinado a la derecha y al conservadurismo, conforme a lo observado en 2006 (Beltrán, 2009: 91). El cambio más notable se limita al descenso en cuatro puntos porcentuales de la posición derecha (9-10) a favor del centro (5-6). Pero estas diferencias observadas podrían entrar dentro del margen del error muestral y, por tanto, no ser significativas, confirmando la estabilidad a nivel agregado de la escala (H1a). Lo único que requiere de una atención especial es el importante descenso de los ciudadanos que no se ubican en dicha escala o que no responden a la pregunta con respecto a 2006, aunque este dato debe leerse con mucha prudencia por inusualmente elevado, como evidencian otras encuestas y estudios de esos años e incluso de los anteriores.² Este porcentaje pasa de 54% en 2006 a sólo 17% en 2012, que es todavía elevado, pero que estaría dentro de la pauta observada en muchos países de Europa Occidental (Mair, 2007; Medina, 2010), por debajo de la media de lo observado en el resto de América Latina, que es en torno a 19% (Zechmeister y Corral, de próxima publicación), y muy por debajo de muchos países de Europa del Este con una media de 21% (Mair, 2007). Además, debe señalarse que este 17% de no-ubicación es el que se observa en la mayoría de las encuestas realizadas en México.

² Véase, por ejemplo, la encuesta poselectoral CIDE-CSES, 2006.

Tabla 1: Distribución de la escala izquierda-derecha en México, 2006 y 2012

<i>Posiciones escala</i>	<i>2006</i>		<i>2012</i>	
Izquierda (1-2)	11	24	15	18
Centro-izquierda (3-4)	4	8	8	10
Centro (5-6)	11	24	23	28
Centro-derecha (7-8)	6	13	14	16
Derecha (9-10)	14	32	23	28
No se ubica	10	—	7	—
NS/NC	44	—	10	—
N	2.104	962	1.600	1.315

Esto no significa que la escala sea estable a nivel individual, ya que para comprobar esto se necesitaría de un estudio panel, pero sí al menos muestra pautas de estabilidad agregada apreciables y muy semejantes a las observadas en el contexto europeo, en donde dicha escala cuenta con una enorme funcionalidad (Medina, 2010). Además, como han señalado algunos estudios de panel realizados en México, ésta a nivel individual es también notable (McCann, 2009: 276), lo que explicaría la que hemos apreciado en el nivel agregado.

Sin embargo, podemos añadir que dicha escala muestra constancia en sus factores explicativos o componentes en el tiempo (lo que abordaremos más tarde), y también su funcionalidad a la hora de definir los espacios ideológicos competitivos de los principales partidos del sistema.

En este sentido, los datos de la Tabla 2, que contiene la ubicación media de los cuatro partidos más significados del sistema en la escala izquierda-derecha en 2006 y 2012, resultan bastante reveladores. Como media los votantes mexicanos ubicaron a los partidos de derecha a izquierda en el siguiente orden y con puntuaciones muy semejantes en ambos años: PRI, PAN, PRD y PT. Lo único destacable, además de la estabilidad, es la derechización del PRI, volviendo a situarse de nuevo en la posición más a la derecha, como ya hacía en 2000 (Moreno, 2009: 211).

Tabla 2. Ubicación media de los partidos en escala izquierda-derecha según grado de identificación en México, 2006 y 2012.

(ubicaciones medias y, entre paréntesis, las desviaciones estándares)

Partidos	2006				2012			
	Muestra general	No ident.	Algo	Bastante	Muestra general	No ident.	Algo	Bastante
PAN	6,5 (3,6)	5,7	8,1	8,5	5,8 (3,1)	5,3	6,7	7,3
PRI	5,8 (3,6)	5,5	7,1	7,1	6,9 (3,2)	6,1	7,7	8,4
PRD	3,9 (3,3)	3,4	5,2	4,7	3,8 (2,9)	3,6	4,9	4,2
PT	3,8 (3,8)	—	—	—	3,6 (2,7)	—	—	—

Éste sería el único rasgo que parece haber cambiado respecto a la ubicación de los partidos, algo que, como va a verse, responde al hecho de que muchos de sus votantes en las últimas elecciones procedan del PAN.

Es cierto que la desviación estándar de estas ubicaciones es importante todavía, evidenciando cierta dispersión a la hora de ubicar a los partidos (Moreno, 2009a), pero en todo caso las ubicaciones no se dispersan más allá de las líneas que marcan los respectivos bloques ideológicos; es decir, no parece que haya casi votantes que ubiquen a los partidos de derecha en la izquierda y viceversa, evidenciando todo ello la funcionalidad de dicha escala a la hora de definir los espacios de competencia entre los tres grandes partidos mexicanos.

Para corroborar la capacidad estructuradora de la escala en la competencia partidista del sistema de partidos mexicano se analizará la ubicación de los partidos en la escala entre los respectivos identificados con los tres grandes partidos. Para medir dicha identificación se han construido tres variables que miden el grado de identificación con el priismo, panismo y perredismo. Para ello se ha utilizado la variable incluida en los estudios CNEP 2006 y 2012 que mide la dirección y el grado de identificación de la identidad partidista y que ya ha sido utilizada con anterioridad por otros académicos con el mismo propósito

(Moreno y Méndez, 2007; Moreno, 2012: 582).³ Debe indicarse que, para empezar, estas variables apuntan a la presencia de un grado elevado de identificación partidista entre los mexicanos, si bien varía según los partidos. Como puede verse en la Tabla 3, en general, el partido con más identificados es el PRI, especialmente en 2012. Los otros dos partidos muestran niveles parecidos de identificados en torno a 30%. Es cierto, sin embargo, que pese al crecimiento de identificados del PRI en 2012, el grado general de identificación con los otros dos partidos del sistema se ha reducido de modo visible, pero esto no es el asunto a tratar en este capítulo. Simplemente tratamos de ver cómo los distintos identificados ubican a los partidos en la escala.

Volviendo a la Tabla 2, que contiene la ubicación de los partidos en la escala según identificados y su grado de identificación, puede llegarse a las siguientes conclusiones. La primera es la estabilidad en las ubicaciones de los partidos entre todos los identificados y no identificados, exceptuando pequeñas variaciones que se van a comentar. La segunda es que la ubicación de los partidos entre los identificados y no iden-

Tabla 3. Identificación partidista en México, 2006 y 2012

<i>Grado de identificación</i>	2006			2012		
	PAN	PRI	PRD	PAN	PRI	PRD
Ninguna	68	60	72	80	44	75
Algo	22	22	15	11	27	15
Bastante	10	18	13	7	28	10
N	1.081	1.081	1.081	911	911	911

³ Se trata de las preguntas mx34 del estudio poselectoral 2006 y la pregunta p71 del cuestionario poselectoral de 2012. En los *años* se pregunta: Generalmente ¿usted se considera priista, panista o perredista? Los entrevistados pueden responder “muy” o “algo” a cada una de estas opciones y “otro” o “ninguno”. En total existen ocho categorías de respuesta, más “no sabe/no contesta”. De este modo se han creado tres o cuatro variables, una para cada uno de los partidos y otra para la opción “ninguno” que mide la no identificación con ningún partido. Las variables de identificación de cada partido tienen tres opciones: 2 “muy”, 1 “algo”, 0 “nada”, creada con aquellos que optan por algún otro partido o por ninguno. Por tanto, se trata de una variable ordinal que mide dirección e intensidad.

tificados presenta algunas diferencias, especialmente en lo que hace referencia al PRI y al PAN, los dos partidos que se disputan el espacio ideológico de derecha y centro-derecha. La tercera es que el movimiento del PRI hacia la derecha se confirma, pero más entre sus no identificados que entre sus identificados que tienden a presentar posiciones muy parecidas a las de 2006. Sin embargo, entre los identificados panistas se ha producido una “desderechización” entre 2006 y 2012. De nuevo parece que el crecimiento del PRI se ha dado como consecuencia de una derechización de sus votantes en detrimento de los votantes panistas. La cuarta es que en general el incremento en el grado de identificación produce una derechización de todos los partidos. Esta pauta es general para todos los partidos (incluido el PRD) y para los dos años, pero ha sido especialmente significativa para los dos partidos de la derecha. Esto tal vez sea reflejo del perfil generalmente conservador de la mayoría del electorado mexicano (Moreno, 1999, 2003 y 2009a; Beltrán, 2009) que se agudiza entre aquellos ciudadanos más identificados y, por tanto, más movilizados.

Pero volviendo al centro de nuestro argumento, no cabe duda de que la escala izquierda-derecha es claramente utilizada y de manera más o menos estable y funcional para definir las áreas de competencia entre los grandes partidos del sistema, con sólo algunas oscilaciones entre el panismo y el priismo, que lógicamente se deben a que ambos partidos, con vocación de gobierno, se intentan disputar el espacio conservador de competencia. El tiempo y los actores políticos contribuirán, como ha señalado algún académico (Beltrán, 2009), a definir el contenido partidista final de dicho espacio de competencia entre estos dos grandes partidos. La actual presidencia de Peña podría ayudar a esclarecer los respectivos espacios de competencia entre estos partidos.

Los componentes estructuradores de la escala

En este apartado vamos a tratar de ver la estabilidad y la relativa importancia de los factores que explican la ubicación de los electores mexicanos en la escala. Como se ha dicho, mostrar la estabilidad a nivel individual requiere de un estudio panel entre las dos elecciones,⁴ pero a

⁴ Para un estudio de esta naturaleza en donde se muestra la estabilidad en la ubicación en la escala de los mexicanos a nivel individual, véase McCann (2009).

falta de esos datos, por otra parte muy difíciles de obtener, puede analizarse la estabilidad y sentido de los componentes (predictores o factores explicativos) de la escala en las dos elecciones recientes de 2006 y 2012.

Como se ha discutido, los componentes a considerar son: el partidista, el ideológico o valorativo, y el social. Para medir el primero vamos a utilizar las tres variables de identificación partidista (panista, priista y perredista) que se han discutido en la sección anterior. Este componente no sólo debe ser importante y significativo, sino que además debe ser consistente en los dos años, mostrando que el PAN y el PRI favorecen los posicionamientos a la derecha, mientras que el PRD favorece los posicionamientos a la izquierda, conforme a lo ya señalado en estudios anteriores (Moreno, 2003).

El componente ideológico y valorativo se va a operacionalizar con algunas de las variables incluidas en la encuesta para medir conflictos valorativos e ideológicos. Existen trabajos anteriores en donde se ha abordado la dimensionalidad de esos indicadores (Moreno, de próxima publicación) llegando a conclusiones muy críticas con respecto a la estructura y dimensionalidad de estos indicadores y su incidencia en la escala. De hecho, se señalaba la presencia de tres, pero con dimensiones poco definidas y formadas por indicadores algo contradictorios y confusos. El análisis que se ha realizado de nuevo con los datos de 2006 y 2012, que no se muestran en este capítulo, vienen a confirmar estos resultados para los dos años, y eso pese a incluir más indicadores en la encuesta de 2012. La dimensionalidad de los conflictos valorativos o ideológicos parece, por tanto, ser un problema (es decir, la coherencia entre estos conflictos valorativos puede que no se refleje muy bien), pero tal vez alguno de ellos, de manera individual, pueda tener incidencia en el posicionamiento individual de los mexicanos en la escala. Por ello, en este trabajo se ha optado por seleccionar los indicadores individuales de algunos de estos conflictos valorativos e ideológicos. El criterio para escogerlos ha sido, primero, que estuvieran en las dos encuestas poselectorales (CNEP 2006 y 2012), y, segundo, que hicieran referencia a los grandes conflictos ideológicos y valorativos más significados en la literatura comparada y que ya se han discutido anteriormente. Por ello, los cinco conflictos valorativos seleccionados son: “mejorar servicios *vs.* reducir impuestos”, “distribución de riqueza *vs.* iniciativa individual”, “orden y ley *vs.* defender libertades”, “defensa de valores

morales y religiosos *vs.* libertad de creencias”, y finalmente “legalización o no del aborto”. Todos ellos se han medido en una escala *unfolding* que va de 1 a 10 y en donde se pide a cada individuo que se ubique.

La relación que existe entre todos ellos es débil y, por tanto, no hay problemas serios de multicolinealidad al incluir los cinco indicadores en el modelo (de ahí también la falta de una clara dimensionalidad detectada por los anteriores estudios que lo han abordado). A estos cinco indicadores se han añadido el indicador sobre el conflicto de apoyo a la democracia dada su importancia en la competencia partidista en las elecciones de las últimas décadas, si bien ha ido disminuyendo en los últimos años (Moreno 2009a: 208).

Finalmente, para el componente social se han incluido tres variables importantes: educación, ingresos y religiosidad (medida por la frecuencia de asistencia a misa y actos litúrgicos).

Se han estimado tres modelos para cada año. El primero sólo incluye como variables independientes las ideológicas y valorativas, dado que la fuerza de la relación de las mismas con la escala suele ser generalmente algo menor. En el segundo modelo se añaden los componentes sociales. En el tercero se incluyen todas las variables independientes (con excepción de los componentes ideológicos no significativos en aras de presentar modelos más simplificados). Antes de pasar a discutir los resultados debe recordarse que la escala izquierda es una escala que va de 1 a 10, siendo el 1 la posición de la izquierda y el 10 la de la derecha; es decir, si hay una relación negativa, esto significa que esa variable independiente tiende a explicar posicionamientos en la izquierda y si es, en cambio, positiva, significa que tiende a explicar posiciones en la derecha.

La Tabla 4 presenta los resultados de la estimación de estos seis modelos (tres para cada elección). Los resultados de esta tabla confirman la hipótesis H1b respecto a la estabilidad del efecto de los componentes de la escala; y la hipótesis H2 respecto a la fuerza de los componentes partidistas en la definición de sus contenidos. Es cierto que la fuerza del componente partidista es notable y consistente en los dos años y en la dirección esperada: los dos partidos de derecha tienen una relación positiva y significativa con la escala (los priistas y panistas tienden a situarse de modo muy claro en la derecha), y la relación es más fuerte (más a la derecha) para el PAN en 2006 y para el PRI en 2012. Parece, por tanto, como confirmaremos más adelante, que la victoria del PRI en las elecciones más recientes se ha sustentado so-

Tabla 4. Componentes de la escala ideológica en México, elecciones 2006 y 2012 (Estimadores OLS)

	2006			2012		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
	b/se	b/se	b/se	b/se	b/se	b/se
Mejorar asistencia <i>vs.</i> Reducir impuestos	-0.00	-0.01	n.i.	0.04*	0.04	n.i
	(0.04)	(0.05)		(0.02)	(0.03)	
Distribuir riqueza <i>vs.</i> fomentar iniciativa	0.12***	0.14***	0.09*	0.05**	0.09***	0.06**
	(0.04)	(0.05)	(0.04)	(0.02)	(0.03)	(0.03)
Mantener ley y orden <i>vs.</i> defender libertades	-0.06	-0.10**	-0.09**	-0.00	-0.02	n.i.
	(0.04)	(0.05)	(0.05)	(0.03)	(0.03)	
Valores religiosos <i>vs.</i> respetar libertad	-0.02	0.04	n.i.	0.02	0.06*	0.05
	(0.04)	(0.05)		(0.03)	(0.04)	(0.03)
Aborto a favor o en contra	-0.02	-0.04	n.i	-0.01	-0.03	n.i.
	(0.04)	(0.05)		(0.02)	(0.03)	
Democracia es el mejor sistema	-0.21	-0.01	n.i	-0.23***	-0.34***	-0.30***
	(0.16)	(0.23)		(0.08)	(0.11)	(0.10)
Religiosidad	n.i.	0.29**	0.18	n.i.	-0.13	-0.01
		(0.14)	(0.13)		(0.09)	(0.08)
Ingresos	n.i.	-0.11	-0.13*	n.i.	-0.11*	-0.10*
		(0.07)	(0.07)		(0.06)	(0.05)
Educación	n.i.	-0.12	-0.10	n.i.	-0.15**	-0.08
		(0.10)	(0.09)		(0.07)	(0.06)

Identificación PRI	n.i	n.i.	1.04***	n.i	n.i.	1.26***
			(0.37)			(0.21)
Identificación PAN	n.i	n.i.	1.64***	n.i	n.i.	0.88***
			(0.41)			(0.25)
Identificación PRD	n.i	n.i.	-0.61*	n.i	n.i.	-1.29***
			(0.37)			(0.24)
Constante	5.89***	6.10***	5.54***	5.79***	7.54***	6.25***
	(0.50)	(0.90)	(0.81)	(0.34)	(0.58)	(0.56)
R ²	0,03	0,06	0,21	0,01	0,05	0,29
N	641	367	346	1255	736	733

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$.

bre la conquista del voto de derecha en detrimento del PAN. El PRD también tiene una relación significativa (aunque menos fuerte en 2006 que en 2012 donde es muy fuerte), pero en este caso negativa, es decir, los identificados con este partido tienden a situarse claramente en la izquierda. Pero no sólo eso. Si observamos la medida del ajuste de los modelos (R-cuadrado) se verá que éste permanece muy bajo en los primeros modelos, y pasa a ser muy elevado con la inclusión en los mismos de los componentes partidistas, evidenciando que se trata del factor o componente principal en la definición de los contenidos de la escala.

Ahora bien, hay que decir que entre los componentes valorativos o ideológicos hay dos que tienen una relación significativa, y en ambos años de manera consistente. Por tanto, y contrariamente a lo estudiado anteriormente con escalas construidas con varios indicadores de valores (Moreno, de próxima publicación), parece que hay dos valores que marcan de manera clara la ubicación en la escala. El primero hace referencia al conflicto “promover la redistribución *vs.* crear incentivos para la iniciativa personal”. Este conflicto valorativo tiene una clara relación positiva y significativa (y bastante fuerte) en todos los modelos de todos los años e incluso después de añadir el componente partidista, lo que evidencia la robustez del parámetro estimado. Éste se manifiesta de manera clara como un componente valorativo que da contenido ideológico concreto a la escala en México. El segundo es el conflicto “mantener el orden y la ley *vs.* mantener las libertades civi-

les”. Este conflicto, aunque en menor nivel, tiene también una relación significativa y negativa (especialmente cuando se especifican mejor los modelos con más variables), es decir, los defensores del orden se ubican en la derecha del espectro, aunque en este caso sólo se manifiesta para 2006.

En esto es probable que haya tenido incidencia la creciente subida de la inseguridad en México en los últimos años, siendo uno de los países con más criminalidad, inseguridad y muertes violentas del mundo. En las elecciones de 2012, sin embargo, aparece otro conflicto valorativo, que, aunque no es muy fuerte y robusto, está presente cuando se trata de explicar la ubicación en la escala. Este es el conflicto “defender valores religioso *vs.* respetar la libertad de los individuos”. Su presencia es limitada y escasamente robusta, pero tiene una pequeña incidencia a la hora de explicar la ubicación en la escala en 2012. Por último, respecto al conflicto democrático, éste no parece tener incidencia en 2006, confirmando otros estudios (Moreno, 2009a), pero en 2012 aparece de nuevo con fuerza y robustez. Este conflicto no acaba de desaparecer en la sociedad mexicana y parece que actualmente tiene fuerza en su relación en la escala, siendo los ciudadanos de izquierda mucho más proclives a estar a favor de la democracia.

Respecto a los componentes sociales de la escala, puede decirse que son débiles en general. Solamente el religioso y los ingresos parecen tener algo de incidencia, si bien es pequeña y muestran poca robustez en 2006 (aparecen y desaparecen con la inclusión del componente partidista). La religiosidad del entrevistado aumenta la probabilidad de que se ubique en la derecha, y los ingresos bajos aumentan la probabilidad de que los individuos opten por las posiciones de derecha de la escala, mostrando la fuerza electoral que ciertos partidos del sistema pudiesen tener entre los sectores más desfavorecidos de la sociedad y que han sido ya discutidos por alguna literatura sobre populismo y la naturaleza del apoyo al PRI antes del inicio de este siglo (Magaloni, 2006). Este último conflicto social vuelve a aparecer con cierta fuerza y sobre todo robustez en 2012, confirmando su importancia. Sin embargo, en 2012 la religiosidad ha perdido su significación en las últimas elecciones, lo que puede ir unido al descenso de la fuerza de los votantes del PAN a favor de los priistas en la definición ideológica del espacio de la derecha en México.

Por tanto, puede afirmarse que el componente partidista es y sigue siendo el principal componente de la escala en México, mostrando una gran fuerza y robustez, lo que parece que confirma la hipótesis H2, y además lo hace de un modo bastante estable en el tiempo (hipótesis H1b). Sin embargo, sí aparecen también algunos componentes valorativos, que muestran robustez y predictibilidad, especialmente aquellos relacionados con la distribución de la riqueza y el conflicto, a favor o en contra de un sistema democrático. Todo constituye una prueba sólida de la presencia de un sistema de partidos crecientemente institucionalizado en torno a una competencia definida por los ejes de la escala izquierda-derecha, con un marcado componente partidista, si bien incluso contiene ciertos conflictos ideológicos o valorativos.

Explicando la no-ubicación en la escala

Pero volviendo a nuestro argumento central sobre la funcionalidad de la escala, ahora vamos a intentar explicar la no-ubicación en la misma por parte de los ciudadanos mexicanos, un tema que —como ya se ha discutido— constituye uno de los aspectos teóricos y empíricos más debatidos a la hora de discutir la utilidad de la escala en el contexto de América Latina. En este sentido, nuestra hipótesis H3 respecto a este problema es que la existencia o no de identificación partidista (con independencia de su dirección) debe ser un elemento básico que explique su utilización o no. Este planteamiento conecta con la literatura que destaca el papel de los partidos y su agencia como elemento configurador de la estructura y estabilidad de los espacios de competencia partidista y de la institucionalización de los sistemas de partidos (Tavits, 2006 y 2008). Finalmente, también es de esperar que la movilización cognitiva sea otro factor importante para explicar el reconocimiento y utilización de la escala, como se ha discutido en previos estudios comparados (Knutson, 1997) (hipótesis H4).

Para comprobar estas dos hipótesis vamos a estimar un modelo para los datos de 2012, la elección más reciente, teniendo como dependiente una variable dicotómica con el valor 0 si el entrevistado reconoce y se ubica en la escala, y 1 si no lo hace. Las variables independientes son las mismas que las utilizadas en la sección anterior, con alguna pequeña variación. La primera y más importante es que se eliminan del modelo

las tres variables de identificación con los distintos partidos (que contienen intensidad y dirección) y las sustituimos por una variable que mide si se identifica o no con algún partido en general (por tanto, se trata de otra variable dicotómica). Lo esperable es que si nuestra hipótesis es correcta, esta variable tenga una relación positiva y significativa con la utilización de la escala, lo que significaría, como se formula en la hipótesis H3, que la ubicación depende en gran medida de la presencia del componente partidista (con irrelevancia de su dirección).

Además, va a incluirse la variable que mide la frecuencia de discusión política, una variable que mide, según la literatura comparada (Inglehart, 1977 y 1990) la movilización cognitiva de los entrevistados. Para comprobar su efecto de un modo más nítido dejamos como variables de control dos variables muy relacionadas con esta última: educación e ingresos.

Los resultados de la Tabla 5 muestran los resultados de una estimación de un modelo logístico al tratarse de una variable dependiente dicotómica (se ubica o no se ubica), son bastante claros y confirman que la variable que mide si el individuo se identifica o no con un partido es significativa e importante a la hora de explicar o no la ubicación (utilización) de la escala. Ocurre algo semejante con la variable que mide la movilización cognitiva. Sus coeficientes no sólo son significativos, sino que la probabilidad de no ubicarse aumenta 0.10 si tiene o no identificación. Respecto a la discusión sobre política, la probabilidad de ubicarse aumenta un total de 0.11 entre aquellos que nunca discuten de política y aquellos que lo hacen con frecuencia. De las variables de control, sólo la educación muestra alguna relación, lo cual no resulta una sorpresa, ya que es una variable muy relacionada con la movilización cognitiva (de hecho muchas veces ha sido utilizada como proxy para medir la propia movilización cognitiva de los ciudadanos).

Estos resultados confirman las hipótesis H3 y H4, y tienen implicaciones importantes no sólo para el caso mexicano, sino para el resto de países latinoamericanos, ya que supone que la movilización cognitiva y el efecto partidista (y por tanto, la agencia de los partidos) son dos elementos esenciales para que se consolide la escala izquierda-derecha como un elemento funcional que articule la competencia entre los principales partidos del sistema y para su funcionamiento como atajo informativo, propiciando todo ello la institucionalización de los respectivos sistemas de partidos.

Tabla 5. Estimadores de la utilización de la escala izquierda-derecha en México, 2012 (estimadores logísticos binarios)

	Modelo 7
	b/se
Identificación partidista (no/sí)	0.70***
	(0.15)
Democracia es el mejor sistema	-0.16**
	(0.06)
Mejorar asistencia <i>vs.</i> reducir impuestos	0.02
	(0.02)
Distribuir riqueza <i>vs.</i> fomentar iniciativa	0.03
	(0.02)
Mantener ley y orden <i>vs.</i> defender libertades	-0.02
	(0.02)
Valores religiosos <i>vs.</i> respetar libertad	-0.01
	(0.02)
Aborto a favor o en contra	0.02
	(0.02)
Frecuencia de discusión política (movilización cognitiva)	0.24***
	(0.07)
Ingresos	0.05
	(0.04)
Educación	0.09**
	(0.04)
Constante	0.24
	(0.38)
Pseudo R ²	0.050
log likelihood del modelo completo	-598,3
log likelihood del modelo vacío	-630,08
Chi ²	63.49***
N	1.408

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01.

La escala izquierda-derecha como variable independiente

En esta última sección se aborda el impacto de la escala izquierda-derecha en las decisiones electorales de los ciudadanos mexicanos. Como han mostrado estudios precedentes (Moreno, 2009a) los votantes de izquierda tienden a votar más por el PRD y los de derecha por el PRI o por el PAN. Se trata de confirmar si esta pauta se repite para 2012 confirmando la hipótesis H5, y mostrando una vez más la consistencia del efecto estructurador del voto que tiene dicha escala.

En el estudio que se menciona se va a hacer una regresión multinomial, teniendo como referencia el voto por el PAN, para poder comparar el efecto de la ideología en la competencia PAN/PRI y PAN/PRD. El modelo prácticamente reproduce las mismas variables del modelo estimado por Moreno (2009a) con pequeñas variaciones.⁵ De este modo, las variables que se incluyen en este modelo de estimación del voto para las elecciones presidenciales de 2012 son: identificación partidista (PAN, PRI y PRD), valoración retrospectiva de la situación económica,⁶ valoración del presidente saliente (Calderón),⁷ y edad, género, educación y religiosidad.⁸

Los resultados de la estimación de este modelo aparecen en la Tabla 6, de la que hay que destacar dos aspectos generales. Primero, que el modelo tiene bastante capacidad para explicar el voto de los ciudadanos mexicanos, ya que el ajuste de medida (el Pseudo R²) es muy elevado (0.58). Segundo, que los resultados de este modelo prácticamente reproducen los resultados obtenidos para 2006, mostrando la robustez de los resultados de los mismos. En lo que hace referencia a nuestra hipótesis H5, el efecto de la ideología en el voto, este modelo muestra que los votantes de izquierda tienen una elevada probabilidad de votar

⁵ Éstas se deben a la ausencia de tres variables. Dos sociodemográficas, región de residencia y tamaño del hábitat de residencia; y una actitudinal, valoración de la situación económica personal del entrevistado. Los resultados son tan robustos que la ausencia de dichas variables en el modelo no parece relevante, ya que su ausencia en todo caso supondría un error de especificación que favorecería la aceptación de la hipótesis nula (no efecto de la ideología).

⁶ En una escala de 1 “ha mejorado mucho” a 5 “ha empeorado mucho”.

⁷ Medida por una escala que va de 1 “aprueba totalmente su labor” a 4 “desaprueba totalmente su labor”.

⁸ Medida por una escala de frecuencia de asistencia a oficios religiosos.

Tabla 6. Ideología y voto en México 2012
(estimadores multilogísticos robustos)

	<i>Modelo 8</i>	<i>Modelo 9</i>
	b/se Dep: Peña Nieto (PRI)	b/se Dep: López Obrador (PRD)
	Referencia: Vázquez Mota (PAN)	Referencia: Vázquez Mota (PAN)
Escala izquierda-derecha (1-10)	-0.02	-0.21***
	(0.06)	(0.07)
Identificación PRI	0.47	0.34
	(0.43)	(0.55)
Identificación PAN	-2.65***	-1.44**
	(0.67)	(0.60)
Identificación PRD	-2.60***	1.87**
	(0.84)	(0.85)
Situación económica del país en los últimos 12 meses	0.13	-0.03
	(0.19)	(0.21)

por el PRD frente al PRD (la probabilidad de votar por el PAN disminuye 0.33 para todo el rango de la escala); y que este efecto no existe para la competencia PRI/PAN, debido a su proximidad ideológica. Todo ello se mantiene pese a los acontecimientos ocurridos durante la presidencia de Calderón y la victoria electoral del candidato del PRI (Peña Nieto). Además, se manifiesta así pese a meter en el modelo variables muy relacionadas con la ideología como la identificación partidista, la valoración retrospectiva de situación económica y la valoración de la labor del ex presidente, mostrando de nuevo la solidez y fiabilidad de los parámetros obtenidos. La valoración de la labor de gobierno ejercida por Calderón parece, además del efecto de la identificación partidista, ser una

Aprobación de Felipe Calderón	0.53**	0.31
	(0.25)	(0.27)
Género mujer	-015	-0.22
	(0.35)	(0.41)
Edad	-0.00	0.02
	(0.01)	(0.02)
Estudios	-019*	0.05
	(0.10)	(0.12)
Religiosidad	0.33***	0.22
	(0.13)	(0.15)
Constante	1.29	-1.00
	(1.23)	(1.41)
Pseudo R ²	0.58	
log likelihood del modelo completo	-2.55.69	
log likelihood del modelo vacío	-611.36	
Chi ²	268.9***	

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$.

de las claves de la victoria del PRI frente al PAN. Sin embargo, el conflicto PRD/PAN es un conflicto mucho más ideológico, como muestra el efecto de la escala (de hecho, si se saca a la ideología aparecen el efecto de otras variables que en este modelo no emergen como significativas y que están muy relacionadas con la misma).

Conclusiones

Este estudio de la escala izquierda-derecha en México ha permitido mostrar varios aspectos importantes con respecto a la misma. Lo primero es su estabilidad entre 2006 y 2012 tanto en términos agre-

gados como en los elementos que la estructuran y le dan contenido, asimismo, por sus efectos en el voto. Respecto a sus componentes estructuradores debe, además, decirse que el principal elemento configurador son las identidades partidistas, pese a que haya cierta incidencia de algunos componentes valorativos, especialmente los que hacen referencia a la distribución de la riqueza y al conflicto democrático.

Todo ello son síntomas claros de un sistema de partidos crecientemente institucionalizado en torno a una competencia definida por los ejes de la escala izquierda-derecha que tiene un fuerte componente partidista, si bien también manifiesta ciertos conflictos ideológicos o valorativos. La mayor manifestación de lo anterior es que la escala ha tenido y sigue teniendo un peso básico en la definición del voto de los mexicanos, especialmente en lo que hace referencia al voto por el PRD frente a los dos partidos de derecha (PRI y PAN) tanto en 2006 como en 2012.

Finalmente, se ha visto que la ausencia de identificación partidista y de movilización cognitiva sería la principal causante de la escasa —aunque todavía significativa— parte de la población de votantes mexicanos que no se ubican o no utilizan la escala.

Estos resultados tienen implicaciones importantes que van más allá del caso que nos ocupa y que son extensibles al resto de países latinoamericanos. El problema sobre la falta de ubicación de los votantes en la escala no se reduce a su escasa funcionalidad por la presencia de “conflictos autóctonos” que no se ubican en la misma, sino a la escasa movilización cognitiva del electorado y a la deficiente agencia de los partidos, incapaces o responsables en muchos casos de no proveer elementos a los votantes que ayuden a consolidar la escala izquierda-derecha como un elemento funcional que articule la competencia entre los principales partidos del sistema y su funcionamiento como atajo informativo, propiciando con ello la institucionalización de los respectivos sistemas de partidos.

CAPÍTULO IV

Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección de 2012

María Fernanda Somuano

En la evolución de los estudios sobre comportamiento electoral el concepto de *identidad partidista* ha sido fundamental. No obstante, su inclusión como variable explicativa ha sido motivo de constante debate. Los primeros estudios electorales europeos concluyeron que la identificación partidista no era una variable central en la cultura política de los países europeos y por ende tenía un efecto nulo sobre el voto de los individuos en esa región (Thomassen, 1976). Estudios posteriores confirmaron que la identificación partidista existe, pero sólo como una actitud política derivada de factores contemporáneos de corto plazo, sin mayor permanencia o importancia que otras actitudes políticas tales como las preferencias sobre políticas públicas específicas. Por el contrario, los estudios electorales estadounidenses realizados por académicos de la Universidad de Michigan consideraron que la identificación partidista es una de las actitudes políticas más duraderas, capaz de moldear otros valores y percepciones, y por ello una variable fundamental para entender las decisiones electorales individuales.

El propósito de este capítulo es analizar algunos cambios recientes de la identidad partidista de los mexicanos (específicamente con los tres

partidos más grandes), sus determinantes sociales y sus efectos sobre percepciones y actitudes políticas, especialmente sobre el voto en la elección presidencial de 2012.

La escuela psicológica y la identidad partidista

Los primeros estudios sobre comportamiento electoral que utilizaron encuestas, según Samuel H. Barnes (1997), iniciaron en la década de 1930. Más tarde, con la revolución “behaviorista” en la década de los años cincuenta en la ciencia política estadounidense, los estudios electorales se desarrollaron rápidamente. La afinidad entre los métodos cuya unidad de análisis es el individuo —como los análisis cuantitativos y los estudios electorales— fue inmediata y favoreció el aumento de los estudios sobre el comportamiento de los votantes en Estados Unidos y Europa. Los primeros estudios estadounidenses, al igual que los primeros estudios europeos, se centraron en variables socioeconómicas. Sin embargo, los investigadores encontraron que en Estados Unidos la religión y la clase tenían una menor capacidad explicativa sobre las decisiones electorales que en Europa. “La debilidad del ‘partidismo social’ en Estados Unidos llevó a los investigadores de la Universidad de Michigan, en los años cincuenta, a realizar una serie de estudios electorales en donde desarrollaron el concepto de *identidad partidista* (Campbell y Kahn, 1952; Campbell, Gurin y Miller, 1954; Campbell y Converse, 1960). La identificación partidista es un concepto “derivado de las teorías de psicología social respecto a grupos de referencia y grupos pequeños, que sostienen que el sentido del yo puede incluir un sentimiento de identidad personal con un grupo secundario como un partido político” (Miller y Shanks, 1996: 120).

De acuerdo con Miller y Shanks, la identidad partidista se puede pensar como un lazo psicológico entre el individuo y el partido, es decir, las personas se consideran parte de un grupo (el partido). Luego, la identidad partidista puede mantenerse incluso sin que exista un reconocimiento legal o formal, y esto es muy importante para esta discusión ya que la identidad partidista puede no producir un récord consistente de apoyo a un partido. En esencia, el voto por un partido y la identidad partidista son variables distintas que pueden coincidir o reforzarse.

Según Barnes (1997), detrás del concepto de *identidad partidista* hay un modelo de aprendizaje. La identidad partidista se adquiere al igual que el resto de los valores y las actitudes políticas, es decir, es parte del proceso de socialización política. Según Miller, tanto la identidad partidista como la identidad religiosa se originan en la familia. Al hacer el símil con la identidad partidista, Miller y Shanks (1996) lo expresan así: “el sentido del yo en el contexto religioso se establece en la frase “nosotros somos católicos, yo soy judío; en política, nosotros somos demócratas, yo soy republicano”.

Converse desarrolló un modelo de aprendizaje según el cual las identidades partidistas estables son el resultado de la experiencia del electorado con los partidos y las elecciones, más los efectos de la socialización a través de los padres. Es decir, para el enfoque psicológico la identidad partidista es una predisposición afectiva del individuo adquirida mediante la socialización y reforzada con el tiempo (Guajardo, 2009: 140). Y es precisamente el tiempo la variable que explica su estabilidad. De acuerdo con los cálculos de Converse (1969: 139-171) en un periodo de 75 años (dos generaciones y media) se alcanzarían los niveles de identificación partidista más fuertes.

Ahora bien, los enfoques que toman como base la identificación partidista han sido objeto de importantes críticas. Primero, algunos señalan su incapacidad para explicar la decisión de los “votantes independientes”, es decir, quienes no se identifican con ningún partido. Segundo, varios autores argumentan que esta teoría no resulta de mucha utilidad para explicar el comportamiento electoral en las nuevas democracias (Magaloni, 1994). Por ejemplo, como afirma Mercado (1997), los críticos de la visión de la escuela de Michigan argumentaron que el partidismo es una actitud más racional, basada en información real de lo que está sucediendo en el ambiente político. Morris Fiorina (1981) reconoció la calidad de resistencia al cambio de dicha actitud, pero al mismo tiempo afirmó que la identificación partidista responde más de lo previsto a sucesos externos. Por ende, consideraba que la identificación partidista podría verse como una suma continua del desempeño previo de los partidos. Pero este argumento fue debatido empíricamente por Miller y Shanks (1996) quienes sostienen que: “La estabilidad en la identidad partidista entre los votantes blancos no sureños, desde 1952 hasta 1980, es evidencia clara en el sentido de que la identificación partidista es una

predisposición de largo plazo, exógena a las decisiones del voto dentro de una sola campaña electoral”.

Sin embargo, el cambio en la identidad partidista de los afroamericanos que siguió al movimiento de derechos civiles y a la legislación de 1964-1965 en Estados Unidos, así como el ya mencionado realineamiento sureño a lo largo de los años 60, 70 y 80 demuestran que la identidad partidista no es inmune a contextos políticos cambiantes. Un subproducto de ese realineamiento sureño fue el surgimiento de la división de género conforme los hombres tendieron a ser más republicanos y menos demócratas que las mujeres. Un realineamiento nacional limitado (también en Estados Unidos) ocurrió entre 1980 y 1988, como resultado del atractivo de Ronald Reagan como un presidente claramente “republicano”. Ni el realineamiento nacional de la década de 1980 ni el realineamiento sureño a lo largo de tres décadas resultaron en un cambio en la asociación entre la identificación partidista y la selección de un partido en las urnas. Los votantes republicanos son masivamente leales, rara vez cruzan las líneas de partido; los votantes demócratas son menos constantes en su forma de votar, por un margen importante en el norte y por un margen muy grande en el sur.

En todo caso, la identidad partidista puede verse como una herramienta heurística que ayuda a los ciudadanos a acercarse a la política (Shively, 1979). De hecho, esta identidad provee al individuo de claves y pistas para evaluar eventos, candidatos y asuntos políticos; ayuda a movilizar la participación ciudadana en campañas y elecciones; genera señales para la formación de preferencias electorales; estabiliza los patrones de voto tanto en los individuos como en el sistema electoral. Por tanto, la identidad partidista es un concepto clave para el análisis de cómo el ciudadano entiende y se acerca a la política. Sin embargo, debido a que la sofisticación política ha ido creciendo, más gente puede lidiar con las complejidades de la política sin tener que recurrir a pistas o atajos cognitivos externos. Además, la disponibilidad de información política a través de los medios de comunicación masiva reduce los costos de tomar decisiones informadas. Así, algunos individuos se acercan a los asuntos políticos a través de sus afinidades con un partido, pero hay otros que lo hacen sin necesidad de recurrir a esa identidad. De acuerdo con Dalton (2008), la movilización cognitiva reduce la necesidad de los ciudadanos de desarrollar una

identificación con un partido como atajo cognitivo que lo ayude a tomar decisiones complejas relacionadas con la política. Este grupo de ciudadanos generalmente tiene cierto interés en política y, por tanto, está informado de los asuntos públicos. A partir de la combinación de la idea de movilización cognitiva (sofisticación e interés políticos) y partidismo, Dalton (2008) propone una tipología compuesta por los apartidistas (o “nuevos independientes”), que son individuos que no tienen una identidad partidista, pero que sí están interesados en asuntos políticos; los apolíticos, que no tienen afinidad con ningún partido ni tienen interés ni están informados sobre política; los partidistas cognitivos, que tienen una identidad partidista, combinada con interés e información política; y los partidistas rituales, quienes se acercan a la política básicamente por su identificación con un partido, pero carecen de sofisticación política.

La tendencia en la distribución de los diferentes tipos de partidistas en sociedades industriales avanzadas es interesante, pues el crecimiento de apartidistas ha sido muy importante en los últimos años. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos los apartidistas se han duplicado a partir de 1964. Asimismo, los partidistas cognitivos han crecido consistentemente y los partidistas rituales han decrecido casi a la mitad. En el caso mexicano, han ocurrido fenómenos parecidos.

Al comparar los datos de la CNEP 2006 con la de 2012 (Cuadro 1) es posible observar que los apartidistas crecieron 70%, mientras los partidistas cognitivos casi se duplicaron. Por su parte, los apolíticos y los partidistas rituales sufrieron una merma de casi la mitad. Se puede decir entonces que el ciudadano promedio está incrementando sus niveles de movilización cognitiva, es decir, está incrementando su sofisticación política, entre otras razones por el aumento de la información que maneja. Este hecho tiene implicaciones significativas para el comportamiento político.

El grupo creciente de apartidistas son menos consistentes en sus patrones de voto, por lo que es probable que los temas cobren mayor importancia en las coyunturas electorales que las lealtades a un partido. Asimismo, los apartidistas podrían exigir a sus representantes mayor rendición de cuentas y presionar para generar mayor participación ciudadana más allá de los estrechos canales electorales y la política partidista.

Cuadro 1. Patrones de movilización política

<i>Independientes 2006</i>		<i>Intensidad partidista</i>			
		<i>Partidistas 2006</i>	<i>Independientes 2012</i>	<i>Partidistas 2012</i>	
Movilización cognitiva	Alta	Apartidistas 33.5	Cognitivos 12.1	Apartidistas 47.8	Cognitivos 21.4
	Baja	Apolíticos 41.9	Rituales 12.5	Apolíticos 24.1	Rituales 6.8

Fuente: CNEP 2006 y 2012, con base en Dalton (2008). La pregunta que se utilizó para la elaboración de este cuadro fue “¿Usted se siente más cercano a un partido político que a otros?”.

Ahora bien, aunque la importancia de las lealtades partidistas estables ha sido reconocida ampliamente en los estudios electorales, sobre todo estadounidenses, existe desacuerdo en la forma en que dichas lealtades deben medirse. Partiendo de la idea de que la identificación partidista es un lazo psicológico entre el individuo y el grupo, generalmente este concepto se ha medido haciendo que los individuos se describan a sí mismos como cercanos a un partido político. Sin embargo, también ha habido estudios que han optado por medir las orientaciones partidistas utilizando el voto pasado de las personas o sus actitudes con relación a algunos temas específicos. De acuerdo con Miller y Shanks (1996), la manera más apropiada y aceptada de medir la identidad partidista es la autoclasificación de los individuos, y puede medirse en dos dimensiones: la del partido con la que se identifica el individuo y la de la intensidad, entendida como la fuerza de dicha identificación. Para efectos del presente trabajo utilicé la pregunta: ¿Generalmente usted se considera priista, panista o perredista? ¿Se considera muy o algo...? para medir la identidad partidista de los mexicanos.

Evolución de la identidad partidista en México

La evolución de la competencia política y del sistema de partidos en México ha ido de la mano con cambios en las impresiones y sentimien-

tos de lealtad y cercanía de los mexicanos hacia los partidos. En el caso mexicano, la adhesión psicológica que los electores tienen hacia los partidos es relevante para comprender su comportamiento político, no sólo electoral. Sin embargo, antes de analizar el impacto de la identificación partidista en las actitudes y el comportamiento político de los mexicanos, haré un breve recuento de cómo ha evolucionado su afinidad e identificación con los tres partidos más grandes en los últimos 15 años.

Como puede verse en el Cuadro 2, el grupo de mexicanos identificados con el Partido Revolucionario Institucional (PRI) es el más nutrido en promedio en el periodo 2000-2012, aun después de la alternancia en la presidencia. Es claro que esta situación está relacionada con el tiempo de existencia de los partidos: la larga historia del PRI le ha permitido establecer vínculos más amplios y sólidos con sus electores.

Cuadro 2. Evolución de la identidad partidista en México (porcentajes)

<i>Identidad partidista</i>	<i>PRI</i>	<i>PAN</i>	<i>PRD</i>
2000	31	25	8
2001	22	32	9
2002	27	25	10
2003	26	24	13
2004	26	24	14
2005	25	23	15
2006	20	25	15
2007	20	28	14
2008	24	22	12
2009	24	18	9
2010	25	18	8
2012	31.7	11.1	13.1

Fuente: 1999-2010: Reforma encuestas nacionales trimestrales. Citado en Moreno, (2012).

La derrota del candidato presidencial del PRI en 2000, sin embargo, provocó bajas importantes en la identidad priista. Esto se vio reflejado en encuestas posteriores a dichas elecciones. Sin embargo, a partir de 2002, las lealtades priistas comenzaron a recuperarse y se mantuvieron más o menos estables alrededor de 24% hasta 2009, año a partir del cual empezaron a subir hasta alcanzar nuevamente un tercio del electorado (31.7%) en 2012. En total, la derrota electoral de 2000 produjo una baja de identificación con el PRI de casi 10 puntos porcentuales con relación a la cifra de principios de 2000 y cinco menos que la recuperación observada un año después en 2002. Es interesante observar que la derrota del PRI en la elección de 2006 no parece haber tenido un impacto tan importante en los mexicanos identificados con ese partido, como sucedió en 2000. De hecho, en 2007 prácticamente no hubo cambio en los seguidores del PRI, quienes continuaron siendo un quinto del electorado.

La identificación con el Partido Acción Nacional (PAN) es la segunda en magnitud en el periodo 2000-2012, con excepción del lapso entre fines del año 2000 y 2001, que fue excepcionalmente alta y llegó a 32%, 10 puntos porcentuales por encima de las de los priistas y en los años 2006 y 2007. De acuerdo con Moreno (2003), estos resultados sugieren que el acceso al poder tiene una influencia significativa en las lealtades partidistas. Tanto en 2001 como en 2007, primeros años presidenciales panistas, éstos alcanzaron sus niveles máximos en el electorado. Nuevamente es claro que el acontecimiento más importante en el debilitamiento del PRI y el fortalecimiento del PAN en este periodo fue la elección presidencial de 2000. El aumento de los identificados con el PAN, sin embargo, fue frágil y sólo producto del entusiasmo de la reciente alternancia. Tal entusiasmo perdió fuerza a fines del segundo año del gobierno de Fox y produjo una baja de siete puntos porcentuales en agosto de 2002. Cabe precisar que en la elección de 2006, en la que resultó electo Calderón, los mexicanos que dijeron identificarse con el PAN alcanzaron sólo 25%, muy por debajo del pico de 32% que alcanzaron los panistas en 2001.

Finalmente, el Partido de la Revolución Democrática (PRD) también ha tenido una evolución en el desarrollo de quienes se identifican con este partido, y es la que ha crecido en una mayor proporción entre sus seguidores. Los mexicanos identificados con esta fracción oscilaron entre 8 y 15% en el periodo de 2000 hasta antes de la elección de 2012, en la

que alcanzó un máximo de 13.1%, sólo por debajo del 21% que logró en 1997, año en el que el PRI perdió la mayoría en el Congreso. Sin ser una razón exclusiva, el hecho de que el PRD sea el partido más joven ha dificultado la consolidación de su base partidista.

Las identidades partidistas y sus características sociodemográficas

En principio es plausible argumentar que la identificación de los individuos con un partido político u otro refleja características sociales diferentes. Es decir, se puede pensar que las condiciones socioeconómicas de la persona tienen influencia sobre sus lealtades partidistas. Por ejemplo, un nivel de ingreso semejante o una identidad regional pueden desarrollar un vínculo entre individuos, que a su vez pueden generar nuevas identidades o actitudes que influyan en su comportamiento político. Entonces, es pertinente preguntarse si el identificarse con el PRI, PAN y PRD refleja características sociales o regionales distintas, o dicho de otro modo, ¿cuáles son las características sociodemográficas de quienes se identifican con estos tres partidos?

Si analizamos la identidad partidista y el sexo se puede observar que entre quienes se identifican con el PRD hay una mayor proporción de hombres que de mujeres, algo que no sucede en los otros dos partidos. Por otra parte, la proporción de mujeres que se identifican con el PAN es mayor que la de quienes se identifican con el PRI. Al separar por grupos de edad, se observa que los priistas y panistas tienden a concentrarse en los grupos de mayor edad. La más larga tradición de estos partidos puede ser parte de la explicación de esta situación. En cambio, el PRD tiene más altos niveles de identificación entre los jóvenes. Es posible que el poco tiempo de existencia y el arraigo de los otros partidos los haya impulsado a buscar a los nuevos electores con mensajes más específicos. Es interesante destacar que los jóvenes también representan un importante apoyo para el PAN, pues este grupo alcanza casi la tercera parte de quienes se identifican con ese partido.

Como se ve en el Cuadro 3, claramente los panistas tienen mayores niveles de religiosidad que los perredistas; sin embargo, no parece haber mucha diferencia entre los primeros y los priistas. Con relación al ingreso, todos los partidos concentran alrededor de la mitad de sus

Cuadro 3. Identidad partidista por sexo, edad, religiosidad, ingreso, escolaridad, tipo de localidad y región

<i>Sexo</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>
Hombre	37.6	47.3	55.3
Mujer	62.4	52.7	44.7
<i>Edad</i>			
18-29	27.0	23.5	31.9
30-39	16.3	18.7	17.7
40-49	18.5	20.9	15.5
50+	38.2	36.9	35.0
<i>Religiosidad</i>			
Nada practicante	3.9	6.2	7.6
Poco religioso	30.3	31.3	39.0
Algo religioso	43.8	45.0	41.7
Muy religioso	21.9	17.5	11.7
<i>Ingreso</i>			
0 a 2,700	36.5	25.6	29.2
2,701 a 4,100	24.7	26.0	17.7
4,101 a 5,300	12.9	14.0	12.8
5,301 a 6,600	7.9	10.1	10.6
6,601 a 8,100	7.9	7.5	11.9
8,101 a 10,000	2.2	4.1	3.5
10,001 a 12,500	1.7	1.6	4.4

partidarios en las dos casillas de menores ingresos. Sorprendentemente, el PAN, un partido asociado con la derecha, tiene un mayor porcentaje de seguidores en la casilla de menores ingresos que el que tienen el PRI y el PRD. Este hallazgo empata con el encontrado con datos agregados en el trabajo de Díaz-Cayeros, Magaloni, Olarte y Franco (2012), quienes encuentran que en la elección de 2012 el voto de la población más pobre del país benefició más a la candidata del PAN que a los del PRI y

12,501 a 16,600	2.2	2.2	1.8
16,601 a 30,000	1.1	1.8	1.8
30,001 o más	0.0	1.0	0.4
<i>Escolaridad</i>			
Ninguna	3.9	5.3	1.3
Primaria sin terminar	15.7	15.8	13.3
Primaria terminada	23.6	19.9	18.1
Secundaria sin terminar	5.1	3.9	4.0
Secundaria terminada	18.5	24.7	21.7
Preparatoria o equivalente	19.7	17.2	27.9
Universidad sin terminar	3.9	5.1	4.9
Universidad terminada	8.4	7.3	6.6
Posgrado	0.6	0.4	1.3
<i>Tipo de localidad</i>			
Urbana	61.8	67.5	76.1
Rural/mixta	38.2	32.5	23.9
<i>Región</i>			
Centro-occidente	36.5	27.8	15.5
Centro	28.7	26.6	49.1
Norte	18.5	25.2	8.0
Sur	13.5	13.4	24.3
Sureste	2.8	6.9	3.1

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNEP 2012.

PRD, hecho que atribuyen al impacto de los programas sociales percibidos de forma positiva por la población beneficiaria. Si analizamos cómo se distribuyen los partidarios de los tres partidos con relación al nivel educativo, puede verse que las diferencias por estrato entre éstos no parecen significativas. Quizá las diferencias más importantes se encuentran en el estrato de “ninguna educación”, en donde el PRI tiene cuatro veces más seguidores en esta casilla que el PRD y 75% más que el PAN.

Este último tiene un mayor porcentaje de seguidores con preparatoria terminada que los otros dos partidos; y en la categoría de posgrado, es el PRD el que tiene mayor concentración de prosélitos.

El tipo de localidad también es una variable con impacto aparente sobre la identidad partidista. Es claro que el componente más importante de las bases de los tres partidos es urbana. Pero vale la pena notar las diferencias presentes entre éstos. Del total de perredistas, más de 75% vive en zonas urbanas. Este porcentaje es 15 puntos mayor que el del PAN y casi 10 que el del PRI. Llama la atención que dentro de los seguidores del PAN, casi 40% sean de localidades mixtas y rurales, sobre todo tomando en cuenta que hace una década el priismo era mucho más común en zonas rurales que el panismo. La región también parece tener relación con la identidad partidista. La mayoría de los seguidores del PAN y PRI se encuentran en la región centro-occidente. El PRD concentra a la mitad de sus partidarios en la región central, hecho que era de esperarse debido a la fuerza que tiene en el Distrito Federal. Casi un tercio de quienes se identifican con el PAN y el PRI se encuentran en la zona Centro. El PRI tiene 25% de seguidores en el norte, mientras el PAN tiene poco más de 18 por ciento.

Con la finalidad de revisar qué tan robustos son los resultados presentados hasta ahora, fue necesario hacer un análisis estadístico más riguroso. El Cuadro 4 presenta los resultados de tres modelos de regresión logística de la identidad partidista en 2012 (uno por cada partido). La variable dependiente es el partidismo y las independientes todas las variables arriba comentadas, además de la autoubicación izquierda-derecha, y la religiosidad.¹

Los resultados muestran que la probabilidad de que un individuo se identifique con el PAN es mayor si es mujer y se incrementa conforme disminuye su ingreso, aumenta su nivel de religiosidad, si se autoubica a la derecha del espectro ideológico y vive en una localidad rural. Con relación a la región, el panismo es significativamente menos común en el sureste que en el centro, que es la categoría base omitida en los modelos.

La identificación con el PRI está influida por la escolaridad, la autoubicación izquierda-derecha, la región y el tipo de localidad. La probabilidad de que un individuo se considere a sí mismo como priista aumenta

¹ Para medir esta variable se utilizó la pregunta: ¿Qué tan religioso se considera usted? Muy religioso, algo religioso, poco religioso, nada practicante.

Cuadro 4. Modelos *logit* de identidad partidista

	<i>Modelo 1</i> <i>PAN</i>		<i>Modelo 2</i> <i>PRI</i>		<i>Modelo 3</i> <i>PRD</i>	
Sexo (1=hombre)	-0.529 (0.184)	**	-0.200 (0.130)		0.366 (0.173)	**
Edad	-0.001 (0.006)		-0.001 (0.005)		-0.004 (0.006)	
Escolaridad	-0.029 (0.053)		-0.113 (0.038)	**	-0.090 (0.050)	*
Ingreso	-0.065 (0.039)	*	0.034 (0.025)		-0.001 (0.033)	
Izquierda-derecha	0.121 (0.031)	**	0.281 (0.023)	**	-0.265 (0.029)	**
Religiosidad	0.194 (112)	*	0.085 (0.080)		0.104 (0.104)	
Centro-Occidente	0.281 (0.221)		0.030 (0.170)		-0.968 (0.240)	**
Norte	-0.177 (0.269)		0.620 (0.181)	**	-1.354 (0.285)	**
Sur	-0.422 (0.298)		-0.262 (0.211)		-0.094 (0.236)	
Sureste	-0.936 (0.548)	*	0.575 (0.299)	**	-0.678 (0.466)	
Localidad urbana	-0.439 (0.200)	*	-0.231 (0.151)	*	0.643 (0.216)	**
Constante	-2.179 (0.509)	**	-2.002 (0.368)	**	-0.194 (0.465)	
N=1600						
R ² Nagellkerke	0.083		0.233		0.217	
-2 log de la verosimilitud	869.996		1438.392		921.106	
% predicho correctamente	88.5		71.3		85.8	

**Estadísticamente significativa a 0.01. *Estadísticamente significativa a 0.05.

conforme disminuye su nivel de escolaridad, si se autoclasiifica como de derecha, si vive en una localidad rural o mixta en el norte o sureste del país.

Finalmente, la identificación con el PRD es más factible entre los hombres que entre las mujeres, entre individuos con bajos niveles de escolaridad que se autoubican a la izquierda del espectro ideológico y que viven en una localidad urbana. El perredismo es más común en el centro del país y significativamente menos común en el norte en donde el PRI tiene una significativa cantidad de seguidores. En un trabajo previo, Somuano y Ortega (2003) muestran que la variable identidad partidista paterna es la más importante para explicar la identidad partidista de los encuestados, lo que da soporte a las teorías de socialización política. Asimismo, con base en una encuesta nacional realizada a padres e hijos menores de edad en el proceso electoral de 2000, Moreno (2004) reporta que la lealtad partidaria de los padres es uno de los principales predictores de la identificación partidista de los hijos. Desgraciadamente la CNEP 2012 no cuenta con una pregunta que mida la identidad partidaria de los padres, por lo que no pude incluir dicha variable.

Es importante apuntar que la autoubicación de izquierda y derecha tiene un impacto significativo en los modelos explicativos de los tres partidos. Pero, ¿cuál es el perfil ideológico de los partidistas? De acuerdo con los datos, la mayoría de los priistas se consideran de derecha, los panistas de centro-derecha y los perredistas de izquierda. Ahora bien, debido a que la explicación de lo que significa para los mexicanos ser de izquierda o de derecha es un tema que se aborda en el capítulo de Mariano Torcal en este mismo volumen, es interesante señalar que quienes se consideran de derecha tienden a estar más de acuerdo con la idea de que se deben bajar los impuestos aunque disminuyan los servicios brindados por el Estado; prefieren mayores incentivos a la iniciativa individual por sobre una distribución más equitativa de la riqueza; y prefieren que el gobierno tome decisiones de manera rápida al aumento de la participación ciudadana en las decisiones públicas. Por el contrario, quienes se consideran de izquierda prefieren una distribución de la riqueza más equitativa, mejorar la asistencia social aunque suban los impuestos y el aumento de la participación ciudadana en las decisiones públicas, lo cual es acorde con lo que en la literatura se ha establecido como “izquierda económica”.

La identidad partidista y su impacto en el comportamiento político

La identidad partidista y el voto

Como mencioné anteriormente, muchos estudios han comprobado la importancia de la identidad partidista y sus efectos en el comportamiento político, especialmente en el voto. Como puede verse en el Cuadro 5, es claro que la identidad partidista tiene una relación positiva con haber votado o no. La cifra de quienes dijeron haber acudido a votar entre los partidistas es al menos seis puntos porcentuales mayor que entre los no partidistas.

Ahora bien, identidad partidista no es lo mismo que voto por un partido. Si bien es un factor importante —y se ha mostrado que es uno de los más estables— (Somuano y Ortega, 2003: 10-38), hay otros factores que influyen en la decisión final del individuo. Como puede verse en el Cuadro 5, 6 de cada 10 panistas votaron por ese partido. En el caso de los otros dos partidos, 7 de cada 10 priistas y perredistas votaron por sus respectivos partidos. Al parecer los priistas fueron quienes tuvieron más éxito en llevar a sus votantes a las urnas.

Al estudiar las razones que motivan a los individuos a votar por ciertos partidos, además de la escuela psicológica que se expuso arriba y que privilegia a la identidad partidista como variable principal, pueden distinguirse al menos dos enfoques o perspectivas teóricas. Tales enfoques son: la escuela sociológica y la escuela de elección racional.

Cuadro 5. Relación voto-identidad partidista (porcentajes)

	<i>No partidista</i>	<i>Partidista</i>	<i>r de Pearson</i>
No votó	14.6	8.2	0.186**
Votó	85.4	91.8	
	<i>Panistas</i>	<i>Priistas</i>	<i>Perredistas</i>
Votó por ese partido	62.4	74.0	69.5

**Estadísticamente significativa a 0.01. *Estadísticamente significativa a 0.05.

La escuela sociológica

Como mencioné anteriormente, la tradición dominante en los estudios electorales enfatiza el impacto de las divisiones sociales, particularmente de clase social y religión. En esta literatura, las divisiones políticas reflejan divisiones sociales y económicas amplias dentro de la sociedad, y la estructura de la división se piensa en términos de los grupos sociales y sus lealtades (Lipset y Rokkan, 1967). Según Lipset..

la lucha partidista es un conflicto entre clases y el hecho más impresionante acerca del apoyo a los partidos políticos es que en casi todos los países económicamente desarrollados, los grupos de bajos ingresos votan principalmente por los partidos de la izquierda, mientras que los grupos de altos ingresos votan principalmente por los partidos de la derecha (Lipset, 1960: 223-224).

De acuerdo con John Curtice (1994), la relación entre clase social y voto ha sido un tema distintivo que ha aparecido constantemente en la investigación política británica. En palabras de Pulzer (1967): “la clase social es la base de la política en Gran Bretaña; todo lo demás es ornato y detalle.” De igual manera, los estudios electorales en Francia han destacado el papel de las clases sociales y de la religión en el comportamiento del votante francés. En este caso, la división religiosa ha sido particularmente influyente porque ha conformado puntos de vista antagónicos sobre el orden político y social entre los católicos y los ateos (Ysmal, 1994).

La escuela de la elección racional

La literatura basada en la teoría de Downs nos dice que el votante puede estar apoyando a un partido como resultado de un cálculo racional (Downs, 1957). En una simplificación de este argumento, el ciudadano prefiere el partido que va a proporcionarle mayores beneficios. Estos beneficios están generalmente orientados hacia puntos concretos, como la probabilidad de que ciertos partidos realicen cierto tipo de políticas. El posicionamiento de los individuos a la derecha o a la izquierda del espectro político-ideológico puede servirles como una guía general

para establecer su actitud ante ciertas cuestiones específicas. El individuo tenderá a votar por el candidato que se encuentra más cercano a sus posiciones políticas ideales y del que espera mejor desempeño. A diferencia de los enfoques anteriores, éste da un peso muy importante a los efectos de los cambios políticos de corto plazo propiciados, por un lado, por fluctuaciones en la economía o crisis políticas y, por el otro, por los elementos específicos de la elección (candidatos y propuestas). Un enfoque que trata de conciliar las posiciones de los enfoques psicológico y de elección racional es el de Richardson (1991). Según él, existe interdependencia entre las lealtades afectivas y el conocimiento que tienen los votantes sobre los programas y las imágenes de los partidos.

Muy pocos de los partidistas abandonan los vínculos con sus partidos... este alto grado de correspondencia (entre identidad y voto) ocurre porque los lazos de largo plazo entre los partidos y sus votantes se ven fortalecidos por visiones estables que tienen los votantes sobre los principios y/o imágenes de los partidos; además, muchas de las lealtades de los votantes se fortalecen gracias a las visiones negativas que tienen los votantes sobre los partidos opositores (Richardson, 1991).

En síntesis, la experiencia política de los individuos es fundamental tomando en cuenta las evaluaciones retrospectivas del partido en el gobierno. En México, se han señalado dos componentes centrales de la identidad: la evaluación retrospectiva de la actuación del gobierno y los sentimientos negativos hacia los partidos, en especial hacia el PRI (Estrada, 2005).

El Cuadro 6 muestra que aunque es más probable que un individuo que se identifica con un partido político específico vote por ese partido, la relación no es perfecta. Como ya se vio, la crítica a los enfoques sociológicos y psicológicos es su incapacidad para explicar los cambios en el corto plazo. Es ahí donde los enfoques de elección racional cobran mayor fuerza, ya que involucran la evaluación que el votante hace del partido en el gobierno. Además, otros factores políticos, como el asociacionismo, el interés en política o la ideología, han mostrado capacidad para explicar el voto. A continuación presento tres modelos que intentan explicar el voto que obtuvieron el PAN, PRI y PRD en la elección presidencial de 2012 y que incluyen variables cuyo sustento teórico se encuentra en los enfoques que he presentado en el texto.

Cuadro 6. Modelos *logit* de preferencia electoral
(elección presidencial 2012)

	<i>Modelo 1</i>		<i>Modelo 2</i>		<i>Modelo 3</i>	
	<i>PAN</i>		<i>PRI</i>		<i>PRD</i>	
<i>Sociodemográficas</i>						
Sexo (1=hombre)	-0.211 (0.194)		0.075 (0.145)		0.078 (0.171)	
Edad	0.005 (0.007)		-0.003 (0.005)		0.008 (0.006)	
Escolaridad	0.096 (0.057)	*	-0.085 (0.042)	*	0.126 (0.050)	**
Ingreso	-0.004 (0.038)		-0.014 (0.027)		0.012 (0.031)	
Centro-Occidente	0.615 (0.249)	**	0.011 (0.188)		-0.588 (0.226)	**
Norte	0.602 (0.275)	*	-0.049 (0.204)		-0.880 (0.263)	**
Sur	-0.146 (0.338)		-0.245 (0.231)		0.144 (0.240)	
Sureste	0.248 (0.500)		-0.231 (0.337)		-0.221 (0.420)	
Localidad urbana	0.265 (0.233)		-0.348 (0.166)	*	0.047 (0.202)	
Religiosidad	0.013 (0.119)		0.108 (0.089)		-0.113 (0.103)	
<i>Variables políticas</i>						
Asociacionismo	0.209 (0.208)		-0.280 (0.158)	*	-0.163 (0.184)	

Con base en los modelos anteriores puede afirmarse que las variables más importantes para explicar el voto son las políticas, específicamente la ideología y la identidad partidista. Claramente la identificación con un partido político tiene un impacto significativo y positivo en la probabilidad de votar por ese partido. De hecho, conforme a las probabilidades estimadas de voto derivadas de los tres modelos, es posible afirmar que la probabilidad de votar por el PAN aumenta si un individuo se identifica con ese partido, en 39%. En el caso del PRI, identificarse

Izquierda-derecha	0.088 (0.036)	**	0.126 (0.026)	**	-0.146 (0.030)	**
Interés político	0.097 (0.200)		0.160 (0.154)		0.455 (0.178)	**
Identifica PAN	2.203 (0.242)	**	-1.238 (0.287)	**	-1.639 (0.416)	**
Identifica PRI	-1.618 (0.296)	**	1.797 (0.162)	**	-1.936 (0.296)	**
Identifica PRD	-0.806 (0.397)	*	-1.848 (0.350)	**	1.714 (0.207)	**
<i>Voto retrospectivo</i>						
Aprobación presidente Calderón	0.700 (0.232)	**	-0.274 (0.153)	*	0.020 (0.178)	
Situación política del país	0.218 (0.247)		-0.044 (0.196)		-0.330 (0.286)	
Situación económica del país	0.438 (0.293)	*	-0.440 (0.244)	*	-0.036 (0.336)	
Constante	-4.095 (587)	**	-0.785 (0.419)	*	-1.058 (0.481)	
N= 1600						
R ² Nagellkerke	0.378		0.423		0.457	
-2 log de la verosimilitud	767.123		1238.067		932.603	
% predicho correctamente	88.8		79.1		83.7	

**Estadísticamente significativa a 0.01. *Estadísticamente significativa a 0.05.

con ese partido aumenta la probabilidad de votar por él en 41%. Para el PRD, la identificación partidista incrementa la probabilidad de votar por dicho partido en 26%.² Es claro que hay un importante cambio en

² Las probabilidades han sido calculadas para un hombre, de edad, escolaridad, ingreso y religiosidad promedio, que vive en una localidad urbana del Centro-Occidente del país, que no aprueba el desempeño de Calderón, que percibe una situación económica y política muy mala, que no pertenece a alguna asociación, que se autoubica en el centro ideológico.

la probabilidad de voto por un partido según si se tiene o no identidad con el mismo.

Asimismo, la variable ideológica también afecta la probabilidad de votar por un partido en particular. La autoubicación a la derecha del espectro político favorece el voto por el PAN y el PRI, y a la izquierda por el PRD. La mera ubicación a la extrema derecha del espectro, sin tomar en cuenta la identidad partidista, aumenta la probabilidad de voto por el PAN en 7% y la del PRI en 24%. Para el caso del PRD, aquellos que se ubicaron a la extrema izquierda del espectro ideológico, aun sin considerarse perredistas, aumentaron su probabilidad de votar por el PRD en 11 por ciento.³

Además de las variables anteriores, la aprobación del desempeño del presidente Calderón y la percepción positiva de la situación económica del país aumenta la probabilidad de voto del PAN. Por el contrario, un bajo nivel de aprobación del presidente y una mala percepción de la situación económica del país aumentan las probabilidades de votar por el PRI. Con relación a las variables sociodemográficas, el aumento en el nivel de escolaridad incrementa la probabilidad de votar por el PAN y PRD, y disminuye la probabilidad de voto por el PRI. Vivir en la región centro-occidente o norte hace más factible que un individuo sufrague a favor del PAN y disminuye la probabilidad de voto por el PRD. Finalmente, quienes viven en una localidad rural o mixta tienen mayores posibilidades de votar por el PRI que por los otros dos partidos.

La identidad partidista y la participación no electoral, las opiniones y actitudes

Más allá del impacto que tiene la identidad partidista en el voto, también tiene efectos interesantes sobre otros comportamientos y actitudes políticos. La variable partidista es relevante para diversos fenómenos políticos debido a la trascendencia de los partidos en las democracias. Frecuentemente se presentan a los ciudadanos asuntos y eventos en términos partidistas.

³ Las probabilidades han sido calculadas para un hombre, de edad, escolaridad, ingreso y religiosidad promedio, que vive en una localidad urbana del Centro-Occidente del país, que no aprueba el desempeño de Calderón, que percibe una situación económica y política muy mala, que no pertenece a alguna asociación, que no se identifica con el PAN, PRI o PRD.

Como puede observarse en el Cuadro 7, hay relación significativa entre el partidismo y diferentes tipos de participación política. Aquellos que tienen una afinidad con un partido (sin importar cuál) claramente tuvieron una tendencia mayor a participar en actos partidistas —tales como trabajar en una campaña electoral— o asistir a un mitin. Pero las diferencias en el comportamiento político entre partidistas y no partidistas no se restringen a acciones relacionadas con un partido político. Quienes se identifican con un partido, además de tener mayores niveles de interés en política, también participaron en mayor medida en otro tipo de actos tales como protestas o compartir información política. Con relación al interés en política, es muy posible que haya un problema de autoselección: aquellos más interesados en la política es más probable que busquen acercarse a la esfera pública a través de un partido.

Al separar por partidos tenemos que los perredistas son claramente los más activos políticamente. Aunque en todas las categorías los perredistas tienen mayores porcentajes que los otros dos partidos, destaca

Cuadro 7. Correlaciones entre identidad partidista y comportamiento político (porcentajes)

	<i>No partidista</i> %	<i>Partidista</i> %	<i>Correlación R de Pearson</i>	<i>Panista</i> %	<i>Priista</i> %	<i>Perredista</i> %
Participó en protesta	4.3	12.4	0.146**	4.5	7.3	13.7
Trabajó en campaña electoral	3.0	12.9	0.192**	8.4	8.3	6.6
Asistió a mitin durante la campaña	16.9	38.9	0.235**	25.3	28.0	31.9
Dio dinero a partido	0.8	1.1	0.016	0.6	0.8	1.8
Compartió información política	7.6	10.7	0.050*	4.5	5.3	15.5
Interés en política	27.8	50.9	0.218**	40.4	37.1	45.1

**Significancia al 0.01. *Significancia al 0.05.

la participación de ellos en protestas y en la difusión de información política, en donde doblan y triplican las cifras del PAN y PRI. Esto puede deberse a que tradicionalmente el PRD ha recurrido a repertorios de movilización muy relacionados con aquellos utilizados por los movimientos sociales, tales como la protesta. Esto puede haber socializado a sus simpatizantes con este tipo de participación política.⁴

Con base en el Cuadro 8 es posible argumentar que la identificación partidista no sólo tiene un efecto sobre la participación político-electoral y no electoral de los individuos, sino también sobre algunas actitudes o percepciones. Como puede verse, es claro que el lente de la identidad partidista afecta las percepciones que los individuos tienen sobre líderes y situaciones públicas. Como señala Moreno (2003), si el líder político es del partido con el que el elector tiene afinidad, entonces las opiniones acerca del líder serán generalmente favorables. De lo contrario, si el líder es de un partido diferente, entonces las opiniones serán menos favorables o incluso desfavorables. De acuerdo con lo anterior, y como era de esperarse, los datos muestran que la aprobación del presidente Calderón es significativamente positiva entre los panistas y negativa entre los perredistas.

Así como es sumamente plausible que la aprobación o evaluación del trabajo del presidente en turno sea partidaria, puede esperarse que la

Cuadro 8. Relación entre identidad partidista y percepciones políticas

	<i>Panista</i>		<i>Priista</i>		<i>Perredista</i>	
	%		%		%	
Aprobación Calderón	86.5	0.189**	60.9	0.007	39.8	-0.171**
La situación política de México es muy buena/buena	32.6	0.122**	24.5	0.094**	8.4	-0.110**
La situación económica de México es muy buena/buena	19.1	0.064*	13.8	0.093**	3.5	-0.096**

**Significancia al 0.01. *Significancia al 0.05.

⁴ Hay que recordar también que el PRD surge como respuesta al conflicto electoral de 1988, como mecanismo institucional de la izquierda.

evaluación de la situación política y económica del país también lo sea. Es decir, que aquellos que se identifiquen con el partido del presidente evalúen mejor las condiciones en las que se encuentra el país, que quienes no se identifican con ese partido. Así, los panistas califican mejor la situación económica y política del país que los priistas y mucho mejor que los perredistas.

Conclusiones

El análisis anterior reafirma que la identidad partidista sigue siendo la característica de mayor estabilidad en el electorado mexicano y que sus efectos no se limitan a la forma en que afecta el voto. En cuanto a los fundamentos de dicha identidad, hemos visto que la ideología, la región y la localidad son los factores que afectan en mayor proporción la probabilidad de identificarse con un partido político.

Aunque la identidad partidista y el voto tienen una relación muy estrecha, claramente son dos variables distintas. En efecto, la identidad partidista sirve al ciudadano como una herramienta heurística para acercarse a la política y, por ende, afecta su comportamiento político. Los datos muestran que quienes se identifican con un partido tienen mucha mayor probabilidad de votar en general, y de hacerlo por el partido al que se sienten más cercanos. La identidad partidista y la autoubicación izquierda-derecha son las variables que mayor efecto tienen sobre la probabilidad de votar por los tres partidos más grandes. Asimismo, los partidistas participan significativamente más en otro tipo de actividades políticas no electorales que los no partidistas.

Además del comportamiento, la identidad partidista también afecta las evaluaciones y percepciones de los individuos, lo que comprueba que la lente partidista es relevante para diversos fenómenos políticos debido a la importancia de los partidos en las democracias modernas.

Quizá uno de los hallazgos más interesantes, aunque no necesariamente nuevo, es el aumento de los apartidistas, hecho que probablemente está relacionado con la desconfianza que los mexicanos tienen en los partidos.⁵ Por otra parte, es interesante el importante crecimiento que han tenido los partidistas cognitivos, hecho relacio-

⁵ En repetidas encuestas los partidos son la institución en la que menos confían los mexicanos.

nado a la cantidad de información que manejan los ciudadanos en la actualidad, generada sobre todo alrededor de candidatos, temas y posiciones, especialmente en épocas electorales. Este cambio puede generar dinámicas interesantes en el sistema político. Al ser menos consistentes en sus patrones de voto, los apartidistas pueden provocar que los temas y los candidatos cobren mayor importancia en las coyunturas electorales que las lealtades a un partido. Asimismo, los apartidistas pueden presionar para expandir la participación de los ciudadanos más allá de los ceñidos canales electorales y la política partidista. Finalmente, los cambios socioeconómicos en el mundo pueden seguir repercutiendo en el aumento de los apartidistas. Las acciones de los partidos pueden detener o acelerar este proceso en el corto plazo, pero la evidencia reciente sugiere que en el largo plazo, la tendencia es el alejamiento de los ciudadanos de los partidos, al menos en las sociedades posindustriales. Hasta ahora, México parece encajar en ese patrón.

CAPÍTULO V

Los electores independientes en México en 2006 y 2012

Gustavo Meixueiro

La literatura sobre comportamiento electoral en México ha puesto mucha atención en la identificación partidista y sus efectos en el voto, pero ha dejado de lado una debida comprensión de los electores que no se identifican con ninguno de los partidos políticos: los llamados *independientes*. Este capítulo se enfoca en ese segmento de electores apartidarios que suelen decidir su voto durante las campañas y que en un momento dado pueden inclinar la balanza hacia uno u otro candidato. Los independientes son un grupo numeroso, quizás incluso más que la proporción de seguidores de un partido específico que no encuentran un canal de representación política en una opción partidaria en particular. Su importancia en una democracia representativa es, por tanto, fundamental.

En este capítulo se argumenta que los independientes no deben ser integrados en una sola categoría para el análisis del electorado mexicano, sino clasificados en otras categorías de análisis que den mayor sentido a su comportamiento político. Primero, explica la importancia de esta parte del electorado; después, aborda brevemente la forma en que se ha medido la identificación partidista y se discute quiénes son los electores independientes. Enseguida, se revisan las formas propuestas por algunos autores para acercarse al estudio de los independientes. Con base en esta revisión se exploran los datos del estudio poselectoral

CESOP-CNEP 2012 para encontrar las diferencias de los votantes identificados como independientes puros y los independientes alineados: sus características sociodemográficas, la forma en que votaron, cuándo decidieron su voto y si hicieron o no voto diferenciado. Por último, con base en la teoría de la movilización cognitiva, se revisan las características de “nuevos independientes” y de los apolíticos y las transformaciones que sufrieron en el periodo que va de 2006 a 2012, de una elección presidencial a otra.

La importancia del electorado independiente

El estudio de los votantes, sobre todo en las democracias avanzadas, es uno de los temas que ha sido analizado por académicos y especialistas desde la primera mitad del siglo pasado.

Así, en la literatura estadounidense podemos encontrar trabajos desde la década de 1940, donde académicos de las universidades de Columbia y Michigan intentaron entender las actitudes y percepciones de los votantes (Lazarsfeld *et al.*, 1944; Berelson *et al.*, 1954; Campbell *et al.*, 1954). Los trabajos de Lazarsfeld y sus colegas se enfocaron en las bases sociológicas del voto y en los procesos de comunicación política, tanto a través de los medios masivos como de charlas interpersonales.

En 1960, Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes publicaron uno de los textos que quizá ha sido de los más influyentes en la literatura sobre los estudios de las elecciones y los electorados: *The American Voter*. En éste, Campbell y sus colegas desarrollaron un modelo que advertía variables tanto sociológicas como psicológicas que determinaban la conducta del votante. El concepto central que desarrolló la escuela de Michigan es el de *identificación partidista* que se refiere al sentido de adhesión psicológica y afectiva de los electores con los partidos y grupos políticos relevantes.

Otros textos que han tenido influencia en las distintas teorías que intentan explicar la actitud del electorado son los desarrollados por autores como Anthony Downs (1957) y Morris Fiorina (1981) que trabajaron sobre lo que se conoce en la literatura como *modelo racional del voto*.

En México se han escrito diversos trabajos que intentan explicar las acciones y las actitudes del electorado mexicano. La mayoría de ellos fueron desarrollados después de las elecciones federales de 1994 (aun-

que existen trabajos anteriores a esa fecha, entre los que podemos citar el elaborado por Barry Ames, en 1970). Autores como Moreno (2003 y 2009), Domínguez y Poiré (1999), Buendía (1996), y Beltrán (2007) han explorado distintas explicaciones sobre cómo han votado los ciudadanos mexicanos en distintas elecciones federales; han analizado las características sociodemográficas y las actitudes políticas de los electores que han preferido inclinarse (o no) por alguna de las diferentes opciones que les presenta la boleta cuando acuden a las urnas.

Sin embargo, el análisis de los electores que no se identifican como cercanos a alguna de las fuerzas políticas no ha sido tan ampliamente abordado como el de los electores partidistas, a pesar de que es un segmento que, desde hace varios años, se mantiene presente como una parte importante del electorado, y que en algunos países ha venido incrementándose debido a la desalineación de los ciudadanos con los partidos políticos.

Russell Dalton (2013: xiv-xvi) menciona que mientras hay algunos que opinan que las elecciones se ganan principalmente movilizand o electores afines al partido político, hay estrategias políticas y asesores en las campañas electorales que creen que los resultados electorales dependen del voto de los electores independientes. Dalton señala que el crecimiento de los electores independientes en Estados Unidos ha sido por el rechazo en los últimos años hacia los partidos políticos. Además, en su calidad de politólogo, defiende la idea de la *secularización política*, la cual señala que la modernización de las sociedades desprende a los electorados de sus adhesiones partidarias y los hace más independientes y, por tanto, más propensos a votar en torno a temas, candidatos o factores de corto plazo como las condiciones económicas, y no tanto por la lealtad al partido.

En la serie longitudinal del electorado estadounidense se observa que el segmento independiente era menor a 25% durante el periodo de 1944 a 1964, pero esta proporción fue aumentando después de la elección de 1976. Para las elecciones de 2010, la serie reporta que 41% del electorado de Estados Unidos se identificó como independiente (Dalton, 2013).

Más a detalle, el mismo docente e investigador explica que en la elección de John F. Kennedy, en 1960, sólo una cuarta parte del electorado estadounidense se autodefinía como independiente, pero el porcentaje se incrementó durante las siguientes décadas. Para 2004, cerca de 40%

de los votantes de Estados Unidos se definía como independiente, proporción muy superior a una tercera parte del electorado que se dijo cercana al partido demócrata y, por supuesto, muy superior también a la cuarta parte del electorado que se dijo cercana al Partido Republicano. Y también es el voto del electorado independiente el que dio el triunfo a George W. Bush en 2000, o la victoria a Obama en 2008.

Para el periodo 2010-2011, los independientes representaron la mayor parte del electorado estadounidense, por arriba del porcentaje de electores que se identificó cercano con el Partido Demócrata o con el Partido Republicano (Dalton, 2013).

Ya otros autores, desde hace varios años, habían documentado el incremento de los electores independientes en detrimento de los electores que se autodefinen cercanos a un partido político (Hill y Luttbeg, 1983; Philips, 1982; Nie *et al.*, 1979). Bruce Keith y sus colegas (1992) mencionan que en el seguimiento de la Encuesta Nacional Electoral, de Michigan, se observa que para el periodo 1952 a 1964, la proporción de los electores independientes fue de 19 a 23%; para 1978 la cifra era superior a 37%, y para 1990 la cifra era casi de 36%. Más aún, a principios de la década de 1960, el porcentaje de electores independientes era cercano al de los electores que se identificaban con el Partido Republicano. Esta cifra, para 1972, creció a cerca de un tercio del electorado, y para fines de la década de 1980 el porcentaje de independientes era poco más grande o similar al de los que se identificaban con el Partido Demócrata. El número de seguidores de este partido es el más grande en la medición longitudinal del Estudio Nacional Electoral (ANES, por sus siglas en inglés) realizado por la Universidad de Michigan en el periodo comprendido entre 1952 y 1990 (Keith *et al.*, 1992).

Por otro lado, la tendencia del crecimiento del electorado independiente (en detrimento del electorado cercano a los partidos políticos) también se ha observado en otras democracias. La evidencia empírica muestra que en varias democracias industriales avanzadas se observa un patrón general de disminución de la identificación del electorado con los partidos políticos (Dalton, 2008; Dalton y Wattenberg, 2000; Fiorina, 2002). Por ejemplo, en un estudio realizado entre Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y Alemania se aprecia una disminución de la identificación partidista en las últimas décadas (Dalton, 2008). Dalton analiza esta variable en varias democracias y encuentra que de 19 países, en

17 se observa una disminución de la identificación partidista en el largo plazo (Dalton, 2004).

Para el caso de México también se ha encontrado que el número de electores que se autodefinen como independientes forma parte importante del electorado. Alejandro Moreno (2010) hace una recopilación de varias encuestas que abarcan un periodo de 20 años, de 1989 a 2009, y encuentra que el electorado mexicano que se autodefine como independiente en ocasiones ha superado 40%. En la serie analizada por el autor se observan claramente tres diferentes etapas, la primera comprendida entre 1989 y 1994, donde los electores independientes disminuyeron al pasar de niveles cercanos a 30% a poco menos de 20%; una segunda etapa comprendida entre 1994 y 2000 con un comportamiento de altibajos donde por momentos la cifra se eleva a niveles de 30% y en otras mediciones alcanza niveles inferiores a 20%. La tercera etapa que podemos señalar en los datos de Moreno es que en la década de 2000 a 2009 el independentismo aumentó al pasar de un cuarto del electorado a niveles cercanos a 40% de éste. Más todavía, en las dos últimas mediciones trimestrales de 2009, los votantes mexicanos que se autodefinieron como independientes alcanzaron niveles cercanos a 50% del electorado, muy probablemente como respuesta a la crisis económica desatada en 2008. Los datos permiten observar que en la última década este segmento de los electores ha superado a los que se dicen cercanos o identificados con cualquiera de las tres principales fuerzas políticas del país (PRI, PAN O PRD).

Así, para el periodo comprendido entre 1989 y 2000, el promedio de los electores autodefinidos como independientes fue de 28%; para los siguientes seis años, de 2001 a 2006, fue de 33%; y para el periodo 2007 a 2009 fue de 39% de los ciudadanos mexicanos (Moreno, 2010).

Ahora bien, como se ha señalado, el estudio de la identificación partidista es reconocido en la literatura como uno de los principales predictores del voto, como una de las variables que más influencia tienen en las explicaciones para entender la cultura política y democrática de las sociedades, además de ser un heurístico importante para los ciudadanos. Si entender el comportamiento de los votantes partidistas es relevante, el estudio del segmento de los independientes debería ser igualmente importante para la ciencia política.

¿De qué tamaño era este segmento de independientes en la elección presidencial de 2006? ¿Aumentó o disminuyó en 2012? ¿En nuestro país

también está ocurriendo un fenómeno de desalineación con los partidos políticos? O, como se pregunta Moreno al estudiar a los votantes en México, ¿no sería más lógico que la evolución del sistema de partidos generara sentimientos y lealtades partidarias? (Moreno, 2010). Estas preguntas guiarán el análisis de este capítulo.

Pero, a todo esto, ¿cuál es el perfil de los partidistas y de los independientes? Para abordar mejor estas preguntas describiremos de forma breve el concepto de la *identificación partidista* y la noción de los *independientes*.

La medición de la identificación partidista y el concepto de independientes

Desde que se empezó a utilizar como una variable explicativa de la conducta de los electores en los estudios de opinión, la identificación partidista se ha medido a partir de la autclasificación de los encuestados como seguidores de uno u otro partido o como apartidistas o apolíticos.

El modelo clásico de identificación partidista sostiene que los individuos no partidistas tienen menor conocimiento político y están menos interesados e involucrados en política (Campbell *et al.*, 1960, citado por Dalton, 2013).

La medición del partidismo tiene dos componentes principales: la dirección y la intensidad. La primera tiene el objeto de medir con cuál de los partidos se identifica el votante; y la segunda, el grado o intensidad de su identificación partidaria para saber si esa identificación es fuerte o débil. Esto diferencia a los partidistas duros de los blandos.

La pregunta original es: “Generalmente hablando, usted se considera a sí mismo como republicano, demócrata, independiente, o qué?”.¹ Si el entrevistado contestaba “republicano” o “demócrata”, se le preguntaba sobre la intensidad: “Se considera como un republicano (o demócrata) fuerte o no muy fuerte”. Si el entrevistado, a la pregunta raíz se decía “independiente” entonces se le preguntaba: “Usted piensa en sí mismo como más cercano al Partido Republicano o al Partido Demócrata” (ANES, 1952). Esta última diferenciación permitía clasificar a algunos de los independientes como *inclinados* o *leaners*, los cuales se explican más adelante.

¹ Véase la pregunta 28 y sus subsecuentes incisos en el cuestionario de la ANES de 1952.

Así, esta serie de preguntas, en el sistema bipartidista estadounidense, agrupando los republicanos o demócratas fuertes y débiles (no muy fuertes), junto con los independientes, ofreció la posibilidad de construir una escala de siete categorías de autclasificación. Ubicándolos en una línea recta, donde los más demócratas se encuentran en el extremo izquierdo, los independientes al centro de la escala y los republicanos fuertes en el extremo derecho, se tendrían las siguientes categorías: demócratas fuertes, demócratas débiles, independientes demócratas, independientes puros, independientes republicanos, republicanos débiles y republicanos fuertes.

La escala descrita dividió al electorado estadounidense en dos categorías principales: los partidistas y los independientes. Los primeros son los que en la pregunta raíz se autclasificaban como republicanos o demócratas (fuertes o débiles). Los independientes, por su parte, son aquellos que en la pregunta raíz se autclasificaban como tales, es decir, no se identificaban con alguno de los partidos políticos. En pregunta de seguimiento, los independientes podían optar por ser independientes, pero cercanos a los demócratas o a los republicanos, o por no ser cercanos a ningún partido.

A los primeros, independientes demócratas o independientes republicanos, la literatura los ha llamado *leaners* o “alineados”; a los segundos se les conoce como *independientes puros* (Keith *et al.*, 1992).

Esta pregunta raíz dio origen a la teoría psicológica-social de la *identificación partidista*, y como se mencionó anteriormente sigue siendo un concepto central en los estudios del comportamiento individual de los electores (Miller y Shanks, 1996; Evans, 2004; Moreno, 2009).

Desde la década de 1960, Campbell y sus colegas decían que la identificación partidista era una actitud política que se transmitía en el círculo familiar o social de los individuos, que era una adhesión muy estable en el tiempo y que explicaba distintas conductas u opiniones políticas de los individuos (Campbell *et al.*, 1960).

Para el caso mexicano, Moreno afirma que la identificación partidista:

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 gobiernos, de la aceptación o rechazo de las propuestas de política pública o de legislación y, en general, de varias actitudes, opiniones y formas de conducta política individual (Moreno, 2009: 55).

Si, por un lado, la identificación partidista ha sido y sigue siendo importante en el análisis del electorado y en la explicación de las conductas de los votantes; y por otro, como se discutió en párrafos anteriores, el número de electores que se autoidentifican como independientes ha venido incrementándose en algunas democracias, es fácil entender el argumento de Dalton cuando menciona que el análisis y estudio de este segmento del electorado debería de importar también a académicos y estudiosos de los votantes (Dalton, 2013).

Si los electores independientes en México, como se discutió también anteriormente, fluctúan entre 30 y hasta 50% del electorado, es importante conocer quiénes son, cuáles son sus características sociales, y cuáles son sus principales actitudes políticas. Si como afirma Moreno (2009) el electorado mexicano ha sufrido una transformación, es posible que el segmento de los independientes también lo haya hecho. Si esto es cierto, ¿cuáles son los principales cambios que podemos encontrar en los electores independientes entre 2006 y 2012?

Dos distintas aproximaciones al análisis de los independientes

En *El mito de los votantes independientes*, Bruce Keith y sus colegas (1992) argumentan que a pesar de que la escala de identificación partidista originalmente tenía siete categorías, los análisis realizados por Angus Campbell y sus colegas (1960) decidieron tratar a los independientes como un solo grupo y redujeron la escala original de siete a cinco categorías.

Es decir, decidieron agrupar como “independientes” a los alineados y a los puros, y centraron su análisis en los grupos que se identificaban con alguno de los partidos políticos.

Keith menciona que la decisión de los investigadores de Michigan se debió principalmente a que requerían de un mayor número de casos para las categorías, por lo que en lugar de tener tres grupos con un número menor de observaciones de independientes, decidieron agruparlos a todos. Una vez que los tres grupos de independientes originales fueron agrupados en una sola categoría, la fuerza de la identificación partidista fue asociada positivamente con el voto y otras medidas de virtudes cívicas como el interés en las campañas.

La escala de identificación partidista decía que los demócratas fuertes tenían más probabilidad de votar por el candidato de su partido, los demócratas débiles, un poco menos, los independientes en medio, y los republicanos débiles y los republicanos fuertes en el otro extremo de la escala. Así, Campbell y sus colegas sentaron un precedente que fue ampliamente observado por casi 20 años (Keith *et al.*, 1992).²

Al agrupar a los independientes en una sola categoría, los autores de *El votante americano* encontraron que este grupo era ignorante, apático e inactivo (Campbell *et al.*, 1960). Los independientes —argumentan Keith y sus colegas— fueron, para los investigadores de Michigan, principalmente un punto de comparación en contraste con las personas que se identificaron con alguno de los partidos políticos, pero poco pudieron decir de ellos (Keith *et al.*, 1992).

La imagen de los partidistas y de los independientes se convirtió en “sabiduría convencional” —refieren Keith y sus colegas— hasta finales de la década de 1960, cuando el incremento del número de independientes también empezó a generar nuevas preguntas sobre el electorado en los académicos e investigadores.

Mencionan que los independientes tienen un desacuerdo con los partidos políticos y, analizando los procesos electorales de Estados Unidos, describen cómo han votado en elecciones presidenciales y en elecciones intermedias y muestran que los independientes alineados votan muy parecido a los partidistas del grupo por el que se inclinan. Este descubrimiento —refieren Keith y sus colegas— llevó a algunos a pensar que los alineados eran en realidad partidistas; otros estudiosos argumentan que los alineados podían votar como lo hicieron y seguir siendo independientes (Keith *et al.*, 1992).

Como se aprecia, la propuesta de Bruce Keith y de sus colegas es analizar a los independientes no como una sola categoría, sino establecer que en realidad hay dos tipos de independientes: los independientes puros y los independientes alineados.

² Nosotros agregaríamos que lo sigue siendo, pues la identificación partidista —como se ha explicado— es uno de los predictores más fuertes de las actitudes y opiniones de los votantes. Así que nuestro interés no es demeritar la importancia que esta variable ha tenido y sigue teniendo en la ciencia política, sino explorar una forma alternativa de analizar al electorado independiente.

Siguiendo estos argumentos, ¿podemos encontrar lo mismo para el caso mexicano? ¿Existen diferencias entre los votantes que se auto-clasifican como independientes? ¿Acaso los independientes alineados han votado de forma diferente que los independientes puros? ¿Los independientes alineados tienen preferencias ocultas por un partido político? ¿Cómo votaron los independientes puros y los independientes alineados en la elección presidencial de 2012? ¿Los alineados y los independientes puros eligen por un partido cuando votan por presidente y por otro cuando lo hacen para diputados en mayor proporción que como lo hacen los partidistas? Es decir, para la última elección federal, ¿fue mayor el voto cruzado de los independientes que de los partidistas?

Por otro lado, Russell Dalton plantea una forma diferente de analizar a los votantes. Este profesor estadounidense afirma que la identificación partidista es la variable más importante a preguntar en una encuesta electoral, ya que tiene amplios efectos en el comportamiento político de los individuos. Pero la desalineación partidista que en algunos países ha venido aumentando —menciona este investigador— puede afectar el funcionamiento de las democracias que se desarrollan con base en un sistema de partidos (Dalton, 2013). Por otro lado, también afirma que la desalineación partidista refleja patrones de modernización social que es común encontrar en democracias industriales avanzadas.

En este sentido, Dalton argumenta que la separación de los partidos políticos y de la sociedad se debe a que las instituciones políticas han venido disminuyendo las funciones que anteriormente les estaban encomendadas, mismas que han adquirido o han sido transferidas a organizaciones sociales que resultan más eficientes que los partidos para realizarlas. A esta explicación de desalineación con los partidos se le conoce como *explicación funcionalista* (Dalton, 2008).

Estudios realizados con antelación habían encontrado que los independientes tienen menor conocimiento y están menos involucrados en política (Campbell *et al.*, 1960); sin embargo, Dalton argumenta que, con las transformaciones que ha sufrido el electorado esto ya no es así, y los “nuevos independientes” tienen características diferentes. Él los llama “apartidistas”, y menciona que éstos están interesados en política y son políticamente más sofisticados, pero carecen de una identidad partidista (2013).

Estos *nuevos independientes*, dice Dalton, pueden ser políticamente comprometidos e incluso votar, pero carecen de una identificación con un partido específico. Además, es más probable que los apartidistas adopten diferentes formas de participación política más directa que los partidistas débiles.

Ahora bien, en una sociedad moderna, en donde existe un natural alejamiento de los partidos con la sociedad, hay algún grupo de ciudadanos que no necesita de la identificación con un partido político que les ayude a formarse opiniones políticas y a tomar decisiones, es decir, a movilizarse, sin tener la necesidad de la identificación partidista como un heurístico o atajo informativo. A esta forma de movilización se le conoce como *movilización cognitiva* (Dalton *et al.*, 1984).

La teoría de la movilización cognitiva sugiere que el aumento del número de independientes debe concentrarse en un tipo distinto de ciudadanos de los independientes descritos inicialmente por Campbell y sus colegas; éstos deben tener mejor educación, estar mejor informados e interesados en los asuntos públicos.

Así, Dalton sugiere que los ciudadanos tienen dos formas alternativas de conectarse con los procesos políticos: la *movilización cognitiva* y la *movilización partidista*. Por un lado, la primera produce un grupo de ciudadanos políticamente interesados y mejor educados que toma decisiones por su cuenta; la segunda, orienta políticamente a los votantes con base en sus apegos partidistas. La combinación de estas dos características define para Dalton los cuatro tipos de votantes que se muestran en el Cuadro 1: los apolíticos, los apartidistas, los partidistas rituales y los partidistas cognitivos (Dalton *et al.*, 1984; Dalton, 2008).

Los *apolíticos* son aquellos que no tienen una identificación partidista y se caracterizan por una baja o nula movilización cognitiva. Dalton sugiere que las características de estos apolíticos se asemejan a los descritos por Campbell y sus colegas como independientes; los *partidistas rituales* presentan un lazo de identificación con algún partido político, pero tienen una baja o nula movilización cognitiva.

Los *partidarios cognitivos* están altamente movilizados en ambas dimensiones: la política y la cognitiva. Presentan una identificación con algún partido y una alta movilización cognitiva. Y, por último, los que Dalton llama *nuevos independientes*, los apartidistas, que no presentan una asociación o identificación con un partido, pero que tienen altos

Cuadro 1. Partidismo y movilización política

		<i>Fuerza del partidismo</i>	
		Independiente	Identificación partidista
<i>Movilización cognitiva</i>	Alta	Apartidista	Partidista cognitivo
	Baja	Apolítico	Partidista ritual

Fuente: Dalton, 2008: 188.

niveles de participación y sofisticación política. Estos nuevos independientes a menudo se concentran entre los jóvenes, mejor educados y con valores posmaterialistas (Dalton, 1984).

Este autor afirma que en las democracias de los países industrializados se observa un incremento de apartidistas, así como un mayor número de partidistas cognitivos que de partidistas rituales.

Así, con este modelo de segmentación del electorado propuesto por Dalton, cabe preguntarse si lo encontrado por él en las democracias de los países industrializados aplica también para México.

Además de no tener una identificación con algún partido político, y de tener una movilización cognitiva, ¿qué otras características presentan los votantes apartidistas? ¿Sufrió alguna transformación el electorado mexicano en los últimos seis años?

Los independientes puros y los independientes alineados

Para saber si la proporción de votantes independientes ha venido creciendo analizamos una serie de encuestas poselectorales desde la elección federal de 1997. Este proceso electoral se realizó para elegir diputados federales, y para varios especialistas fue la primera elección en que se desarrollaron comicios de manera más democrática en el país (pues contó con un órgano electoral autónomo, equidad en la contienda, equidad en el acceso a medios de comunicación, tribunal electoral autónomo).

El estudio poselectoral CIDE-CSES (*Comparative Study of Electoral Systems*) se ha levantado en México cada tres años desde 1997. El estudio

permite conocer si el entrevistado tiene alguna simpatía por algún partido específico, o por ninguno; es decir, si el entrevistado era un partidista o un independiente.³ Este estudio poselectoral lo utilizamos para analizar la elección de 1997 y hasta la elección de 2009.

Para la elección de 2012 se utilizó la encuesta CESOP-CNEP (*Comparative National Election Project*). En esta encuesta se pudo incorporar una pregunta de seguimiento a la identificación partidista que nos permitiera estudiar a los votantes independientes como alineados o como puros.⁴

De esta forma, como se aprecia en la Gráfica 1, desde las elecciones de 1997 hasta las de 2012, el porcentaje de partidistas ha venido aumentando, y el de independientes ha disminuido. Para 1997, los votantes que se autoidentificaron con alguno de los partidos políticos fue 45% del electorado; para 2012 este porcentaje aumentó a 56 por ciento.

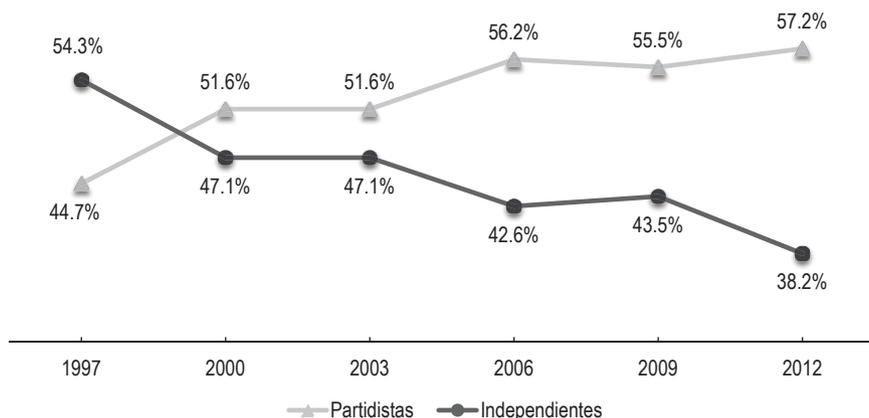
Por lo que hace a los independientes, la cifra pasó de 54%, en 1997, a 38%, en 2012. Es decir, en los últimos 15 años, en los que en México hemos ido a elecciones con reglas más equitativas y con mayor transparencia, el partidismo ha aumentado en 11% y los electores que se autoidentifican como independientes han disminuido en 16 por ciento.

En estos 15 años se han llevado a cabo seis procesos electorales: tres para elegir presidente de la república y tres donde únicamente se eligieron legisladores federales. En la Gráfica 1 se observa que de 1997

³ La pregunta que se utilizó fue: “Independientemente de por cuál partido votó en la elección pasada, en general, ¿simpatiza usted con algún partido político en particular?”. Si el entrevistado responde “Sí”, se le pregunta por cuál partido y qué tanto simpatiza con ese partido. A estos entrevistados se les consideró partidistas. Si en la pregunta raíz el entrevistado responde que no simpatiza con algún partido, en pregunta de seguimiento se insiste: “¿Siente usted un poco de más simpatía por algún partido que por los otros?”. Si el entrevistado responde “Sí”, se le pregunta por cuál partido; a éstos se les consideró como independientes alineados. Si responden que no, se les catalogó como independientes puros.

⁴ La pregunta que se utilizó fue: “Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista?”. Si el entrevistado contestó que se consideraba cercano a alguno de los partidos ofrecidos o a algún otro, se le consideró partidista; si contestó que “ninguno” se le consideró independiente. A los independientes, en pregunta de seguimiento, se les cuestionó si generalmente se inclinaban más hacia el PRI, el PAN, el PRD o algún otro partido. Si el entrevistado contestó que generalmente se inclinaba más hacia algún partido se le consideró independiente alineado; si contestó que ninguno, se le consideró independiente puro. La pregunta de seguimiento fue la que se incorporó en el estudio de 2012.

Gráfica 1. Distribución del electorado en México (1997-2012)
(cifras en porcentaje)



Fuente: CIDE-CSES, 1997-2009; CESOP-CNEP, México, 2012.

a 2000 los electores partidistas aumentaron en casi 6.9% y los independientes disminuyeron en 7.2%. Entre 2000 y 2003 no se observan modificaciones, pero de 2003 a 2006 vuelve a haber otro cambio importante en el electorado mexicano: los partidistas incrementaron en 4.6% y los independientes disminuyeron en 4.5 por ciento.

La variación observada entre 2006 y 2009 es menor de un punto porcentual, y al estar dentro de los márgenes de error de la encuesta se podría afirmar que no hubo cambios. De 2009 a 2012, al igual que en la tendencia, al tratarse de una elección intermedia a una presidencial, se observa un aumento de los votantes partidistas y una disminución de los votantes independientes: el partidismo aumenta 1.7% y los independientes disminuyen en 5.3 por ciento.

Los datos que se observan en la Gráfica 1 son relevantes porque, por un lado, confirman los hallazgos de Moreno con relación a que el partidismo en México se ha venido consolidando a la par del desarrollo del sistema de partidos (Moreno, 2009); por otro lado, la argumentación de Dalton respecto de la desalineación del partidismo y el incremento del independentismo en algunas democracias de países industrializados no se

confirma para el caso mexicano (aunque no se descarta que, tal y como se ha encontrado en otros países, esto pueda suceder en un futuro).

Los datos pudieran sugerir que el sistema de partidos políticos en México, a pesar del descrédito de estas instituciones y de la poca confianza que le otorgan los ciudadanos, se ha venido consolidando en los últimos 15 años en donde se han observado elecciones más competidas, más reguladas y con una doble alternancia de gobierno (del PRI al PAN en 2000, y del PAN al PRI en 2012). No obstante, el independentismo representa casi 4 de cada 10 electores en el país. Cifra bastante considerable para profundizar en el estudio de estos votantes.

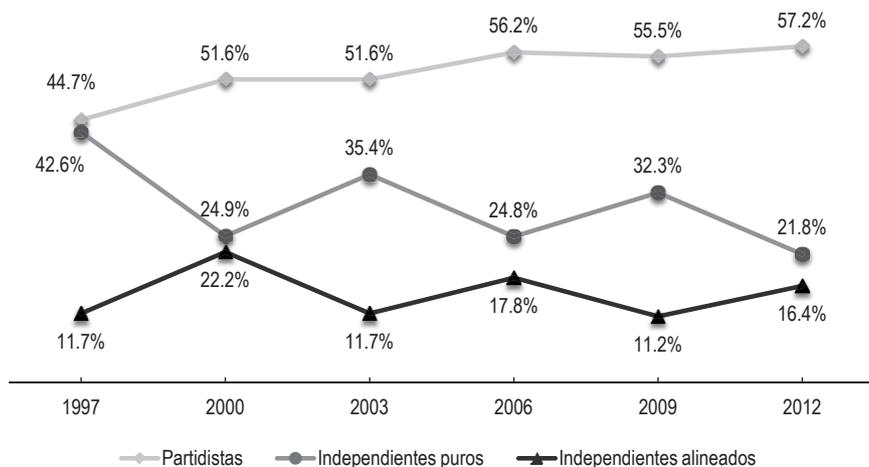
Por otro lado, al hacer el análisis de lo que ha sucedido en el conjunto de los electores independientes, encontramos algunos aspectos interesantes. Lo primero es que los independientes puros y los independientes alineados tienen comportamientos diferentes dependiendo si se trata de elecciones presidenciales o de medio término.

En la Gráfica 2 se observa que en las elecciones presidenciales los votantes que se autoidentifican como independientes puros disminuyen y el de los alineados aumenta. Al parecer, las elecciones presidenciales movilizan a los independientes a tomar partido. En sentido contrario, en elecciones de medio término, que de hecho se centran en partidos y no en candidatos, los independientes puros aumentan y los alineados disminuyen.

Por otro lado, se conoce que la participación electoral es mayor en elecciones presidenciales que en las que únicamente se elige a legisladores federales. ¿Acaso la proporción de los independientes puros y los alineados influye en la participación electoral? Si los independientes alineados tienden a parecerse a los partidistas (del partido al que se inclinan) y a votar como ellos, aquí podría haber un argumento adicional para explicar el abstencionismo en las elecciones intermedias.

En estas elecciones los independientes puros aumentan, y estos votantes tienen incentivos diferentes y más complejos para acudir a emitir su voto. Asimismo, en las elecciones presidenciales los independientes alineados aumentan y los puros disminuyen; posiblemente por ello la participación electoral se da en mayor medida por los electores partidistas, seguidos por los votantes alineados y por último de los independientes puros. En las elecciones de 2012, los datos del estudio CESOP-CNEP 2012 reportan que 90% de los partidistas acudió a

Gráfica 2. Distribución del electorado en México (1997-2012)
Independientes puros y alineados (cifras en porcentaje)



Fuente: CIDE-CSES, 1997-2009; CESOP-CNEP, México, 2012.

las urnas a depositar su voto; 86% de los alineados y sólo 82% de los independientes puros.

En toda la serie analizada es mayor el número de independientes puros que los independientes alineados. La elección en la que se presentó el mayor porcentaje de independientes puros fue la de 1997. Más que un proceso de desalineación, el caso mexicano da muestras de una alienación partidaria.

En otro orden de ideas, en la misma Gráfica 2 también se puede observar que en los procesos en donde se eligieron legisladores federales (1997, 2003 y 2009) la proporción de electores alineados es similar: 11.7% para 1997 y 2003; y de 11.2% para 2009. Estos datos podrían indicar que en los últimos 15 años, en las elecciones intermedias, la proporción de los electores alineados se ha mantenido constante.

De igual forma, en las elecciones presidenciales (2000, 2006 y 2012) la proporción de los electores puros ha sido similar: 24.9% para 2000, 24.8% en 2006 y 21.8% en 2012. Los datos sugieren que en las tres últimas elecciones presidenciales la proporción de votantes independientes puros casi no ha variado.

En las elecciones presidenciales de 2000 a 2006 se observa que los votantes partidistas aumentaron en 4.6%, mientras que los independientes alineados disminuyeron en un porcentaje similar: 4.4. Para las elecciones de 2012, respecto de 2006, los partidistas aumentaron en 1%, y los independientes alineados disminuyeron en 1.4 por ciento.

Pero, ¿en realidad los partidistas, los independientes puros y los alineados son grupos diferentes? Si, como se ha encontrado en la revisión de la literatura que se explicó anteriormente, es así, para el caso mexicano tendríamos que encontrar en los alineados y puros características sociodemográficas y comportamientos políticos diferentes.

Para analizar las características de los votantes independientes se tomaron en consideración algunas de las variables revisadas en la literatura que son significantes para determinar si un elector es partidista o independiente.⁵ La variable independiente que se construyó fue si el entrevistado era partidista, independiente alineado o independiente puro.

De esta forma, los datos de la encuesta CESOP-CNEP 2012 muestran que los hombres son más independientes puros (56%) que las mujeres (44%). También, los hombres son más independientes alineados (51%) que las mujeres (49%). La Tabla 1 también permite observar que las mujeres son más partidistas (53%) que los hombres (47%). Aunque las diferencias son modestas, el sexo y el partidismo tienen cierta relación. Las mujeres expresan un mayor grado de adhesión —y posiblemente de lealtad— a los partidos que los hombres.

Con relación a la edad, los resultados parecen sugerir que a medida que ésta avanza hay más probabilidad de que un elector sea partidista que independiente alineado o puro. Entre el sector más joven, esto es de 18 a 25 años, hay más alineados (23%) que puros (19%) o partidistas (19%). El partidismo se va desarrollando a la par de la vida política de los electores.

El 56% de los electores partidistas tiene 40 años o más, frente a 46% de los independientes y 45% de los independientes puros.

Por lo que se refiere a la escolaridad, 68% de los electores partidistas cuenta con educación secundaria o menor; en tanto que 54% de los independientes alineados o 53% de los independientes puros tienen esta característica. Los independientes son más escolarizados que los

⁵ Las variables sociodemográficas utilizadas de la encuesta CESOP-CNEP 2012 fueron: sexo, edad, escolaridad, situación laboral, clase social, ingreso, localidad urbana o rural, región y religiosidad

Tabla 1. Variables sociodemográficas (cifras en porcentajes)

Variables		2012		
		Partidistas	Independientes	
			Alineados	Puros
Sexo	Masculino	47	51	56
	Femenino	53	49	44
Edad	18-25	19	23	19
	26-39	25	32	36
	40-65	46	38	37
	Más de 65	10	8	8
Escolaridad	Ninguna	19	18	12
	Primaria	26	18	16
	Secundaria	23	18	25
	Preparatoria	25	28	35
	Universidad o más	8	18	13
Situación laboral	Ama de casa	35	29	27
	Jubilado	5	4	3
	Estudiante	4	8	7
	Desempleado	5	6	5
	Con empleo	51	53	58
Clase social	Baja	23	34	26
	Media baja	52	45	54
	Media alta	22	19	18
	Alta	2	2	1
Ingreso	\$0-\$2599	29	29	28
	\$2600-\$3999	24	20	19
	\$4000-\$6499	23	22	23
	\$6500-\$7899	9	8	9
	Más de \$7900	10	15	14
Urbano/Rural	Urbano	69	71	66
	Rural/Mixto	32	29	34
Región	Norte	24	21	20
	Centro	64	62	72
	Sur	12	18	9
Religiosidad	Nada	6	12	12
	Poca	33	37	36
	Algo	44	38	41
	Muy	17	13	11

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

partidistas; 48% de los independientes puros cuenta con educación preparatoria o superior, 46% de los alineados y sólo 33% de los partidistas.

En cuanto a su situación laboral, los independientes cuentan con empleo en mayor medida que los partidistas. El 58% de los independientes puros cuenta con empleo remunerado, 27% es ama de casa y 7% es estudiante; de los independientes alineados 53% cuenta con empleo remunerado, 29% es ama de casa y 8% es estudiante. Las características también varían entre los partidistas, ya que de éstos 51% cuenta con trabajo remunerado, 35% es ama de casa y sólo 4% es estudiante.

Por lo que hace a la clase social, 72% de los independientes puros se autoubican en la clase media, frente a sólo 64% de los alineados y 74% de los partidistas. En cuanto a si viven en una zona urbana o rural, 71% de los independientes alineados y 66% de los independientes puros son urbanos.

La zona geográfica del país también parece tener influencia en la determinación del tipo de electorado: 7 de cada 10 independientes puros radican en la zona centro del país frente a 6 de cada 10 independientes alineados. El 18% de los independientes alineados vive en la zona sur de la república, frente a sólo 9% de los independientes puros. Por último, aunque la religiosidad parece incidir en si una persona es partidista o independiente, no parece haber mucha diferencia entre los independientes y los puros: 6 de cada 10 votantes partidistas son algo o muy religiosos; 49% de los independientes alineados y 48% de los independientes puros son poco o nada religiosos.

Así, entre los independientes puros están más presentes electores con las siguientes características: los hombres, personas de entre 26 y 39 años, los que tienen educación secundaria y preparatoria, los que tienen empleo, los que se autoclasifican como clase media baja, los que viven en zona rural o mixta, y los que viven en la zona centro del país.

Entre los independientes alineados encontramos más jóvenes de 18 a 25 años, con escolaridad universitaria o superior, estudiantes y desempleados, que se autoclasifican como clase baja, con ingresos superiores a \$7,900, que viven en zonas urbana, en el sur del país y son poco religiosos.

Entre el electorado partidista están más presentes mujeres, personas mayores de 40 años, con escolaridad primaria o menor, amas de casa y jubilados, de clase media alta, con ingresos entre \$2,600 hasta \$3,999, que habitan en la región norte del país, y que son algo o muy religiosas.

Los datos observados permiten concluir que, aunque presentan algunas semejanzas, los partidistas, los independientes alineados y los independientes puros son grupos con características sociodemográficas diferenciadas.

Ahora bien, para saber qué variables son significativas para determinar si un votante es más probable que sea un independiente alineado que partidista o independiente puro que partidista, se corrió una regresión M-Logit con las características descritas en la Tabla 1. La categoría base es si el votante es partidista.

De esta forma, como se aprecia en la Tabla 2, entre mayor sea su escolaridad, un elector es más probable que sea independiente alineado que partidista. De igual forma, las personas con menores ingresos y las de ingreso alto es más probable que sean alineados que partidistas.

Un elector que habita en la región occidente, en la región sur-sureste o en la región noreste tiene mayor probabilidad de ser alineado que simpatizar con algún partido político. Asimismo, una persona que tenga nada o poca religiosidad es más probable que sea alineado que partidista.

Las variables *religiosidad* y *región occidente* fueron significativas al 99%; *sur-sureste* y *educación* al 95%; y la región *noreste* y el *ingreso* al 90 por ciento

Ahora bien, si una persona es poco a nada religiosa es más probable que sea independiente puro que partidista. Lo mismo sucede si un votante tiene mayor escolaridad, si vive en la zona occidente del país o si su ocupación es ser estudiante.

Las variables *religiosidad* y *educación* fueron significativas al 99%; la región occidente al 95% y la ocupación estudiante al 90 por ciento.

Hasta aquí hemos intentado argumentar que los independientes puros y los independientes alineados tienen características sociodemográficas distintas, ¿pero qué pasa con su comportamiento político? ¿Cómo votaron los distintos grupos del electorado?

En el capítulo de María Fernanda Somuano de este mismo volumen se analizan las características y el voto de los electores partidistas. Si como ya se explicó, los electores independientes alineados y los independientes puros tienen características distintas, es probable también que su comportamiento político sea distinto y que hayan votado de forma diferente. La Tabla 3 nos permite corroborar la hipótesis anterior.

Tabla 2. Modelo Logístico Multinomial de Partidistas, independientes alineados e independientes puros

Variables	Alineado/Partidista			Independiente/Partidista		
	B	Std. Err.	Valores- <i>p</i>	B	Std. Err.	Valores- <i>p</i>
Sexo hombres	-0.005	0.196	0.981	0.362	0.186	0.052
Edad	-0.035	0.099	0.719	0.094	0.091	0.30**
Educación	0.180	0.073	0.013**	0.303	0.067	0.000***
Laboral (Base=jubilado)						
Ama de casa	0.129	0.441	0.769	0.637	0.436	0.144
Estudiante	0.571	0.526	0.278	0.960	0.508	0.059*
Desempleado	0.291	0.510	0.568	0.389	0.503	0.44
Tiene empleo	0.315	0.398	0.429	0.619	0.394	0.116
Ingreso	-0.487	0.262	0.063*	-0.280	0.240	0.243
Ingreso ²	0.075	0.044	0.091*	0.036	0.040	0.372
Región (Base=noroeste)						
noreste	0.664	0.403	0.099*	-0.330	0.358	0.356
occidente	0.768	0.374	0.040***	0.594	0.295	0.044**
centro	0.516	0.369	0.162	0.047	0.294	0.873
sur-sureste	0.893	0.380	0.019**	0.253	0.310	0.415
Urbano	0.200	0.179	0.264	-0.107	0.158	0.498
Religiosidad	-0.256	0.091	0.005***	-0.307	0.084	0.000***
Constante	-1.477	0.772	0.056*	-1.861	0.712	0.009***
	n = 1403 LR chi ² (28) Prob> chi ² PseudoR ²	91 0 0.0345				

p* < 0.1, *p* < 0.05, ****p* < 0.01

Región noroeste: Baja California, Sinaloa, Sonora; región noreste: Chihuahua, Nuevo León, Tamaulipas, Durango; región occidente: Jalisco, Michoacán, Colima, Aguascalientes, Nayarit, Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro; región centro: Hidalgo, Tlaxcala, Distrito Federal, Estado de México, Puebla, Morelos; región sur-sureste: Guerrero, Veracruz, Oaxaca, Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo. Baja California Sur no se incluyó en el análisis porque no se consideró en la muestra.

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

Tabla 3. Voto presidencial por partidistas, independientes alineados e independientes puros

<i>Elector</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI/PVEM</i>	<i>PRD/PT/MC</i>	<i>Nueva Alianza</i>
Partidista	18%	56%	25%	1%
Independiente alineado	19%	31%	46%	4%
Independiente puro	13%	45%	37%	5%

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

El voto de los independientes alineados fue principalmente para la alianza de la izquierda (46%); en menor proporción para la alianza PRI/PVEM (31%); posteriormente para el PAN (19%) y por último para el partido Nueva Alianza (4%). El voto de los independientes puros fue en mayor proporción para la alianza PRI/PVEM (45%); posteriormente para la alianza de la izquierda (37%); después para el PAN (13%) y por último para Nueva Alianza (5%).

Así, podemos afirmar que el voto por Enrique Peña Nieto vino principalmente de partidistas y de independientes puros; el voto por Andrés Manuel López Obrador provino principalmente de independientes alineados y de independientes puros; el voto por Josefina Vázquez Mota, de independientes alineados y de partidistas; y el voto por Gabriel Quadri, de independientes puros y alineados.

Como se aprecia, el voto de los independientes puros fue diferente que el de los alineados. Si éstos tienden a parecerse a los partidistas es probable que los independientes alineados hayan votado en mayor proporción por el partido con el cual simpatizan. Afortunadamente, al haber incluido en el estudio CESOP-CNEP 2012 una pregunta de seguimiento para determinar a los independientes alineados y diferenciarlos de los puros, es posible conocer cómo votaron los primeros.

Así, en la Tabla 4 se puede apreciar que 8 de cada 10 independientes alineados al PRI votaron por el candidato de ese partido; 8 de cada 10 independientes alineados al PRD votaron por el candidato de la izquierda y 7 de cada 10 alineados con el PAN votaron por la candidata de ese instituto político.

Los resultados comprueban que efectivamente, en México, para las elecciones presidenciales de 2012, los independientes alineados votaron preferentemente por el candidato del partido que en la pregunta de se-

Tabla 4. Voto de los independientes alineados, 2012

<i>Independientes alineados</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI/PVEM</i>	<i>PRD/PT/MC</i>	<i>Nueva Alianza</i>
PRI	7%	82%	8%	3%
PAN	69%	18%	14%	0%
PRD	2%	12%	84%	3%
Otros	11%	22%	33%	33%

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

guimiento manifestaron tener una simpatía. La mayoría de los alineados con el PRI votó por el candidato de ese partido; la mayoría de los alineados con el PAN, con el PRD o con Nueva Alianza sufragó por el candidato que postuló ese partido.

El hallazgo refuerza la idea central de este capítulo, de que futuros estudios sobre el electorado en México no engloben en una sola categoría a los electores independientes, ya que los independientes alineados y los puros tienen características y comportamientos diferentes.

El resultado se asemeja a los análisis que en el electorado de Estados Unidos hicieron Bruce Keith y sus colegas (1992) o Jack Dennis (1988) quienes argumentaron que los independientes alineados tienen actitudes similares a los partidistas, por lo que también se refirieron a este segmento del electorado como “partidistas ocultos” o “partidistas de clóset”.

Ahora bien, se sabe que los votantes partidistas, en su mayoría, deciden su voto desde antes de iniciar las campañas políticas y en menor proporción durante la campaña y el día de la jornada electoral (Moreno, 2009). Si el comportamiento de los electores independientes alineados se asemeja al de los partidistas, deberíamos encontrar un patrón parecido al de los que simpatizan con algún instituto político.

Los datos encontrados en el análisis de la encuesta CESOP-CNEP confirman esta suposición. En la Tabla 5 se observa que 66% de los votantes partidistas decidió su voto para presidente de la república antes de que iniciaran las campañas electorales, 23% lo hizo durante las campañas y 11% el día de la jornada electoral.

De forma similar, la mayor parte de los independientes alineados tenía definido por quién votar antes de que iniciaran las campañas (44%); 36% lo hizo durante las campañas y 21% el día de la jornada.

Tabla 5. ¿Cuándo decidieron su voto?

<i>Elector</i>		<i>Desde antes de las campañas</i>	<i>Un mes antes de la elección</i>	<i>Algunas semanas antes de la elección</i>	<i>La última semana antes de la elección</i>	<i>El mismo día de la elección</i>
2012	<i>Partidista</i>	66%	11%	6%	6%	11%
	<i>Ind. alineado</i>	44%	19%	8%	8%	21%
	<i>Ind. puro</i>	36%	22%	14%	10%	19%

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

Caso contrario, los independientes puros eran en menor proporción que los otros dos grupos, los que antes de que iniciaran las campañas ya habían decidido su voto. El 36% de los independientes puros tomó su decisión sin que hubiesen empezado las campañas; la mayoría, 46% lo hizo durante las campañas; y 19% el día de la jornada.

Aun con ello, cabe hacer notar que la mayoría de los independientes alineados y puros decidieron su voto durante las campañas y el día de la jornada electoral.

Otro de los comportamientos políticos respecto al sufragio para poder establecer una diferencia entre los electores independientes puros y los alineados es el voto diferenciado. Se sabe que una alta proporción de electores partidistas votan por el mismo partido para elegir presidente que para legisladores, y que los electores independientes, en mayor medida que los partidistas, hacen un voto diferenciado, es decir, votan por diferentes opciones políticas para presidente que para legisladores. Lo que esperaríamos sería que los independientes alineados tuvieran un comportamiento más parecido a los partidistas que a los independientes puros.

Los datos encontrados en la encuesta CESOP-CNEP 2012 también comprueban la hipótesis anterior.⁶ Como se puede observar en la Tabla 6, 85% de los electores partidistas votó por el mismo partido para presidente que para diputados; 15% lo hizo por partidos diferentes.

⁶ Para este análisis utilizamos la pregunta: ¿Por qué partido votó para elegir diputados federales?

Tabla 6. Voto diferenciado 2012

<i>Elector</i>	<i>Voto diferenciado</i>	<i>Voto unificado</i>
Partidista	15%	85%
Independiente alineado	24%	76%
Independiente puro	37%	63%

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

De los independientes alineados, 76% votó por el mismo partido para presidente y legisladores y 24% lo hizo por opciones políticas distintas; en tanto que de los electores del grupo de los independientes puros, 63% lo hizo por el mismo partido y 37% realizó voto diferenciado.

De esta forma, podemos argumentar que los independientes alineados y los independientes puros tienen un comportamiento político diferente. Para el caso mexicano, los independientes alineados también se asemejan a los votantes con afinidad partidista, al menos en actitud electoral, por lo que estos electores podrían tener un partidista oculto. Así, en México también los alineados pudieran ser llamados “partidistas de clóset”.

Independientes y movilización cognitiva

Ahora bien, siguiendo el argumento que propone Russell Dalton explicado en páginas anteriores, nos interesa conocer los cambios ocurridos en el electorado mexicano de 2006 a 2012. La segmentación del electorado propuesta por este autor, como se revisó, es en dos dimensiones: por un lado los votantes con y sin afinidad partidista; y por el otro, los votantes movilizados cognitivamente. En este caso se optó por la variable *interés en la política*.⁷

⁷ Para la dimensión de partidismo se ocupó la misma pregunta utilizada previamente: “Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista?”. Si el entrevistado contestó que se consideraba cercano a alguno de los partidos ofrecidos o a algún otro, se le consideró partidista; si contestó que “ninguno” se le consideró independiente. Para la dimensión de movilización cognitiva se utilizó la pregunta: “Por lo general, ¿qué tanto se interesa usted en la política? Diría que suele estar muy

De esta forma, en 2006, la proporción del electorado clasificado como partidistas rituales era ligeramente superior que los partidistas cognitivos. Mientras los primeros significaron 30.3% del electorado, los segundos fueron el 28.5% (véase Tabla 7).

Por lo que hace a los independientes, los apolíticos eran casi 27% de los votantes y, los apartidistas 14.3%; una brecha de 12.6 por ciento.

Para 2012 se observan algunos cambios marginales, pero no por ello dejan de ser interesantes. Los partidistas cognitivos representaron 31.4% del electorado y los partidistas rituales 27.1%. A diferencia de lo que ocurrió hace seis años, cuando los rituales eran ligeramente una mayoría en el electorado, ahora los partidistas cognitivos fueron el segmento mayoritario, 4.3% por arriba de los rituales. Los partidistas cognitivos crecieron casi 3% en los últimos seis años, cifra casi similar a lo que disminuyó la cantidad de rituales (3.2 por ciento).

En cuanto a los independientes, los apartidistas para este año representaron 16.5% del electorado y los apolíticos 25; la brecha entre estos fue de 8.5%. Los primeros crecieron poco más de 2% respecto de 2006, mientras que los segundos disminuyeron 1.9 por ciento.

Es decir, en los últimos seis años, al aumentar los partidistas cognitivos y los apartidistas, y disminuir la proporción de los rituales y apolíticos, la principal transformación que sufrió el electorado mexicano es que se movió ligeramente hacia la dimensión de movilización cognitiva. Esto debe ser una buena noticia para la democracia mexicana,

Tabla 7. Independientes y movilización cognitiva (2006-2012)

<i>Elector</i>	<i>2006</i>	<i>2012</i>	<i>Diferencia</i>
Partidistas cognitivos	28.5%	31.4%	2.9%
Partidistas rituales	30.3%	27.1%	-3.2%
Apartidistas	14.3%	16.5%	2.2%
Apolíticos	26.9%	25.0%	-1.9%

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

interesado, algo, poco o nada interesado en política”, donde las respuestas “muy” y “algo interesado” se agruparon en la categoría interesado, y las respuestas “poco” o “nada interesado” en la categoría no interesado. Los cálculos se hicieron con base en los datos de los estudios CNEP 2006 y CESOP-CNEP, 2012.

ya que un electorado movilizado cognitivamente es más participativo, más crítico, más exigente y más racional en sus decisiones políticas (Dalton, 2008).

Aunque en la serie de tiempo observada hay un aumento de los apartidistas (nuevos independientes, como los llama Dalton), no parece existir (al menos todavía) desalineación con los partidos políticos. Al contrario, lo que se observa es que en la todavía adolescente democracia mexicana el sistema de partidos está en desarrollo, y en los últimos años se ha venido consolidando. Lo que sí se observa —tal como ocurre en las democracias industrializadas analizadas por Dalton— es que en México hay un mayor número de partidistas cognitivos que de rituales, así como un incremento de los apartidistas.

Una pregunta que surge entonces dentro de la agenda de investigación de los especialistas en el análisis de los electorados es si las democracias en América Latina se asemejan a lo que se observa para el caso mexicano o a lo que Dalton argumenta para los países industrializados.

Por otro lado, cuando analizamos a los independientes como puros y alineados (o partidistas de clóset), se observó que existen diferencias entre ambos grupos; entonces aquí cabe preguntarse si, además del interés en la política existen diferencias sociodemográficas entre los apartidistas y los apolíticos.

Al realizar el análisis, los datos revelan que, en efecto, apolíticos y apartidistas presentan características distintas.

En la Tabla 8 se aprecia que la diferencia de género es mayor entre los apartidistas que entre los apolíticos. Hay 10% más hombres que mujeres entre los nuevos independientes, y 6% entre los apartidistas.

Por lo que hace a la edad, encontramos más jóvenes entre los apartidistas: 57% de éstos es menor de 40 años. Casi 5 de cada 10 apolíticos son mayores de 40 años (49%), mientras que sólo 43% de los apartidistas era mayor de esa edad.

La escolaridad es mayor entre los apartidistas que entre los apolíticos. El 53% de los primeros cuenta con educación preparatoria o superior, frente a 40% de los apolíticos.

En cuanto a la ocupación, encontramos más amas de casa entre los apolíticos, mientras que la gente con empleo es mayoritaria entre los apartidistas. Acorde con los mayores niveles de escolaridad y de ocupación remunerada, los apartidistas reportan tener ingreso superior que los apolíticos.

Tabla 8. Características sociodemográficas de apolíticos y apartidistas (cifras en %)

<i>Variables sociodemográficas</i>		<i>Independientes</i>		<i>Prueba de diferencia de grupos</i>
		<i>Apartidistas</i>	<i>Apolíticos</i>	
Sexo	Masculino	55	53	Chi ² = 0.17 Sig = 0.680
	Femenino	45	47	
Edad	18-25	22	20	U de Mann-Whitney Sig = .212 n = 646
	26-39	35	33	
	40-65	37	39	
	Más de 65	6	9	
Escolaridad	Ninguna	10	18	U de Mann-Whitney Sig = 0.000** n = 645
	Primaria	13	19	
	Secundaria	18	24	
	Preparatoria	36	30	
	Universidad o más	23	10	
Situación laboral	Ama de casa	21	33	Chi ² = 15.016 Sig = 0.005** n = 639
	Jubilado	5	3	
	Estudiante	8	7	
	Desempleado	5	7	
	Con empleo	62	51	
Clase social	Baja	25	32	U de Mann-Whitney Sig = .172 n = 212
	Media baja	52	50	
	Media alta	22	16	
	Alta	1	2	
Ingreso	\$0-2599	23	31	U de Mann-Whitney Sig = 0.001** n = 646
	\$2600-\$3999	16	22	
	\$4000-\$6499	23	21	
	\$6500-\$7899	9	8	
	Más de \$7900	21	11	
Urbano/Rural	Urbano	76	65	Chi ² = 8.173 Sig = 0.004** n = 646
	Rural/Mixto	24	35	
Región	Norte	22	21	Chi ² = 0.241 Sig = 0.886 n = 610
	Centro	64	66	
	Sur	13	12	

<i>Variables sociodemográficas</i>		<i>Independientes</i>		<i>Prueba de diferencia de grupos</i>
		<i>Apartidistas</i>	<i>Apolíticos</i>	
Religiosidad	Nada	12	11	U de Mann-Whitney Sig = .305 N = 637
	Poca	33	40	
	Algo	44	37	
	Muy	12	12	

** $p < 0.05$.

Fuente: CESOP-CNEP, México, 2012.

Los apartidistas son también más urbanos que los apolíticos. El 76% de los nuevos independientes habita en una zona urbana, frente a 65% de los apolíticos. De igual forma, los apartidistas son poco más religiosos que los apolíticos.

Al realizar el análisis estadístico para comprobar si apartidistas y apolíticos son grupos diferentes, se tiene que las variables que resultaron significativas son: escolaridad, situación laboral, ingreso, y si residen en zona urbana (véase Tabla 8).

Así, los apartidistas y los apolíticos, a pesar de tener en común la ausencia de una afinidad partidaria, son grupos diferentes con características sociales y demográficas también diferentes.

El análisis realizado siguiendo el modelo de Dalton corrobora que los votantes sin afinidad partidista, para su análisis, no pueden ser considerados como un grupo único, pues tienen características diferentes y por ende actitudes también distintas.

Comentarios finales

El análisis realizado permite corroborar que en México, durante los últimos 15 años, la proporción de votantes que se identifican con algún partido político ha venido aumentando. No hay señal de desalineación partidaria. Por el contrario, el desarrollo del sistema de partidos va a la par de la ampliación de sentimientos partidarios entre el electorado. No obstante, los electores independientes significan una proporción importante del electorado y para las elecciones de 2012 cuatro de cada 10 electores era independiente.

Además, se encontró evidencia que permite establecer que los electores independientes no deben ser analizados como si fueran un grupo homogéneo, ya que presentan características sociodemográficas diferentes entre sí (y con el grupo de los electores partidistas), además de que tienen un comportamiento político también distinto: votan diferente, deciden su voto en tiempos distintos durante los procesos y realizan voto para presidente y para diputados de forma diferente.

Así, los independientes puros y los independientes alineados son dos grupos de votantes que no son iguales. Los independientes alineados, por la forma de elegir, tienden a parecerse más al grupo de los partidistas. En las pasadas elecciones federales, los alineados con un partido político votaron de forma similar a los partidistas del instituto político al que se sienten cercanos. Por ello, los alineados bien podrían también llamarse “votantes con una preferencia partidista oculta” o “partidistas de clóset”.

Por otro lado, al realizar el análisis del electorado mexicano a la luz de la teoría de la movilización cognitiva se encontró, al igual que en el análisis anterior, que en los últimos años de 2006 a 2012 hubo un aumento del partidismo y una disminución marginal del independentismo, por lo que no se podría catalogar a México dentro del patrón que Dalton encuentra en las democracias industrializadas: la desalineación con los partidos políticos. Aunque cabe acotar que probablemente ese patrón se presente en unos años debido a los crecientes patrones de modernización en el país, principalmente en el aumento de los niveles de escolaridad de los mexicanos. Como se documentó en este capítulo, la educación tiene un impacto negativo en el partidismo.

Lo que sí se encuentra es que, en el periodo analizado, hay un aumento de los apartidistas o nuevos independientes, y que los partidistas cognitivos están presentes en mayor proporción que los cognitivos rituales. En otras palabras, la principal transformación del electorado mexicano en los últimos seis años es un cambio hacia la movilización cognitiva.

En este sentido, el análisis corroboró que apolíticos y apartidistas presentan características sociodemográficas diferentes.

Los hallazgos permiten concluir que en futuros estudios que se realicen del electorado en México, los electores independientes deben ser analizados no como un solo grupo, sino como segmentos diferenciados. Se trata pues de un segmento político de los votantes que no es político

(una proporción importante del electorado que en primera instancia no se siente afín a los partidos políticos), pero que hoy día define los resultados en una elección.

Queda pendiente para futuros análisis cuáles son los incentivos que llevan a participar políticamente a estos segmentos de votantes, a sufragar y a decidir por una opción en la boleta electoral.

CAPÍTULO VI

Intermediarios políticos y comportamiento electoral en México: dime con quién hablas y te diré por quién votas

Gerardo Maldonado

El comportamiento electoral de los ciudadanos es un efecto no sólo de sus características individuales (afectivas, demográficas, sociales, económicas), sino también del contexto social y las formas de intermediación alrededor de ese individuo. Por tanto, el conjunto de interlocutores con quienes se mantienen conversaciones sobre temas políticos es un elemento determinante de esa influencia social en el comportamiento político. Su análisis contribuye a la explicación de cómo las condiciones sociales se traducen en decisiones individuales, el cálculo social del voto (Beck *et al.*, 2002). Sin embargo, como ha sido establecido antes, no todos los individuos se enfrentan a un mismo contexto, ni todos los elementos de ese contexto —en particular, los sesgos partidistas de los intermediarios personales— son igualmente influyentes en la decisión electoral (Magalhães, 2007). Con base en esto, las preguntas que responderé en este capítulo son las siguientes. Primero, ¿cuál fue el grado de exposición de los ciudadanos a conversaciones políticas con intermediarios políticos? Luego, ¿cuáles fueron las preferencias o sesgos políticos de estos intermediarios? De manera más importante, ¿tuvieron o no alguna influencia los intermediarios personales en la decisión de

voto en las elecciones presidenciales? Y finalmente, ¿fue mayor el efecto de los intermediarios en una elección que en otra, o se mantuvo igual a lo largo del tiempo?

Para responder a estas preguntas utilizo, al igual que los demás capítulos de este libro, el caso de México; en particular las dos últimas elecciones presidenciales (2006 y 2012). El estudio de los intermediarios personales en estas elecciones es interesante por algunas razones. En primer lugar, siendo México una democracia relativamente nueva, es posible predecir que varios factores de largo plazo —como las diferencias sociales, de clase, religiosas o regionales— tuvieran menos tiempo para arraigarse en la sociedad y, por tanto, ser menos decisivos en el comportamiento electoral; y en ese sentido, los elementos de corto plazo o coyunturales podrían ser más importantes en la explicación de las decisiones electorales (véase Dalton, 2008; Dalton y Klingeman, 2007). No obstante lo anterior, algunos estudios previos (Klesner, 2004 y 2009), así como varios capítulos de este libro, muestran que algunos factores de largo plazo, en particular las identidades partidistas (Moreno, 2003 y 2009; Moreno y Méndez, 2007), sí han tenido peso en el comportamiento político mexicano. Cabe entonces preguntarse, una vez tomando en cuenta factores estructurales, si los factores de corto plazo, en particular los intermediarios personales, tuvieron o no un efecto en la decisión electoral de los mexicanos.

En segundo lugar, algunos trabajos previos han estudiado el efecto de los intermediarios personales en la elección presidencial de 2006: unos demostraron su efecto preciso en el apoyo a ciertos candidatos (Baker, 2009; Valdivia y Beltrán, 2009) y otros estimaron sus consecuencias en la volatilidad de las preferencias durante la campaña electoral (Flores-Macías, 2009; Castañeda e Ibarra, 2011). Empero, es necesario saber si estos efectos se mantuvieron también en la elección de 2012 o no; y si condicionaron el apoyo a todos los partidos por igual. El asunto es relevante, pues existe la expectativa de que los intermediarios personales pudieron haber tenido un efecto mayor en las últimas elecciones presidenciales. En buena medida derivada de la negatividad y la polarización de la campaña presidencial de 2006, una de las características de la reforma electoral federal aprobada en 2007 fue la nueva regulación de la transmisión de información política, en particular se limitó la provisión de espacios de propaganda electoral en medios de comunicación asignados por el Estado y se prohibió a los medios ven-

der tiempo directamente a los partidos políticos y a terceros (Langston, 2009). Dado esta condición, algunos esperaron que la información de la campaña electoral aumentara a través de intermediarios personales (Moreno, 2009: 216) y, por tanto, que el efecto fuese mayor en la elección posterior a la reforma electoral.

Como mostraré, los mexicanos aumentaron su exposición a intermediarios personales de una elección a la siguiente, donde también hubo un cambio en la distribución de las preferencias partidistas de esos intermediarios. Sin embargo, el efecto de esos intermediarios —contrario a lo esperado— fue menor en 2012 que en 2006. Y además, los efectos fueron diferentes de acuerdo al número de intermediarios: las probabilidades de votar por un determinado partido político no fueron las mismas en ambas elecciones; éstas variaron entre haber tenido uno o dos interlocutores y haber conversado con los tres posibles intermediarios con la misma preferencia partidista.

Para responder a las preguntas de investigación y mostrar el argumento anterior, el capítulo se desarrolla de la siguiente manera. En primer lugar, hago una breve reseña de la literatura previa sobre el contexto social y, en particular, sobre intermediarios personales con el propósito de establecer las hipótesis o expectativas teóricas de este trabajo. En segundo lugar, detallo las características de los intermediarios políticos de los electores mexicanos en ambas elecciones, el grado de uso de esos intermediarios y sus sesgos partidistas. En el tercer apartado, presento los resultados de los modelos que estiman los efectos de estos factores en la decisión de voto en 2006 y 2012. Finalmente, concluyo el capítulo con un resumen de los principales hallazgos y las posibles líneas futuras de investigación a partir de los resultados.

¿Por qué estudiar los intermediarios políticos?

Todas las explicaciones del comportamiento electoral tienen una misma preocupación: conocer cuál es la capacidad individual de los ciudadanos para actuar en la política democrática de masas (Carmines y Huckfeldt, 2001: 224). Desde hace décadas, la literatura sobre comportamiento electoral ha distinguido de manera genérica dos tipos de factores para ayudar a estimar precisamente esas capacidades individuales al momento de decidir el voto: factores de largo plazo, que constituyen

predisposiciones estructurales, sociales y políticas, de cada ciudadano, y factores de corto plazo, que son elementos coyunturales y producen la racionalización y movilización ciudadana. En su formulación más clásica (Campbell *et al.*, 1960), estos elementos forman un *embudo o cadena causal* donde las decisiones individuales se forman por los factores de largo plazo y son movilizadas por los factores de corto plazo (Dalton, 2008).

Como anoté al inicio de este capítulo, el comportamiento electoral ha sido explicado con base en factores de largo y corto plazos, elementos estructurales y de coyuntura. Entre los primeros se incluyen las diferencias demográficas (en especial género, edad y educación), de clase social, religiosas, étnicas o regionales (Lipset y Rokkan, 1967). También en esta clasificación se incluyen —aunque en un estatus menos estructural— las identidades políticas, como la ideología y, sobre todo, la identificación partidista (Campbell *et al.*, 1960) y las orientaciones valorativas (Inglehart, 1990). Entre las segundas suelen considerarse aquellas más circunstanciales e inmediatas a la decisión del voto, como acciones de gobierno, actividades de campaña, las condiciones políticas y económicas (nacionales y personales), así como la información transmitida por medios de comunicación y las opiniones sobre determinados temas y personalidades públicas (Dalton, 2008; Dalton y Klingemann, 2007). A esta segunda clasificación corresponde el elemento analizado en este capítulo: las conversaciones políticas con intermediarios personales.

Pero, ¿por qué es importante el contexto social de intermediarios personales en la decisión electoral? Durante las elecciones y las campañas, los individuos necesitan información para poder tomar una decisión sobre su participación. La información es uno de los elementos determinantes del comportamiento político de los individuos (Downs, 1957), especialmente en los momentos de incertidumbre en las elecciones (Álvarez, 1997). Sin embargo, la información no se transmite de forma directa, sino mediante otras personas, medios de comunicación y asociaciones —pues los individuos tienen limitaciones cognitivas y técnicas—, en otras palabras a través del contexto social (Huckfeldt y Sprague, 1995).

Las limitaciones inherentes a las habilidades del procesamiento de información sugieren que la capacidad de los individuos es vulnerable de ser aventajada por recursos de información ya disponibles en el contexto inmediato. [...]

Los límites en las capacidades y recursos individuales hacen que el contexto inmediato para elegir en términos políticos sea particularmente importante (Beck *et al.*, 2002: 57).

Por tanto, las actividades políticas, particularmente el voto, están influenciadas por estos intermediarios, quienes pueden (o no) tener un sesgo partidista. Los intermediarios de información en campañas electorales son importantes no sólo porque comunican los mensajes al electorado tratando de inducir visiones y opiniones que posiblemente afectarán las decisiones políticas, sino que también “porque son vistos por ellos mismos y los demás como mensajeros confiables cuyas preferencias percibidas pueden usarse directamente como una pieza de información crucial de información sobre la base de que cualquiera puede decidir qué candidato o partido tiene su voz” (Magalhães, 2007: 210).

El contexto social agregado por los intermediarios es importante debido al hecho de que ellos “dan contenido y significado a los temas políticos y orientaciones actitudinales que son prominentes en las teorías de actores individuales del comportamiento electoral [...] y tienen una influencia directa en la decisión electoral al proveer de nueva información y de estímulos a los individuos” (Beck *et al.*, 2002: 63).

Luego entonces, el voto —como otras formas de participación— no es sólo una decisión derivada de las características o predisposiciones individuales; está también influida por los diferentes intermediarios, mensajes políticos y tipos de sesgo partidista. La literatura sobre comportamiento político ha definido como un factor positivo el medio social, por ser una fuente de información que facilita la formación de opiniones, actitudes y preferencias en agentes que normalmente tienen una capacidad de análisis de la complejidad política limitada (Popkin, 1991). Este fenómeno ha sido definido como *intermediación política*: “los canales y procesos variables mediante los cuales los electores reciben información sobre la política partidista durante el curso de una campaña y que movilizan el apoyo a un partido político u otro” (Gunther *et al.*, 2007: 1).

La comunicación social de los mensajes políticos ocurre mediante distintos mecanismos (Beck *et al.*, 2002; Gunther *et al.*, 2007: 6). Uno aparece cuando los ciudadanos envían y obtienen información en la transmisión directa por conversaciones con contactos personales, in-

formales, cara a cara. Los ciudadanos utilizan también la información públicamente distribuida por los medios de comunicación masivos: éste es un mecanismo impersonal, pues la información fluye mediante los periódicos, la radio, sobre todo la televisión y más recientemente por internet. Además, los individuos pueden reunir información indirectamente por el solo hecho de ser miembros de una organización o asociación formal. Finalmente, también existe el mecanismo de transmisión cuando los ciudadanos son contactados de forma directa por los candidatos o partidos políticos, en actos concretos de campaña electoral. Todos estos procesos y mecanismos conforman un *ambiente de información* entendido como “los filtros relativamente estables de comunicación política que estructuran todo tipo de información que adquieren los ciudadanos” (Magalhães, 2007: 338), que casi de manera inevitable tiene una influencia en las decisiones y comportamiento político.

Sin embargo, de entre los diferentes intermediarios que se pueden hallar en el contexto social, y sus capacidades distintas de influencia, según lo ha propuesto la literatura especializada, la conversación política con interlocutores personales es el tipo de intermediario más importante en el comportamiento electoral; después están los medios de comunicación —en especial los editoriales de periódicos, no obstante el consumo masivo de noticias por televisión— y, finalmente, las organizaciones secundarias y los partidos políticos son influyentes sólo en los votantes menos interesados (Beck *et al.*, 2002; Gunther *et al.*, 2007; Magalhães, 2007; Zuckerman, 2005). ¿Por qué? Primero, aquellos con quienes se discuten temas políticos son la fuente de información más cercana e inmediata (Krassa, 1990; MacKuen, 1990). Segundo, a diferencia de otros intermediarios, los mensajes enviados por las conversaciones políticas tienden a ser directos, claros y bien recibidos por los individuos —pues no se requiere esfuerzo para identificar los sesgos partidistas en sus mensajes y el individuo puede seleccionar con facilidad el tipo de información que desea procesar y aceptar. “Ningún otro intermediario puede igualar el nivel de atención que los interlocutores reciben” (Beck *et al.*, 2002: 66). Dicho de otra forma, “para la mayoría de los ciudadanos en sistemas políticos distintos, aquellos con quienes se discuten temas importantes parecen representar un recurso fundamental de información políticamente asignada, consistentemente sesgada y potencialmente influyente” (Magalhães, 2007: 207).

De acuerdo con lo anterior, los intermediarios personales son relevantes en el comportamiento electoral individual, pues en tanto fuente primordial de información, la percepción de sus sesgos políticos condiciona la decisión de votar por un partido o candidato frente a otro.¹ En ese sentido, como se demostró desde hace más de siete décadas (Berelson *et al.*, 1954; Lazarfeld *et al.* 1944; Katz y Lazarsfeld, 1955) y ha vuelto a ratificar la literatura reciente, los ciudadanos tienden a votar de la misma manera que lo hace su contexto social inmediato: sus interlocutores más cercanos (Beck, 2002; Beck *et al.*, 2002; Gunther *et al.* 2007; Huckfeldt y Sprague, 1990 y 1995; Huckfeldt *et al.*, 2005; Liu *et al.*, 1998; Magalhães, 2007; Pattie y Johnston, 2001; Puhle *et al.*, 2007; Richardson y Beck, 2007; Schmitt-Beck, 2003; Zuckerman, 2005; Zuckerman *et al.*, 1998).

Esto coincide con una postura más reciente que sostiene que las explicaciones del comportamiento electoral deben tener como base:

... un modelo de *votantes limitados y condicionados*, donde los ciudadanos están limitados por el sistema electoral y el rango delimitado de opciones de voto disponibles, y condicionados por los contextos social y geográfico en el cual viven y por la forma en que la política les es presentada (Miller y Niemi, 2002: 167, el énfasis es mío).

Como resulta obvio, en este capítulo asumo un modelo de votantes condicionados por el contexto social. Pero también pretendo mostrar un modelo de votantes limitados por el sistema electoral. La literatura previa ha mostrado antes que el uso y efectividad de un intermediario político está determinado por el uso y efectividad de otro; en concreto, se ha probado que los interlocutores personales suelen filtrar o controlar el efecto de los medios de comunicación en las decisiones electorales (Druckman y Nelson, 2003; Schmitt-Beck, 2003). En ese sentido, es

¹ Buena parte de la literatura sobre comportamiento electoral, opinión pública y comunicación política ha utilizado a los intermediarios personales como una aproximación conceptual y empírica a los efectos de las *redes sociales o interpersonales* (véanse, por ejemplo, Huckfeldt, 2007 y Mutz, 2002). A diferencia de esta posición, este capítulo se mantiene más cercano a la propuesta teórica de la *intermediación política* (Gunther *et al.*, 2007), evitando nombrar a los interlocutores personales una forma de red social.

previsible que ante una limitación para informarse por un determinado intermediario político, los ciudadanos utilizaran a otro intermediario y el condicionamiento de éste sería mayor.

Con base en todo lo anterior, este capítulo pretende probar tres expectativas o hipótesis. La primera (H1) es que *si hay limitaciones en el uso de un intermediario político formal (como los medios de comunicación), entonces habrá una exposición mayor a otro intermediario político informal (como las conversaciones con interlocutores personales)*. En segundo lugar, espero mostrar (H2) que *cuanta mayor exposición a intermediarios personales con un sesgo partidista concreto, mayor será la probabilidad de votar por ese partido político*. Finalmente, combinando ambas hipótesis, tengo la expectativa (H3) de que *si hay mayor exposición a los intermediarios políticos de una elección a otra, entonces los efectos de esos intermediarios personales en la probabilidad de voto serán mayores*.

Intermediarios políticos en México, 2006 y 2012

Para estimar empíricamente las expectativas teóricas señaladas en el apartado anterior utilizo —como todos los capítulos de este libro— los datos del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés). A diferencia de otras fuentes empíricas sobre comportamiento y actitudes políticas, el CNEP reúne y permite analizar datos en el ámbito individual, mediante la aplicación de encuestas de representación nacional, sobre los procesos de intermediación a través de los cuales los ciudadanos reciben información sobre políticas públicas, partidos políticos, candidatos y política en general durante la campaña y la elección, en democracias tanto establecidas como nuevas. De hecho, la finalidad teórica del CNEP es revivir la perspectiva de investigación largamente olvidada de la Escuela de Columbia establecida por Paul Lazarsfeld y sus colegas: el contexto social del comportamiento electoral. Así, esta encuesta permite, como ninguna otra, conocer las características y los efectos de los intermediarios políticos.

Además de contar con un instrumento empírico idóneo, cabe decir que un caso como el mexicano es útil también para contrastar esas expectativas por distintas razones. En primer lugar, México es una democracia nueva. En un nuevo sistema de formalidad democrática, la

informalidad —vista a través de las simples conversaciones políticas— podría ser el camino más factible para intercambiar información (Adler-Lomnitz, 1998). En este sentido, los intermediarios personales pueden ser un factor más decisivo en la explicación del comportamiento electoral en las nuevas democracias (Ames *et al.*, 2012; Baker *et al.*, 2006; Gibson, 2001; González Sancho, 2007; Lup, 2006; Schmitt-Beck, 2003). En segundo lugar, como dije al principio del capítulo, las limitaciones al uso y contenido de la información política en medios de comunicación impuestas en la reforma electoral de 2007 (Langston, 2009) establecen una situación ideal para analizar si ocurrieron cambios o no en los patrones de comunicación política de los mexicanos entre las elecciones de 2006 y 2012 (Moreno, 2009).

La encuesta CNEP de México, como en los otros países, permite obtener información de hasta tres posibles intermediarios personales: la pareja y otras dos personas con quienes se conversa sobre asuntos importantes. Con base en esta primera información es posible estimar el grado de exposición a intermediarios personales de cada entrevistado. De ser correcta la primera expectativa teórica (H1), el uso de intermediarios personales debió haber aumentado de una elección a la otra. Dado que hubo restricciones legales e institucionales a la información política transmitida por los medios de comunicación masiva, es posible esperar que los ciudadanos utilizaran más las conversaciones políticas con sus intermediarios personales en 2012 que en 2006. Y tal como se puede observar en el Cuadro 1, éste fue el caso. En 2006, más de una tercera parte (36.4%) de los encuestados no estuvo en contacto o expuesto a intermediario político alguno; en contraste, para 2012 este porcentaje de ningún intermediario se redujo a 12.5%. En la situación opuesta, mientras en la elección de 2006 sólo un escaso 4.3% de los encuestados mencionaron haber tenido conversaciones políticas con tres interlocutores, en 2012 casi 40% de los ciudadanos estuvo en comunicación con sus tres interlocutores posibles.

Ahora bien, ¿cuáles fueron las preferencias o sesgos políticos de estos intermediarios políticos? Con este propósito, a todos los encuestados se preguntó por cuál candidato creían que había votado cada intermediario en las elecciones presidenciales. Esto permite conocer las preferencias partidistas de estos intermediarios y, en tanto, el ambiente informacional más cercano al que se enfrentaron los individuos durante

Cuadro 1. Número de intermediarios personales, 2006 y 2012 (porcentaje de muestra total)

	2006	2012
Ningún intermediario	36.43	12.56
Un intermediario	26.58	23.56
Dos intermediarios	26.68	24.31
Tres intermediarios	4.31	39.31
(Observaciones)	(2620)	(1600)

Fuente: Cálculos propios con base en el Comparative National Elections Project (CNEP) de México 2006 y México 2012.

las campañas políticas. Con base en estas preguntas, primero, elaboré algunas variables dicotómicas para establecer si estos tres posibles intermediarios habían votado por cada uno de los partidos políticos más grandes en las elecciones analizadas. Después, generé para cada individuo tres nuevas variables que suman el número de intermediarios que votaron por el PAN, por el PRI y por el PRD. Los resultados de este ejercicio están presentados en el Cuadro 2.

Como se puede ver en las dos primeras columnas de este cuadro, los porcentajes de intermediarios con preferencias hacia cada partido político no fueron los mismos en ambas elecciones. En 2006 casi un cuarto de los encuestados (23%) tuvo al menos un intermediario con preferencia por el PAN, y aquellos que tuvieron entre uno y tres intermediarios con preferencia hacia ese partido fueron más de un tercio (34%). Sin embargo, los intermediarios con preferencias panistas disminuyeron en 2012: sólo 19.6% de los encuestados tuvo de uno a tres intermediarios del PAN. Por su parte, mientras en 2006 los individuos que tuvieron entre uno y tres intermediarios con preferencias hacia el PRI sumaban 17%, en 2012 una quinta parte (21%) de todos los entrevistados tuvo al menos un intermediario con preferencia por el PRI y aquellos que tuvieron entre uno y tres intermediarios priistas sumaban casi 40% de la población. En contraste, los intermediarios con preferencias hacia el PRD fueron más similares en ambas elecciones: aquellos que en 2006 reportaron tener uno, dos o tres interlocutores perredistas sumaron 27%, una cifra

Cuadro 2. Número de intermediarios personales de acuerdo a sus preferencias partidistas, 2006 y 2012 (porcentajes de muestra total y por identificación partidista)

	Total		Panistas		Priistas		Perredistas		Independientes	
	2006	2012	2006	2012	2006	2012	2006	2012	2006	2012
Un intermediario PAN	23.04	13.25	44.4	32.02	18.55	11.64	10.62	5.75	18.78	12.05
Dos intermediarios PAN	10.57	4.44	26.97	17.42	6.33	1.97	2.47	1.77	6.99	3.77
Tres intermediarios PAN	0.57	1.88	1.24	10.11	0	0.59	0	0.44	0.78	1.16
Uno a tres intermediarios PAN	34.18	19.57	72.61	59.55	24.88	14.20	13.09	7.96	26.55	16.95
Un intermediario PRI	13.04	21.06	10.79	19.66	27.6	27.61	5.68	13.27	9.97	19.16
Dos intermediarios PRI	3.90	12.31	0.83	5.62	14.48	24.06	0.25	4.87	1.68	7.84
Tres intermediarios PRI	0.43	6.0	0.21	1.12	1.58	14.79	0	0.88	0.13	2.47
Uno a tres intermediarios PRI	17.37	39.37	11.83	26.40	43.66	66.46	5.93	19.02	11.78	29.47
Un intermediario PRD	18.09	15.5	8.71	9.55	11.99	11.83	42.47	26.11	14.64	16.26
Dos intermediarios PRD	8.95	8.06	1.87	2.25	2.49	1.38	27.65	28.32	7.25	7.84
Tres intermediarios PRD	0.52	4.81	0.21	0.56	0.23	0.59	1.98	17.26	0.13	4.93
Uno a tres intermediarios PRD	27.56	28.37	10.79	12.36	14.71	13.80	72.10	71.69	22.02	29.05
Ningún intermediario partidista	20.89	12.69	4.77	4.69	16.75	5.54	8.88	1.33	39.65	24.53
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
(Observaciones)	(2,102)	(1,600)	(482)	(178)	(442)	(507)	(405)	(226)	(773)	(689)

Fuente: Cálculos propios con base en el Comparative National Elections Project (CNEP) de México 2006 y México 2012.

que aumentó sólo a 28% en 2012. Cabe mencionar también —como se observa en las últimas filas de las primeras columnas de este cuadro— que el porcentaje de individuos que no estuvo expuesto o no identificó un sesgo partidista entre sus intermediarios disminuyó de 2006 a 2012: pasó de 20.9% a 12.7%. Así, por un lado, se confirma que los mexicanos estuvieron más expuestos a la información política de los intermediarios personales. Por el otro, se muestra que mientras los interlocutores con preferencias hacia el PRD no cambiaron entre ambas elecciones, los intermediarios con preferencia hacia el PAN disminuyeron y los intermediarios con preferencia hacia el PRI aumentaron.

Se podría conjeturar que el éxito electoral del PAN en 2006 y del PRI en 2012 dependió, entre otros factores que se estudian en este libro, de la alta proporción de intermediarios políticos que apoyaron en su momento a ambos partidos. Sin embargo, para afirmar eso sería necesario que todos los individuos estuvieran expuestos de manera homogénea a estos intermediarios personales y que la exposición a intermediarios no estuviera condicionada por las propias preferencias individuales. Sin embargo, como también se muestra en el Cuadro 1, la disposición de intermediarios no fue igual para todos los individuos en ambas elecciones.

Como es previsible, la distribución de preferencias partidistas de los intermediarios personales depende de la identidad partidista de los ciudadanos. En general, tener identificación con un partido determinado aumenta el porcentaje de intermediarios con la misma preferencia partidista. Sin embargo, esta situación no fue exactamente igual para todos en ambas elecciones. Como se puede observar en las siguientes columnas del Cuadro 1, en 2006, de los individuos que se identificaron a sí mismos como panistas, una proporción alta (72.6%) dijo tener entre uno y tres intermediarios con la misma preferencia. Sin embargo, este porcentaje disminuyó en 2012: poco menos de 60% de panistas tuvo intermediarios que compartían su preferencia. Además, entre ambas elecciones, el porcentaje de identificados panistas expuestos a intermediarios del PRI aumentó de 11.8 a 26.4 por ciento.

En el caso de los identificados como priistas, la historia es la opuesta: mientras en 2006 aquellos que tuvieron entre uno y tres interlocutores con preferencia hacia el PRI apenas alcanzaron 43.6%, este porcentaje aumentó a más de 66% en 2012. Asimismo, el porcentaje de priistas en-

frentados a intermediarios con preferencia hacia el PAN disminuyó de 24.8 a 14.2%. En este rubro, es interesante observar que, no obstante los cambios en porcentajes, los panistas tuvieron más intermediarios del PRI que del PRD y los priistas tuvieron más intermediarios del PAN que del PRD.

A diferencia de los anteriores, los identificados como perredistas no mostraron demasiados cambios entre ambas elecciones. Los perredistas que tuvieron entre uno y tres intermediarios con preferencia hacia el PRD fueron 72.1% en 2006 y 71.6% en 2012. Aunque hay dos variaciones interesantes entre elecciones: primero, mientras en 2006 los perredistas se enfrentaron a más intermediarios con preferencias hacia el PAN que del PRI, en 2012 la situación fue opuesta, más del PRI que del PAN; segundo, en 2012 los perredistas tuvieron un número mayor de intermediarios con sus mismas preferencias partidistas: en 2006, sólo 2% de los perredistas tenía tres intermediarios sesgados hacia el PRD, en 2012 eran 17.2% con tres intermediarios (siendo de hecho el grupo con el porcentaje más alto en esta situación).

Finalmente, entre aquellos que no manifestaron identidad con ningún partido político o los “independientes”, parece que su exposición a diferentes intermediarios dependió del ambiente político general. En 2006, los independientes tuvieron un porcentaje relativamente mayor de intermediarios con preferencia al PAN (26.5%) que del PRD (22%) y del PRI (11.3%). En 2012, empero, estos independientes tuvieron un porcentaje casi similar de intermediarios favorables al PRI (29.4%) que al PRD (29%), seguidos por los intermediarios del PAN (16.9%). Aunque la exposición a las preferencias partidistas de intermediarios personales de los independientes tiene un orden similar al de toda la población, las proporciones son diferentes entre ambos grupos. En primer lugar, como se puede observar en la penúltima fila de este cuadro, los independientes tuvieron los porcentajes más altos de ningún intermediario partidista en ambas elecciones (39.4 y 24.5%, respectivamente). En segundo lugar, entre los independientes el partido ganador (PAN y PRI, según la elección) tuvo un porcentaje relativamente mayoritario, aunque los intermediarios del PRD tuvieron un porcentaje mayor al de la población general.

Antes de avanzar, cabe hacer una precisión respecto a los resultados aquí presentados. El argumento de que los individuos están influidos por el contacto y la comunicación con otros individuos o por su contexto social inmediato es vulnerable al contraargumento de la autoselección

de esos intermediarios. En este sentido, es posible para algunos que la distribución de los sesgos partidistas atribuidos a los intermediarios personales sea simplemente la proyección de las preferencias o predisposiciones políticas de los encuestados, pues parecen coincidir con la distribución de las identidades partidistas o del voto en ambas elecciones mexicanas. Sin embargo, hay un par de reparos a esta posición. Por un lado, para tener certidumbre sobre las preferencias de los intermediarios, debió haberseles preguntado directamente a ellos, pero éste no fue el caso de los resultados de la encuesta del CNEP de México. No obstante, estudios previos que sí realizaron este ejercicio encontraron que los individuos tienen un nivel bastante elevado de precisión en la atribución de las preferencias partidistas de sus interlocutores (Huckfeldt, 2007: 109). Por otro lado, es cierto que los individuos tienden a seleccionar la información que les es más agradable o menos disonante; sin embargo, no hay evidencia concluyente de que los individuos eviten o estén incómodos al reconocer preferencias políticas en desacuerdo con las suyas: en ello también suelen ser muy exactos (Huckfeldt *et al.*, 2005).

Con los resultados anteriores es posible destacar algunos hallazgos. Primero, los mexicanos tuvieron comunicación política con más intermediarios personales en 2012 que en 2006, posiblemente a consecuencia de las restricciones a las campañas en medios masivos de la reforma electoral de 2007.² Segundo, la distribución de intermediarios políticos y sus preferencias partidistas no fue la misma para todos los individuos ni para todos los partidos políticos en ambas elecciones. Mientras priistas y panistas se enfrentaron a distintos contextos determinados por sus conversaciones políticas, los perredistas tuvieron siempre un grupo de intermediarios bastante similar. Tercero, los resultados anteriores muestran que este elemento de corto plazo de motivación del voto (intermediarios personales) estuvo condicionado por un elemento de más largo plazo: la identificación partidista. Así, sólo en esa medida es posible estimar el efecto que tuvo precisamente en la decisión electoral de los ciudadanos. Y no obstante las dudas sobre la atribución y distribución de las preferencias de los intermediarios personales, hay evidencia previa de que un instrumento como el utilizado por la encuesta del CNEP permite tener confianza respecto a estos resultados.

² Otra manera de interpretar este resultado sería decir que los mexicanos ampliaron sus redes sociales o interpersonales entre ambas elecciones.

El efecto de intermediarios políticos en las elecciones presidenciales mexicanas de 2006 y 2012

Una vez reseñadas las características generales de las variables principales de este capítulo, en este apartado pretendo responder a las siguientes preguntas. ¿Cuál es la influencia de los intermediarios personales en la decisión de voto en las elecciones presidenciales? ¿Fue mayor en 2012 que en 2006, dado que los individuos utilizaron más a estos intermediarios? Con el propósito de hacer una estimación clara del efecto de los intermediarios personales, he construido algunos modelos de regresión que incorporan algunas variables de control, tanto aquellas que corresponden a los modelos convencionales de comportamiento electoral como las que han sido señaladas relevantes para el caso de México.

En primer lugar incluí la variable de *identificación partidista del ciudadano*. Si bien los especialistas en el tema desde hace varias décadas han probado que esta variable explica con bastante precisión las preferencias electorales (Campbell *et al.*, 1960), en el caso que nos ocupa, el partidismo es además el factor más estable e influyente del comportamiento y la opinión pública de los mexicanos (Guardado, 2009; Moreno, 2003 y 2009a; Moreno y Méndez, 2007). Además, como señalé en el apartado anterior, la atribución de los sesgos de los intermediarios políticos está relacionada fuertemente con la identificación partidista. Esta variable la he tratado en sus valores nominales, dejando como categoría de referencia a los individuos “independientes” frente a distintas opciones partidistas, pues quiero controlar no sólo la presencia y dirección de la identificación con los partidos políticos, sino también su intensidad.

Buena parte de la literatura ha interpretado el voto como una decisión racional basada en las percepciones —principalmente económicas— sobre el desempeño del gobierno y del régimen (Downs, 1957; Fiorina, 1981; Key, 1966). Algunos especialistas han demostrado que en las elecciones presidenciales de México, especialmente en las de 2006, han influido también las evaluaciones ciudadanas sobre las condiciones de la política y, muy en especial, de la economía (Lehoucq, 2009; Moreno, 2007, 2009a y 2009b; Singer, 2009). Debido a que estoy analizando un factor de corto plazo en la decisión individual, también considero necesario tomar en cuenta las valoraciones ciudadanas de las

condiciones, buenas o malas, del país, y con ello poder aislar el efecto de estas variables de aquellas de intermediarios políticos. Para ello utilicé las preguntas relativas a las evaluaciones que hacen los ciudadanos de las situaciones económicas y políticas del país.³

De igual manera, otro factor de corto plazo que también tiene un efecto claro en las preferencias políticas es la imagen de las personalidades políticas, en especial la apariencia y personalidad de los líderes y candidatos en la contienda electoral (Bean y Mughan, 1989; Miller *et al.*, 1986). En términos generales, la valoración que hacen los individuos sobre ellos suele influir en la decisión de voto de los ciudadanos (King, 2002; McAllister, 2007; Rico 2007 y 2010). De hecho, para algunos autores, la imagen y opinión sobre los candidatos (así como los temas públicos) son el último eslabón en la cadena causal que explica el comportamiento político de los ciudadanos (Dalton, 2008). En el caso de México, algunos autores han mostrado la importancia de los candidatos en las elecciones —en particular en la polarización de la competencia (Bruhn y Greene, 2009), la definición de los temas (*issues*) de campaña (Greene, 2009; Magaloni y Poiré, 2004) o su percepción de liderazgo y carisma (Merolla y Zechmeister, 2009). El cuestionario del CNEP preguntó en ambas elecciones la opinión de distintas personalidades políticas nacionales e internacionales, entre quienes estuvieron los nombres de los candidatos de los tres partidos políticos principales.⁴

En último lugar, se tomaron en cuenta las características sociodemográficas de los entrevistados. Se ha demostrado que estas variables estructurales configuran con bastante regularidad las predisposiciones políticas (Dalton, 2002; Lipset y Rokkan, 1967; Miller y Niemi, 2002) y que en el caso de México han sido decisivas para la explicación del compor-

³ El cuestionario del CNEP pidió a los individuos que dijeran “¿Cómo describiría la situación económica actual de México?” y lo mismo para la “situación política”. Las respuestas fueron codificadas en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “muy mala” y 5 significa “muy buena”, con una categoría intermedia de 3 como “regular”.

⁴ A todos los individuos se les pidió emitir su opinión sobre las personales políticas utilizando una escala entre 0 y 10. Existe una diferencia entre las preguntas sobre las personalidades políticas en los cuestionarios de ambos años. En 2006 el fraseo de la pregunta decía que 0 significaba una opinión “muy desfavorable” y 10 una opinión “muy favorable”. En 2012, se les indicó a los individuos que, en la escala mencionada, 0 significa una opinión “muy mala” y 10 una opinión “muy buena”. No obstante, utilizo estas preguntas como una misma variable.

tamiento ciudadano en las últimas elecciones federales (Abundis y Ley, 2009; Domínguez y McCann, 1995 y 1996; Klesner, 2004, 2007b y 2009; Lawson y Klesner, 2004; Lehoucq, 2009). Todos los modelos contienen las siguientes variables: género (donde 0 es mujer y 1 es hombre); edad (el número de años cumplidos); educación (medido como el grado máximo de estudios alcanzado, en siete categorías, desde ninguna educación hasta posgrado); grado de conocimiento político (el número de respuestas correctas sobre los nombres de personalidades públicas del país) y nivel de ingresos (en 10 categorías de ingreso mensual del hogar). Finalmente, también agregué la variable que mide el número de intermediarios personales con los cuales el individuo mantuvo conversaciones durante la campaña política. El propósito es controlar el posible efecto que tenga la exposición a distintos intermediarios personales del efecto del contenido de la transmisión de información política y las preferencias de esos propios intermediarios.⁵

¿Cuál fue el efecto de los intermediarios personales en la decisión de voto de los mexicanos en las elecciones presidenciales de 2006 y 2012? Para responder esta pregunta he desarrollado un par de modelos de regresión logística multinomial: uno para cada elección. Para tener mayor comparabilidad de resultados, he decidido que la categoría de referencia sea el voto por el PRD y estimar el efecto de las variables en la disposición a preferir este partido frente al PAN y al PRI. La razón es que en ambas elecciones el principal competidor del partido ganador (o *runner-up*) fue el PRD —en coalición— y fue el mismo candidato: Andrés Manuel López Obrador. Los resultados de estos modelos se presentan en el Cuadro 3.

Lo primero que se observa es que los sesgos o preferencias partidistas de los intermediarios personales sí tuvieron un efecto en la decisión del voto en ambas elecciones. Visto de manera muy general, a mayor número de intermediarios personales con un sesgo partidista concreto, mayor es la probabilidad de votar a ese partido político. Aunque esto no ocurrió en todos los casos esperados y, además, como se verá más adelante, ni tuvo un efecto lineal como lo podrían mostrar estos resultados. Dado que la categoría de referencia en los modelos es el voto al

⁵ Cabe señalar que decidí excluir del análisis los medios de comunicación masivos (periódico, radio, televisión) pues el efecto de estos intermediarios es analizado en otros capítulos de este libro, para concentrarme en los intermediarios personales.

Cuadro 3. Determinantes de decisión de voto en las elecciones presidenciales de 2006 y 2012

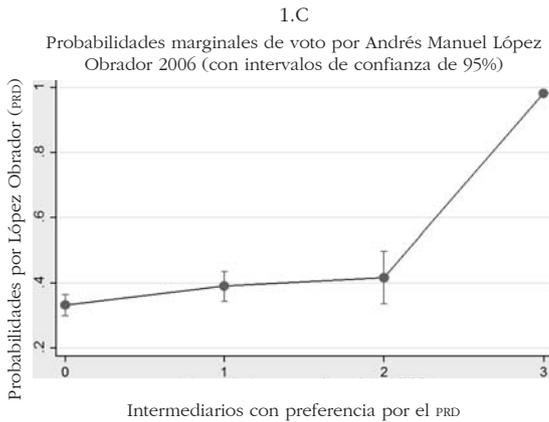
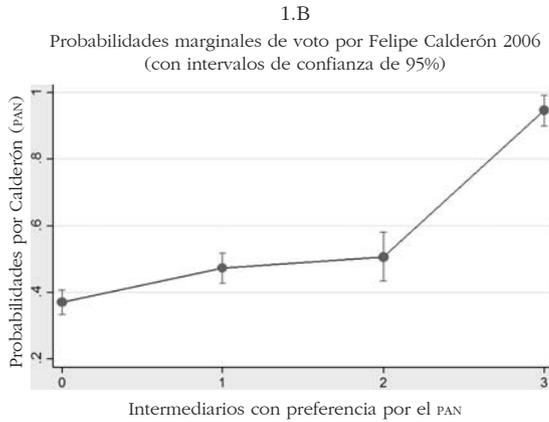
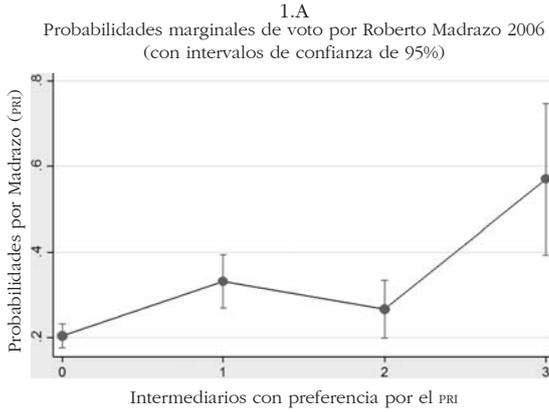
	2006						2012					
	PRD US. PAN			PRD US. PRI			PRD US. PAN			PRD US. PRI		
	Coef.	Error típico	Coef.	Error típico	Coef.	Error típico	Coef.	Error típico	Coef.	Error típico	Coef.	Error típico
<i>Variables independientes</i>												
Intermediarios PRI	0.62	0.47	1.59	0.45***	0.22	0.23	0.62	0.21***				
Intermediarios PAN	1.02	0.34***	-0.25	0.41	0.65	0.25**	0.26	0.26				
Intermediarios PRD	-1.45	0.36***	-0.49	0.38	-0.54	0.27*	-0.44	0.25*				
<i>Identificación partidista</i>												
Independiente	Ref.		Ref.		Ref.		Ref.					
Priista fuerte	1.17	0.89	4.26	0.73***	0.35	0.64	1.35	0.48***				
Priista débil	0.37	0.49	1.88	0.47***	1.32	0.42	2.74	0.75***				
Panista fuerte	0.52	0.62	0.05	0.78	22.52	0.58***	30.98	0.55***				
Panista débil	1.52	0.76**	-0.61	0.99	1.78	0.58***	0.13	0.60				
Perredista fuerte	-1.49	1.01	0.28	1.08	-0.25	0.89	-2.33	1.40*				
Perredista débil	-3.41	1.85*	-3.41	1.61**	-1.22	0.62*	-2.91	0.85***				

PRD, en casi todos los casos los intermediarios personales perredistas disminuyeron la probabilidad de votar por el PAN o por el PRI, según sea el caso (véanse los coeficientes negativos significativos). Puesto de otra forma, tener intermediarios perredistas aumentó la probabilidad de votar al candidato del PRD frente al del PAN en ambas elecciones y sólo frente al PRI en 2012. En 2006, la disputa entre la primera y la segunda posición ocurrió entre PAN y PRD, y el PRI se ubicó en una distante tercera posición; por tanto, la decisión entre PRI y PRD era menos relevante y así el efecto de los intermediarios perredistas menos significativo. Además, el efecto parece mayor en 2006 que en 2012.

Los intermediarios personales favorables al PAN y al PRI fueron más efectivos en propiciar el voto por sus partidos. Tanto en 2006 como en 2012 los intermediarios panistas tuvieron un efecto positivo en el voto al PAN (el coeficiente es positivo y significativo estadísticamente). De manera similar, los intermediarios priistas en 2006 y 2012 tuvieron un efecto significativo favorable al PRI. Cabe decir, además, que en ningún caso tener intermediarios priistas ayudó a decidir entre el PRD o el PAN, ni los intermediarios panistas influyeron en la decisión entre PRD y PRI.

No obstante lo anterior, los coeficientes en las regresiones logísticas con variables dependientes categóricas son difíciles de interpretar. Por tanto, utilizando estos modelos, he calculado y graficado las probabilidades marginales predichas de voto hacia cada uno de los tres candidatos de acuerdo con el número de intermediarios personales con preferencias hacia su partido político. Esto, además de ofrecer un resultado más preciso del efecto de los intermediarios en el voto, permite saber si este efecto se mantuvo lineal o no a medida que aumentaba la exposición a más intermediarios políticos. Los resultados de este ejercicio para 2006 se presentan en la Gráfica 1. Como se puede observar en el panel 1.A, las probabilidades de votar por Roberto Madrazo, del PRI, aumentan discretamente entre los primeros intermediarios; pero tener tres intermediarios con preferencia al PRI aumenta la probabilidad de votarlo hasta cerca de 0.60. La historia es bastante similar en el caso de Felipe Calderón (panel 1.B): entre uno y dos intermediarios panistas la probabilidad de votar por él aumenta poco, pero si un individuo estuvo expuesto a tres intermediarios con preferencias panistas la probabilidad aumenta casi a 1.0. Y algo más claro ocurrió para López Obrador, como se muestra en el panel 1.C, las probabilidades de votar por él casi no va-

Gráfica 1. Probabilidades marginales predichas de voto para cada candidato en 2006 de acuerdo al número de intermediarios personales.



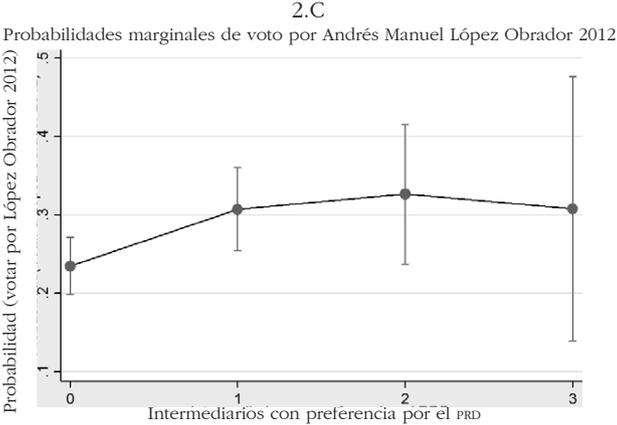
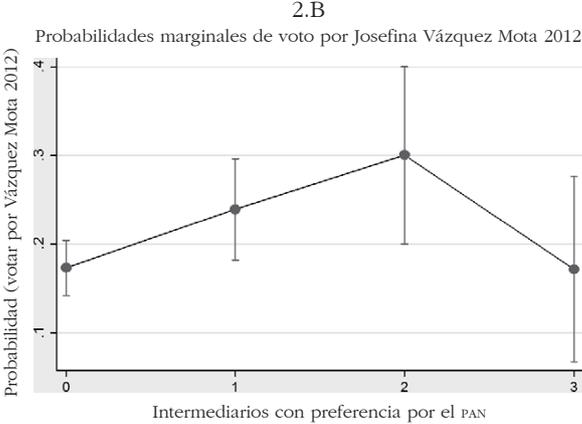
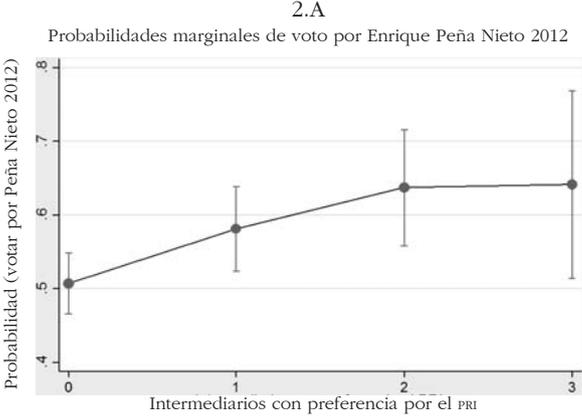
rían hasta el segundo intermediario personal, pero con un tercer intermediario sesgado hacia el PRD la probabilidad también alcanza casi 1.0.

Por su parte, los resultados en la elección de 2012 fueron diferentes, como se muestra en la Gráfica 2. En el panel 2.A, la probabilidad de votar por Enrique Peña Nieto aumentó entre no tener ningún intermediario (0.5) y haber estado expuesto a dos intermediarios priistas (0.64); sin embargo, la probabilidad casi no crece si el individuo tuvo tres intermediarios. En el caso del voto a Josefina Vázquez Mota (panel 2.B), al igual que con Peña, la probabilidad de votarla creció entre ningún intermediario (1.7), hasta dos intermediarios panistas (0.3); aunque extrañamente esta probabilidad disminuyó si el individuo estuvo expuesto a tres intermediarios. Algo similar —aunque menos abrupto— ocurrió en el caso de López Obrador. El aumento de probabilidad de voto sucedió de ningún intermediario (0.23) hasta los dos intermediarios (0.32), pero ésta se redujo poco frente a tres intermediarios.

Así, el resultado de los intermediarios fue distinto entre ambas elecciones. Contrario a las expectativas teóricas, la efectividad de los intermediarios políticos en la decisión de voto no fue igual para todos los candidatos o partidos políticos (contrario a la H2) ni el efecto fue mayor en 2012 que en 2006, aunque los individuos hayan estado más expuestos a estos intermediarios (contrario a la H3). Como se puede observar en las gráficas, las probabilidades de votar por los candidatos del PAN y el PRD fueron más altas en 2006 que en 2012 (tal como se vio en el Cuadro 3, donde los coeficientes eran más grandes en la primera que en la segunda elección). No obstante, esto no ocurrió para los candidatos del PRI: Enrique Peña Nieto obtuvo mayores probabilidades de voto que Roberto Madrazo a medida que aumentaba el número de intermediarios personales favorables al PRI (algo que no está reflejado en los coeficientes del Cuadro 3).

Además, también a la inversa de lo que se esperaba, el efecto de los intermediarios no fue lineal ni el mismo en ambas elecciones (H2): cuanto más amentó la exposición a intermediarios políticos, no se elevó igualmente la probabilidad de votar por un partido determinado. En 2006 el efecto más fuerte y significativo ocurrió cuando los individuos tuvieron conversaciones políticas con tres intermediarios favorables a alguno de los partidos políticos, aumentando ampliamente la probabilidad de voto por el candidato de ese partido. Al contrario, en 2012, los

Gráfica 2. Probabilidades marginales predichas de voto para cada candidato en 2012 de acuerdo al número de intermediarios personales.



aumentos en la probabilidad de apoyar a algún candidato frente a otros ocurrieron hasta con dos intermediarios de preferencias hacia el partido de ese candidato; pero estar expuesto a tres intermediarios de ese sesgo disminuyó esa probabilidad de voto. En resumen, la influencia de los sesgos partidistas de los intermediarios políticos en el comportamiento electoral de los mexicanos no sucedió de manera incremental, sino dependiendo del número de intermediarios. Sobre esto volveré en el apartado final.

Las otras variables presentadas en el Cuadro 3 también parecen haber producido diferencias importantes entre 2006 y 2012. La identificación partidista se comportó como era previsible: sentirse identificado con algún partido político aumentó la probabilidad de votar por ese partido. El único resultado sorprendente es que en 2006 sólo la identificación fuerte (no la débil) de panistas y perredistas tuvo un efecto significativo en las diferencias de voto entre ambos partidos. De las otras variables, sólo en 2012 las evaluaciones económica y política del país fueron importantes para decidir entre Peña Nieto y AMLO; así, las evaluaciones sobre la situación del país no determinaron las otras decisiones electorales. Curiosamente, los hombres tuvieron una probabilidad menor de votar por el PAN o por el PRI; dicho de otra manera, las mujeres presentaron mayor probabilidad de votar por Andrés Manuel López Obrador. También, a mayor conocimiento político, menor probabilidad de votar por el PRI frente al PRD en ambas elecciones, y sólo en 2012 mayor probabilidad de votar por el PAN frente al PRD.

Un resultado interesante es el de la opinión sobre los candidatos. Como se observa en las siguientes filas del Cuadro 3, estas opiniones tuvieron en general un efecto importante en la decisión de voto —aun controlado por el efecto de los intermediarios personales. Cuanto mejor o más favorable fue la opinión sobre un candidato, mayor era la probabilidad de votarlo o votar por su partido (y también menor será la probabilidad de votar por un candidato o partido distinto). De esta manera, las opiniones sobre los candidatos del PAN producen un efecto positivo y significativo en el voto hacia ese partido en ambas elecciones. Lo mismo que la opinión sobre los candidatos del PRI: en ambas elecciones se elevó la probabilidad de votarlos. Igualmente, la opinión sobre el candidato del PRD tuvo un efecto negativo en la probabilidad de votar por los candidatos del PAN o del PRI, según sea el caso. Curiosamente, en

2006 la opinión sobre el candidato del PRI tuvo un efecto positivo en el voto al PAN, mientras que en 2012 la opinión sobre la candidata del PAN afectó negativamente el voto por el PRI. Salvo esta diferencia, parece que el efecto de los sentimientos sobre los candidatos no tuvo variaciones entre ambas elecciones.

Conclusiones: discusión de hallazgos e investigación futura

Como muestran los resultados de este capítulo, sin duda, el estudio de la decisión electoral debe tomar en cuenta que los individuos están condicionados por el contexto social, en especial por la información proporcionada por los intermediarios personales y sus sesgos partidistas. Además, este elemento mucho más coyuntural probó ser muy importante en la decisión del voto de los mexicanos en las dos últimas elecciones presidenciales. Así, aunque algunos elementos de largo plazo son imprescindibles —en particular la identificación partidista— para explicar las decisiones electorales de los mexicanos, los factores de corto plazo también son necesarios para entender el comportamiento político en un país como México, con una democracia más reciente, donde los individuos pueden aprovechar la información de los intermediarios y candidatos para razonar su voto.

El primer hallazgo relevante de este trabajo fue la confirmación de la expectativa (H1) de que el uso de los intermediarios políticos aumentaría como consecuencia de la limitación y regulación de la información política en los medios de comunicación masivos. Los mexicanos estuvieron más expuestos en 2012 que en 2006 a las conversaciones políticas con distintos interlocutores personales. Queda pendiente para el futuro saber cómo es que los individuos amplían su contacto con intermediarios personales y la posible sustitución de información política de un mecanismo impersonal (como son los medios de comunicación) a un mecanismo personal (como las conversaciones políticas). En términos de las preferencias o sesgos partidistas de estos intermediarios, también hubo cambios entre ambas elecciones. Se mostró que entre 2006 y 2012 el número de intermediarios políticos con preferencias hacia el PAN disminuyó, mientras que los intermediarios con preferencias priistas aumentaron. En este ámbito, lo interesante es que los intermediarios con

sesgos hacia el PRD fueron muy similares entre ambas elecciones. Cabría preguntarse entonces por qué algunos partidos tienen una base social de intermediación política más homogénea o consistente que otros.

Otro resultado interesante es que la distribución de intermediarios políticos estuvo condicionada en buena medida por la identificación partidista de los ciudadanos. Por ejemplo, aquellos identificados como panistas tuvieron más intermediarios con preferencias hacia el PAN. Y esto mismo ocurrió para priistas y perredistas. Los independientes se comportaron de manera similar a la población general, aunque ellos estuvieron menos expuestos a intermediarios políticos con sesgos partidistas. Aun así, aunque hubo un mayor porcentaje de ciudadanos independientes en 2012 que en 2006, éstos tuvieron más intermediarios partidistas en la elección presidencial más reciente. Parece entonces que la identificación partidista ayuda a atribuir los sesgos o preferencias políticas de los intermediarios, pero también hay situaciones en las que la mayor exposición también ayuda a la ubicación o atribución de las preferencias de los intermediarios.

Como lo señalé antes, los resultados anteriores parecerían mostrar un simple efecto de proyección de las preferencias individuales en las preferencias de los intermediarios; sin embargo, estudios previos han mostrado que los individuos suelen establecer con precisión los sesgos de sus interlocutores. Además, si bien es cierto que, de acuerdo con el embudo o cadena causal del comportamiento electoral, siempre es razonable esperar que los elementos contingentes estén determinados por aquellos más estructurales, una investigación futura debería considerar también —en un caso como México— si los factores de largo plazo se modifican como consecuencia de los factores de corto plazo. En particular, sería interesante saber si los cambios en la identificación partidista de los mexicanos se produjeron por la exposición a intermediarios políticos con distintas preferencias políticas. Para todo lo anterior, sería deseable contar con un instrumento que permita conocer, por un lado, las preferencias concretas de los intermediarios personales (con un estudio tipo bola de nieve) y, por el otro, estudiar los cambios en el tiempo de esas preferencias (con estudio tipo panel).

Finalmente, los últimos resultados de este capítulo demuestran que los intermediarios políticos fueron importantes en la decisión electoral de los mexicanos, incluso controlando factores más de largo plazo

como la identificación partidista y las características sociodemográficas. Se probó relativamente, de acuerdo con la segunda expectativa o hipótesis, que en general tener interlocutores con preferencias hacia determinados candidatos o partidos elevó la probabilidad de votarlos. Si bien esto me permite estar de acuerdo con Valdivia y Beltrán (2009) en que la comunicación interpersonal influyó en el apoyo a López Obrador, el resultado confirma —contrario a lo que ellos proponen, así como Castañeda e Ibarra (2011)— que también lo hizo para Calderón, e incluso para Madrazo. Y esto mismo se confirmó para la elección de 2012, en la que los tres candidatos se beneficiaron de sus intermediarios políticos.

No obstante lo anterior, la última expectativa o hipótesis (H3) de este capítulo no se confirmó. Un hallazgo clave de este capítulo es que la efectividad de los intermediarios políticos en la decisión de voto no es igual para todos los candidatos o partidos ni es la misma en diferentes momentos en el tiempo. Contrario a lo que esperaba, los efectos de intermediarios personales fueron mayores en la elección de 2006 que en la de 2012 para los candidatos del PAN y el PRD, pero no para los candidatos del PRI: en la última elección, los intermediarios priistas produjeron una probabilidad mayor votar por Enrique Peña Nieto que por Roberto Madrazo en la elección pasada. Resulta paradójico que, aunque los mexicanos aumentaron el uso de intermediarios personales de una elección a otra, la efectividad de éstos fue mayor para un par de candidatos en 2006 que en 2012. Es necesario estudiar más adelante por qué el efecto de los intermediarios políticos en la decisión del voto fue menor cuando los individuos estuvieron más expuestos a éstos.

Asimismo, mientras que en 2006 la probabilidad de voto aumentó considerablemente si el individuo estaba expuesto a tres intermediarios con preferencias hacia un partido político concreto, en 2012 estas mayores probabilidades de voto aparecieron al contar con uno o dos intermediarios, pero el tercer intermediario tuvo un sesgo negativo para algunos candidatos. Esto puede ser explicado en parte por la literatura más reciente sobre los efectos de los intermediarios personales. Contrario al efecto lineal que había establecido la literatura sobre el desacuerdo político (Huckfeldt *et al.*, 2005; Mutz, 2002), otros investigadores (Nir, 2011; Bello, 2012) encontraron que el efecto de los intermediarios personales no es lineal: mientras estar expuesto a uno o dos interlocu-

tores en desacuerdo no disminuyó la probabilidad de participar, ubicarse en una situación de “oposición universal” (donde los tres posibles intermediarios están en desacuerdo con las preferencias del individuo) sí afectó negativamente la probabilidad de participar. Con base en lo hallado en este capítulo, es posible asegurar que también existe un efecto de acuerdo o “apoyo universal”. Tener uno o dos intermediarios políticos abre la posibilidad a no tener información suficiente o estar expuesto a alguna información opuesta y, por tanto, produce cierto resultado; pero estar expuesto a los tres intermediarios posibles con la misma preferencia produce un resultado opuesto.

Sin embargo, aún queda por saber por qué en una elección el efecto es muy positivo (como ocurrió en 2006) y en la elección siguiente el efecto es neutro o negativo (como en 2012). Todo lo anterior abre entonces otras posibles líneas de investigación para conocer por qué los intermediarios políticos son más efectivos en una elección que en otra, y por qué el efecto de la información política transmitida por las conversaciones políticas cambia entre distinto número de intermediarios.

CAPÍTULO VII

El papel mediador de la conversación política en la generación de participación política: evidencias desde una perspectiva generacional comparativa

Carlos Muñiz y Victoria Isabela Corduneanu

Introducción

La participación ciudadana en los asuntos y la vida pública es considerada como un indicador clave para conocer la calidad y salud democrática de los países (Putnam, 2000). Sin embargo, cuando se habla acerca de participación política, rápidamente vienen a la mente las concepciones más tradicionales de la misma que la vinculan fuertemente con el ejercicio del voto, obviando todo el abanico de actividades que puede comprender. Ya Delli Carpini (2004) la describe como parte de una noción más amplia de compromiso democrático, que necesariamente se debe producir en los ciudadanos para que esa democracia cuente con salud. En la actualidad, junto a los mecanismos tradicionales o institucionales de participación, se abren nuevas vías para la misma. Nuevas expresiones de participación ciudadana, tanto política como cívica, se expresan a través de las redes sociales, derivando en acciones más o menos visibles por el conjunto de la sociedad. Pero, sin duda, un contexto electoral hace aumentar la posibilidad de la participación mediante la activación política de una parte de la ciudadanía que tradicionalmente suele vivir, si no apartada, sí indiferente ante los

acontecimientos del devenir político (Shah *et al.*, 2007). En este sentido, las pasadas elecciones mexicanas de 2012 supusieron un excepcional laboratorio para determinar el nivel de participación ciudadana y desentrañar las importantes relaciones que su desarrollo tiene con las variables relativas al consumo de medios, la comunicación interpersonal y el intercambio de mensajes vía internet.

La relación entre los factores comunicacionales —consumo de noticias en medios y conversación política— y la participación ciudadana ha sido ampliamente comprobada a través de diferentes estudios en distintos ámbitos geográficos (Bakker y de Vreese, 2011; Huerta y García, 2008; Rodríguez y Muñoz, 2009; Scherman, Arriagada y Valenzuela, 2012; Shah *et al.*, 2007). Sin embargo, el papel desempeñado por estos factores en la consecución del compromiso ciudadano no es similar, pues se asume que las expresiones de diálogo político actúan como puente mediador entre el consumo de los contenidos mediáticos y las actitudes políticas del ciudadano. Ésta es la tesis planteada por Shah, Cho, Eveland y Kwak (2005), quienes detectaron que, aunque la influencia del consumo de los medios de comunicación en la participación es fuerte, ésta es, sin embargo, indirecta, pues requiere de la mediación ejercida por la discusión y la reflexión acerca de los problemas públicos. Un resultado ampliamente demostrado en estudios posteriores (Cho, Shah, McLeod, Scholl y Gotlieb, 2009; Shah *et al.*, 2005, 2007; Rojas, 2006), a través de la ampliación teórica y empírica del inicialmente denominado Modelo de Mediación Comunicativa (Communication Mediation Model) propuesto por Sotirovic y McLeod (2001) para explicar la participación política.

Este modelo propone un continuo O-S-O-R, donde las orientaciones iniciales del individuo (O_1) preceden el consumo mediático y dirigen las situaciones comunicativas. Entre estas orientaciones se encuentran los factores sociodemográficos, el interés hacia la política y las redes interpersonales dentro de la comunidad, que guiarán la manera en que los individuos obtienen información sobre política, un estímulo (S) que en este caso viene constituido por el consumo de contenidos de los medios de comunicación. Una vez recibido el contenido, se generarán orientaciones posteriores (O_2) que median la relación entre la comunicación y la respuesta en forma de participación (R). Esta propuesta fue ampliada por Shah *et al.* (2005) hasta derivar en un Modelo de Mediación Comunicativa Ciudadana y posteriormente por Shah *et al.* (2007) y Cho *et al.* (2009)

quienes incorporan el *Razonamiento* como una nueva “R” al modelo (O-S-R-O-R), que puede ser personal o interpersonal a través de la discusión, para generar el Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña.

Teniendo en cuenta este desarrollo teórico, el presente capítulo buscará probar la existencia del Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña en el contexto mexicano a través de los datos obtenidos en la encuesta del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP) realizada en 2012. En este sentido, se evaluará si la atención prestada a noticias de los medios durante las campañas electorales mexicanas del pasado 2012 para obtener información política influyó en los niveles de participación política detectados en la ciudadanía. Además, se analizará el papel desarrollado por la conversación política interpersonal y la transmisión interactiva de mensajes políticos, realizadas tradicionalmente por los ciudadanos con el fin de buscar orientación en el terreno político, a fin de determinar si jugaron un papel mediador entre medios y participación. Finalmente, se evaluará si la edad de los ciudadanos genera posibles patrones diferenciados en el Modelo de Mediación Comunicativa sobre la participación política y cívica, en función de si se pertenece a la cohorte de jóvenes o a la de mayores de 30 años.

Revisión de la literatura

Participación ciudadana y comunicación

Sin duda, existe un punto de encuentro entre los diferentes investigadores a la hora de señalar la necesidad de la existencia de una ciudadanía plenamente participativa como causa necesaria para la consecución de democracias más sólidas y saludables (Bakker y de Vreese, 2011; Putnam, 2000; Shah, Cho, Eveland y Kwak, 2005). Sin embargo, concurre una multiplicidad de formas en que un ciudadano puede participar en democracia. Desde las más tradicionales, convencionales o institucionales, que implican la membresía en organizaciones políticas, contacto con gobernantes y, sobre todo, ejercicio del sufragio en elecciones, hasta otras menos convencionales como puede ser la participación activa en foros cívicos (McLeod, Scheufele y Moy, 1999). Además de ello, también se ha marcado una clara diferencia entre la participación política y la participación cívica (Bakker y de Vreese, 2011; Shah *et al.*, 2007).

Frente a la política, que implica una mayor participación en organizaciones y actividades vinculadas a la esfera política, la participación social o cívica posibilita la prevalencia de las relaciones horizontales e igualitarias (a diferencia de las relaciones jerárquicas de los partidos políticos, por ejemplo, o de otras organizaciones objeto de la participación política tradicional). Además, en ella tienen una fuerte presencia las motivaciones prosociales, aunque se desarrolla en estructuras de redes con conexiones débiles (Mannarini, Legittimo y Taló, 2008).

Sin embargo, y como señalan Bakker y de Vreese (2011), la participación no es una expresión estática, sino que tiene diferentes dimensiones que tienden a cambiar a lo largo del tiempo y que requieren de diferentes factores para que la participación funcione. Un ejemplo de ello es la expresión de nuevas formas de participación a través de los espacios que pone internet a disposición de los ciudadanos (Bachmann *et al.* 2010; Jung, Kim y Gil de Zúñiga, 2011; Scherman *et al.* 2012). Y es que, junto a la tradicional búsqueda de información que aporta internet en similitud a los medios tradicionales, éste también ofrece una plataforma para intercambiar puntos de vista y desarrollar actividades de participación *online*, tanto pasivas como activas (Bakker y de Vreese, 2011). En cualquier caso, sigue estando vigente la expresión realizada por McLeod *et al.* (1999) acerca de que “ciertos ciudadanos, ante ciertas circunstancias, se comprometen en ciertos actos de participación” (p. 316). Estas circunstancias han sido visualizadas por autores como Putnam (2000) en las redes sociales, ya sean *online* u *offline*, que mantiene el individuo y que ejercen un impacto positivo en el comportamiento participativo. Junto a ellas, otros factores que tradicionalmente se han visto como causas de participación son los comunicativos.

Y es que los medios, en particular los tradicionales, no sólo le permiten al ciudadano adquirir información sobre los asuntos presentes en la comunidad, sino que también le proveen de orientaciones sobre cómo participar en la misma (McLeod *et al.* 1999; Rojas, 2006). E incluso le ofrecen vías para desarrollarla, como sucede con los nuevos medios de comunicación. Esta estrecha relación entre consumo de medios y participación ciudadana, tanto a nivel político como cívico, ha sido ampliamente estudiada y probada en los últimos años (Bakker y de Vreese, 2011; Shah *et al.*, 2005, 2007). En el entorno mexicano también se ha detectado esta importante relación, llegando los estudios realizados a la

conclusión de que la participación política aumentaba entre quienes más consumían noticias de los medios y que desarrollaban un hábito regular de conversación política (Huerta y García, 2008; Rodríguez y Muñiz, 2009). Por tanto, más bien parece constatar la existencia de un “círculo virtuoso” (Norris, 2000) que de una “espiral de cinismo” (Cappella y Jamieson, 1997) como resultado del papel de los medios en los comportamientos políticos. Como indican Bakker y de Vreese (2011), se puede asumir que la mayor parte de los efectos que genera el consumo de medios sobre la participación política de los ciudadanos son por naturaleza positivos, contribuyendo a que el compromiso ciudadano aumente.

Desarrollo del Modelo de Mediación Comunicativa: O-S-R-O-R

El papel jugado por los factores comunicativos, tanto consumo de medios como conversación o diálogo político en la consecución del compromiso ciudadano, ha sido objeto de estudio los últimos años a través del desarrollo de diferentes modelos que explican la mediación comunicativa en el incremento de la participación ciudadana. Ésta es la tesis planteada por McLeod *et al.* (1999), quienes, en un trabajo pionero en el desarrollo de un modelo teórico de mediación comunicativa, detectaron que, aunque la influencia de las variables comunicativas en la participación es fuerte, ésta es, sin embargo, indirecta, pues requiere de la mediación ejercida por orientaciones posteriores, como el conocimiento y la eficacia política. Sin embargo, propuestas más recientes han modificado este planteamiento original para convertir al diálogo político, en sus diferentes expresiones, en puente mediador entre consumo de medios y comportamiento político (Cho *et al.*, 2009; Shah *et al.*, 2005, 2007; Rojas, 2006). Las fuentes de este modelo no se encuentran en la comunicación política, sino en la psicología a partir del Marco O-S-O-R propuesto por Markus y Zajon (1985, citado en Cho *et al.*, 2009) para comprender el efecto de la adquisición de información en las respuestas generadas por los individuos. Esta propuesta fue retomada por McLeod *et al.* (1999) y Sotirovic y McLeod (2001), quienes plantearon el Modelo de Mediación Comunicativa que postula el impacto de las variables comunicativas, tanto masivas como interpersonales, en la participación ciudadana gracias a la mediación de las orientaciones posteriores a la exposición.

Pero, mientras que el modelo de McLeod *et al.* (1999) presentaba ambas variables comunicativas correlacionadas y agrupadas dentro del mismo bloque, los modelos más recientes han desagregado ambas en dos bloques, convirtiendo al diálogo en un mediador de la participación (Cho *et al.*, 2009; Jung *et al.* 2011). Entre estas propuestas posteriores se encuentra la de Shah *et al.* (2005), quienes, partiendo del Modelo de Mediación Cognitiva incorporan la reflexión como un elemento subsiguiente y no simultáneo al consumo de los contenidos de los medios. Desde su Modelo de Mediación Comunicativa Ciudadana, Shah *et al.* (2005) señalan que las expresiones de conversación tanto interpersonal como interactiva u *online* a través del intercambio de mensajes cívicos mediante internet constituyen el verdadero puente que explica el impacto del consumo de medios sobre la participación cívica, ampliada en estudios posteriores a la participación política. Pero la incorporación de este nuevo bloque en el modelo se plasmó de una forma más visual en el Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña desarrollado por Shah *et al.* (2007) a través de la ampliación del tradicional modelo O-S-O-R a un Modelo O-S-R-O-R con la incorporación del *Razonamiento* entre el consumo de medios y las orientaciones posteriores y respuesta en forma de participación cívica y/o política. Se describirá a continuación de forma detallada cada paso o bloque del modelo.

El inicio del modelo se produce en las orientaciones iniciales del individuo (O_1) que preceden el consumo mediático y conducen las situaciones comunicativas. Los autores señalan entre estas orientaciones aspectos como variables demográficas, el interés hacia la política o las redes interpersonales dentro de la comunidad, que guiarán la manera en que los individuos obtienen información sobre política (McLeod *et al.*, 1999). El estímulo (S) está constituido por el consumo de medios de comunicación que realizan los ciudadanos para adquirir información dentro del proceso político, sobre todo a través de la atención a contenidos concretos como los informativos. Y es que no hay que olvidar que los ciudadanos tienden a consumir los medios buscando ciertas gratificaciones, como la adquisición de información o de orientaciones sobre cómo interactuar con otros ciudadanos (McLeod *et al.*, 1999; Shah *et al.*, 2005). En este sentido, la participación política tiende a aumentar en la medida en que el conocimiento ciudadano sobre el sistema político es más alto (Buendía y Somuano, 2003; Huerta y García, 2008). Pero este efecto se

produce de manera indirecta, a través de la discusión sobre los asuntos aprendidos gracias a los medios. Así, las personas que consumen noticias adquieren una mayor información política y herramientas para poder contrastar sus puntos de vista con otras personas. Los estudios realizados al respecto muestran cómo quienes más utilizan los medios para obtener información —sobre todo en prensa y programas de noticias políticas— son los que generan más comunicación interpersonal (Cho *et al.*, 2009; Kim, Wyatt y Katz, 1999; Muñiz, 2012; Shah *et al.*, 2007).

En el modelo inicialmente propuesto por McLeod *et al.* (1999) y Sotirovic y McLeod (2001), el estímulo venía constituido por ambas variables comunicativas, tanto el consumo de medios como la comunicación interpersonal, que derivaban en la generación de orientaciones posteriores (O2) que median entre la comunicación y la participación (R). Sin embargo, este planteamiento ha sido modificado por estudios posteriores, siendo Shah *et al.* (2007) quienes presentaron de forma separada la discusión política, planteando que ésta constituye una nueva fase o paso en el modelo denominado *Razonamiento* (R_1). Su importancia radica en que —como señalan los autores— el corazón del proceso se encuentra precisamente en este punto, en cómo se comprende el mensaje y se genera el efecto posterior. Este razonamiento implica formas de pensar sobre los asuntos recibidos de los medios, que pueden producirse a nivel intrapersonal como interpersonal, así como *online* y *offline* (Bakker y de Vreese, 2011; Jung *et al.*, 2011; Shah *et al.*, 2007). Se observa por tanto el especial papel jugado por la conversación política, que ha sido incluso considerada como “un bloque constructivo fundamental de la democracia” (Kim *et al.*, 1999: 362). Y es que a través de ella se tiene la posibilidad de contar con perspectivas diversas y aumentar las oportunidades para la deliberación sobre asuntos (Shah *et al.*, 2005), llevando a incrementar la participación cívica y política (Bakker y de Vreese, 2011; Kim *et al.*, 1999; Rojas, 2006).

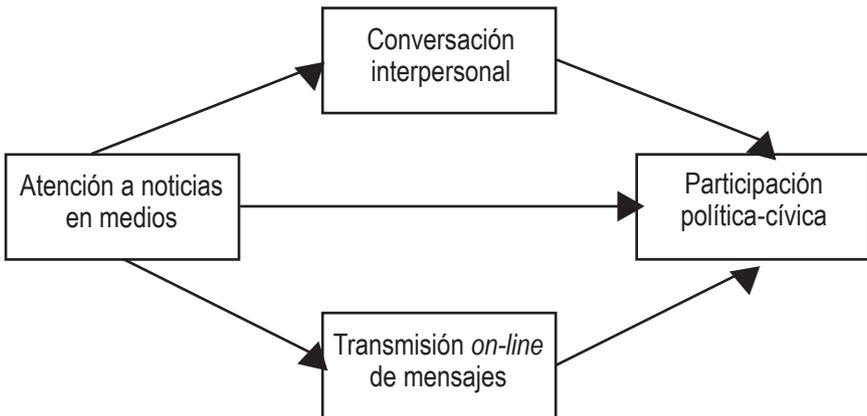
En el contexto mexicano, Aruguete y Muñiz (2012) detectaron que la atención a noticias en prensa, televisión y radio aumenta la participación ciudadana (tanto cívica como política medidas de forma integrada) de los mexicanos. Para ello, utilizaron los datos provenientes de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup) de 2008 que arrojaron la existencia de un efecto indirecto entre atención a noticias y participación, producido por la conversación política inter-

personal. Asimismo, Moreno (2003) reporta que la exposición a noticias a través de varios medios de comunicación fue el principal predictor de participación electoral en la elección presidencial de 2000. Sin embargo, no sólo el diálogo e intercambio de mensajes, bien sea interpersonal o interactivo, tienen la capacidad de mediar entre el consumo de medios (S) y la participación ciudadana (R_2). También las orientaciones secundarias (O_2) generadas por esta exposición a información y razonamiento generado pueden constituir puentes para explicar el compromiso ciudadano. Así lo detectaron Jung *et al.* (2011), quienes confirmaron la mediación generada por el conocimiento político y el sentimiento de eficacia política presente en los ciudadanos sobre su participación, tanto *online* como *offline*. Unas orientaciones ya planteadas originalmente por McLeod *et al.* (1999) en su modelo.

Para el presente estudio, sin embargo, no se tomó en conjunto el Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña antes descrito, sino que se trabajó con un modelo S-R-R, a fin de determinar la mediación jugada por la comunicación interpersonal y transmisión interactiva de mensajes en la relación entre atención de noticias y participación ciudadana (véase Figura 1). Por ello, la presente investigación se planteó comprobar las siguientes hipótesis de investigación:

H1: La participación política es explicada mediante el Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña, donde la atención a noticias

Figura 1. Modelo de Mediación Comunicativa durante las campañas electorales mexicanas de 2012



ejerce un efecto indirecto a través de la conversación política interpersonal y la transmisión *online* de mensajes sobre política.

H2: La participación ciudadana es explicada mediante el Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña, donde la atención a noticias ejerce un efecto indirecto a través de la conversación política interpersonal y la transmisión *online* de mensajes sobre política.

Expresiones diferenciadas de participación entre jóvenes y mayores de 30 años

De acuerdo con trabajos anteriores, se observó que hay diferencias en la cultura política y en la participación entre el segmento etario de los jóvenes (que actualmente en México se considera entre los 18 y 29 años de edad, según el INEGI) y los mayores de 30 años (Corduneanu, 2012; Corduneanu y Muñiz, 2011). Trabajos previos ya encontraron diferencias generacionales en cuanto a las formas de participación política para la juventud europea. Por ejemplo, Mannarini *et al.* (2008) afirman que existe evidencia en los últimos años que refleja cómo se ha intensificado el distanciamiento de los jóvenes respecto de los canales tradicionales de la participación política (voto, participación indirecta como participación en campañas políticas, afiliación partidista, interpelaciones directas de los políticos). Sin embargo, al mismo tiempo estos jóvenes escogen implicarse en los procesos políticos sobre todo a través de actividades sociales y civiles. Se plantea por tanto una participación de tipo sociopolítica que ha derivado en el nuevo concepto de *participación social*, que va más allá de los tradicionales conceptos de *participación convencional* y *no convencional*. Algo que los diferencia del grupo de edad de mayores de 30 años (Bachman *et al.*, 2010), en cuanto que parece que los jóvenes practican más las formas de participación no convencional, mientras que, si bien respetan las instituciones democráticas tradicionales, son más críticos sobre el funcionamiento de las mismas. En estas diferencias se han planteado hasta tres posibles factores causales: el factor generacional o de cohorte (contexto donde se produce la socialización de cada generación), el factor de ciclo de vida y el factor contexto, además de otras variables sociodemográficas como el sexo, nivel socioeconómico y/o nivel educacional. Sin embargo, los hallazgos no son concluyentes.

Así, por ejemplo, Jaime Castillo (2008) encuentra que los efectos del ciclo vital son los más importantes; los individuos en la edad de estudiar (18-24) son más proclives a la participación no convencional que los de 25 a 29 años de edad que entran en otro ciclo de vida; el nivel educativo influye: a mayor educación, mayor participación. También, que el nivel de participación de los jóvenes no ha disminuido en las décadas de 1980 a 2000: se ha incrementado la participación no convencional. Por su parte Norris (2004), trabajando con datos del European Social Survey, llega a conclusiones similares. Detectó que la participación convencional es más común entre los mayores de 30 y la participación no convencional en los menores de 30, lo que atribuye a un efecto de ciclo de vida. Al mismo tiempo, los jóvenes tienen mayor probabilidad de participar en acciones sociales que las generaciones de sus padres o abuelos, lo que sugiere un cambio social. De la misma manera, los jóvenes participan más en organizaciones no convencionales que los mayores de 30, lo que sugiere un efecto de ciclo de vida. Ello pone de manifiesto que, más que ser apáticos, los jóvenes desarrollan “múltiples canales de acción cívica, movilización y expresión que suplementan las modalidades tradicionales” (Norris, 2004: 17).

En cuanto a México, algunos estudios también han encontrado que los jóvenes no ven en los partidos políticos una forma atractiva de participación, y los que sí participan, lo hacen en formas de luchas o causas específicas, como organizaciones civiles, políticas, sindicales, culturales, de autogestión popular, estudiantiles y universitarias, consultas y observaciones ciudadanas, marchas, mítines, manifestaciones, por la defensa del voto, defensa del derecho a estudiar (Cuna Pérez, 2007). Un alejamiento de las formas de participación política tradicional ya fue visualizado en la Encuesta Nacional de Juventud de 2000 y la de 2005, que, sin embargo, no debe entenderse necesariamente como una “desafección” o “apatía”, sino como una respuesta a una actual incapacidad del sistema democrático de atender las necesidades de los jóvenes, de incluirlos, de representarlos. Esto lleva a que este segmento de edad —de forma diferente a los mayores de 30— utilice los nuevos medios como internet no sólo en su concepción tradicional de búsqueda de información, sino también como un medio de expresión de sus opiniones y desarrollar nuevas formas de participación. Estudios como el desarrollado por Bakker y de Vreese (2011) o Bachmann *et al.* (2010)

ponen de manifiesto el importante efecto que el consumo de medios *online* tiene en el desarrollo de participación entre jóvenes, frente a los más tradicionales cauces presentes para la población adulta.

Sin embargo —y más allá de un planteamiento de diferenciación etaria que es lo que permite un estudio cuantitativo—, tenemos que hacer algunas precisiones más para definir socioculturalmente este segmento de los jóvenes de 18 a 29 años. Un elemento importante en la definición de la clase de edad juvenil, además de la demografía, la educación y el mercado de trabajo (que son coordenadas que han surgido desde la mitad del siglo pasado), han sido los medios de comunicación y la industria del consumo en general, que delimitan un nicho joven y diseñan productos específicamente para los actores juveniles. Se llega así a otra coordenada importante en la delimitación de la juventud: el consumo cultural y la interacción con los medios masivos de comunicación (Pérez Islas, 2010). En los últimos años, con la explosión de las nuevas tecnologías, se añade un nuevo elemento: la tecnología. Los medios (que desarrollan representaciones sociales de lo juvenil, que proponen productos para los jóvenes, que desarrollan historias para la juventud) y las nuevas tecnologías de comunicación, introducen en la ecuación nuevos parámetros para delimitar y definir la pertenencia de los sujetos a la categoría sociocultural de “juventud”.

Un tema de debate en los estudios de juventud —y a la vez una limitante metodológica— es el problema de la edad: ¿entre qué años se es joven? La literatura actual maneja varios rangos: de 12 a 29 años, de 15 a 29 años o hasta los 35 años en algunos estudios europeos. Si bien la pregunta es válida, sobre todo para poder hacer estudios cuantitativos donde la variable se tiene que delimitar, la respuesta es la conjunción entre la edad biológica y la edad social (Pérez Islas, 2010). En otras palabras: se deben tomar en cuenta las coordenadas socioculturales que demarcan los territorios de transición del sujeto joven hacia la adultez, para poder analizar y determinar la localización de un sujeto en la etapa sea de “juventud”, sea de “adultez”. Esto es, la edad no es el único criterio a tomar en cuenta; lo más importante, según el mismo autor, son las cinco transiciones que marcan la etapa entre la adolescencia y la adultez, y que asimismo se incorporan en el dinamismo del ser joven: dos vinculados con el espacio público: terminar estudios e incorporarse al primer trabajo, y tres con el espacio privado-familiar: dejar la casa

paterna/materna, tener una pareja estable y tener el primer hijo (Pérez Islas, 2010).

Sin embargo, estos criterios son severamente cuestionados por la dinámica social y económica actual, no sólo en América Latina, sino también en Europa. Sergio Balardini (2000) menciona algunos de los criterios que, si bien vigentes desde 1960 hasta la década de 1980, han ido cambiando paulatinamente desde los noventa, lo que cambia también la discusión epistemológica sobre la(s) juventud(es). Según Balardini (2000), los jóvenes de hoy se agrupan de manera informal fuera de las instituciones tradicionales, y lo hacen para una gestión concreta y no para una representación de intereses, como los jóvenes de las décadas de 1960 y 1970. Pérez Islas (2010) señala dos nuevas condiciones posibles o redefiniciones en la condición juvenil, a principio del siglo XXI, que impactan en las definiciones de clases de edades (entendidas como la combinación de la edad biológica con la edad social): la primera condición son los jóvenes permanentes, que no logran transiciones como inserción en el mercado laboral o tener un hogar propio, o lograr la autonomía de los padres; la segunda, la juventud truncada por un contexto de riesgo, como la violencia, el narcotráfico, o condiciones laborales precarias.

Participación política y movilizaciones sociales

De manera adicional a la compleja situación teórica en la aproximación a la idea de lo juvenil, tenemos que apuntar que la coyuntura de la sociedad mexicana desde mayo de 2012 ha registrado la emergencia del sujeto joven (universitario) protestatario en el espacio público, @Másde131 y #YoSoy132. Si bien el espacio no nos permite aquí una reflexión pormenorizada del contexto mexicano a partir de mayo de 2012, es necesario esbozar algunas líneas que nos permitan canalizar nuestra discusión teórica y el análisis del presente artículo.

Por *participación política* se entiende, de manera tradicional, la manera en la cual los ciudadanos pueden influir en las decisiones políticas, siendo el voto la más directa, además de la participación indirecta como la implicación en campañas políticas, participación en organizaciones formales —de tipo *weberiano* (reguladas, jerárquicas, burocráticas)— como las iglesias vinculadas con los partidos cristiano-democráticos, los

sindicatos, las cooperativas, las organizaciones voluntarias, etc. Si bien esta definición se desarrolla en las décadas de 1950 y 1960 con el auge del Estado del bienestar, el 68 y los movimientos sociales de protesta han provocado una reconsideración sobre las formas de participación política (Norris, 2004). Los movimientos sociales, extraordinarios en la década de 1960, se han vuelto comunes en las siguientes dos décadas, con el auge del feminismo, el pacifismo, y de manera más reciente, los movimientos ecológicos, por ejemplo. De esta manera, se desarrolla el concepto de *participación no convencional* que es aquella que no considera los canales tradicionales de la democracia representativa para buscar influir en las decisiones políticas. La forma más representativa de esta participación no convencional son las movilizaciones sociales (Norris, 2004).

Pippa Norris (2004) propone diferenciar entre dos formas de participación política: *citizen-oriented* y *action-oriented* o *cause-oriented*. Las primeras son equivalentes a la participación convencional, donde el ciudadano de una democracia representativa utiliza los canales tradicionales e institucionales de la misma para influir en las decisiones políticas. Las segundas se refieren a acciones orientadas a causas que se enfocan a problemas específicos, por ejemplo las políticas de los consumidores, peticiones, manifestaciones y protestas. Las acciones orientadas a causas que se han desarrollado de tal manera que hay una línea borrosa entre lo político y lo social, con el impacto de los valores posmateriales como ecología, género, globalización, etnicidad y sexualidad. Las acciones orientadas a causas no tienen como meta sólo a los actores políticos (gobiernos, políticos, partidos) sino otros actores sociales, en los sectores públicos, privados o *non profit*, tanto nacionales como transnacionales. Esto sería una primera modificación en la participación política: la modificación en las formas o repertorios de las mismas, que encabezan sobre todo los jóvenes, de acuerdo con Pippa Norris (2004).

Mannarini *et al.* (2008) afirman que hay evidencia de que en los últimos años los jóvenes se han distanciado de los canales tradicionales de la participación política (voto, participación indirecta como participación en campañas políticas, afiliación partidista, interpelaciones directas de los políticos). Sin embargo, los jóvenes escogen implicarse en los procesos políticos sobre todo a través de actividades sociales y civiles: la participación de los jóvenes no es sólo social o política, sino que es sociopolí-

tica, lo que nos lleva a un nuevo concepto: el de la *participación social*, además de la *participación convencional* y *no convencional*, de acuerdo con los autores. Tres son las características principales de la participación social. Primero, la prevalencia de las relaciones horizontales e igualitarias (a diferencia de las relaciones jerárquicas de los partidos políticos, por ejemplo, o de otras organizaciones objeto de la participación política tradicional). La segunda característica se refiere a la presencia de motivaciones prosociales, y la tercera a estructura de redes con conexiones débiles (Mannarini *et al.*, 2004). En este artículo el concepto utilizado es el de *participación cívica* y se refiere a la participación en varios tipos de organizaciones fuera del ámbito estrictamente político.

Todo ello llevó a plantear las siguientes preguntas de investigación acerca del modelo teórico propuesto para su comprobación empírica:

- PI1: ¿Se generan procesos diferentes de impacto de la atención a noticias en los diferentes medios de comunicación sobre la participación política y cívica entre jóvenes y mayores de 30?
- PI2: ¿Se generan procesos diferentes de impacto de la atención a noticias en los diferentes medios de comunicación sobre la participación política y cívica entre jóvenes y mayores de 30?

Método seguido

Participantes en el estudio

Para la realización de este capítulo se tomaron como base los datos provenientes de la encuesta CNEP realizada en México en julio de 2012, consistente en una muestra de 1,600 casos. Cabe mencionar que el CNEP es una encuesta internacional diseñada para comprender el comportamiento electoral bajo distintos contextos con un enfoque en los procesos de intermediación y comunicación política. Es por ello que sus datos son sumamente adecuados para evaluar la aplicación del Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña antes descrito, pues permiten acceder a indicadores sobre consumo de noticias durante las elecciones, a los ejercicios de conversación interpersonal e interactiva, así como a los relativos a la participación cívica y política desarrollada por la población mexicana en el contexto de las pasadas elecciones de 2012.

Medidas

Se crearon cuatro tipos de medidas a partir de los datos obtenidos en la encuesta: *a)* variables criterio referentes a participación política y cívica; *b)* variable predictora relativa a la frecuencia de seguimiento de noticias durante la campaña electoral en los diferentes medios de comunicación; *c)* variables mediadoras sobre expresiones de conversación tanto de manera convencional o interpersonal, como de manera *online* o interactiva; y *d)* variables de control, donde se incorporaron tanto aspectos sociodemográficos como variables de corte político. Finalmente, a partir de la variable de edad de los participantes, se generaron filtros para segmentar la muestra entre la cohorte de edad de jóvenes, comprendida entre los 18 y 29 años (26.9%), y la de aquellos que tuvieran 30 años o más (73.1%) (Tabla 1).

Variables criterio o dependientes

Participación política: para elaborar el indicador relativo a la participación política de los ciudadanos se preguntó a los ciudadanos sí habían votado

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las variables clave

	<i>N</i>	<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>
Participación política	1,566	0	1	.22	.14
Participación cívica	1,600	0	1	.03	.08
Atención a noticias durante las elecciones	1,523	1	5	2.53	0.89
Conversación política interpersonal	1,516	1	4	2.38	0.86
Transmisión interactiva de mensajes	1,552	0	1	.15	.29
Sofisticación política	1,597	0.25	3.50	1.83	0.84
Sentimiento de eficacia política	1,545	1	5	2.34	0.85

Nota: N = número de casos; M = media; DE = desviación estándar.

en las elecciones de 2012, si habían acudido a algún mitin durante las campañas electorales, si participaron en alguna marcha o protesta en los últimos 12 meses, si habían trabajado para algún partido o candidato y si habían contribuido con dinero a algún partido o candidato durante las campañas electorales, así como si pertenecían a algún partido o grupo político. Se evaluó la consistencia interna de la escala ($\alpha = 0.44$), obteniéndose una fiabilidad moderada, lo que sugiere la necesidad de ampliar la escala para futuros estudios. Se generó con los cinco ítems citados una escala con un rango de variación, nada (0) y bastante (1). En general, se detectó una baja participación política entre la población ($M = 0.22$; $DE = 0.14$) (véase Tabla 1).

Participación cívica: se preguntó a los participantes si pertenecían a alguna de las siguientes organizaciones: asociación profesional o gremial, grupo educativo, artístico o cultural; grupo ambientalista; grupo de jóvenes, mujeres o tercera edad; club deportivo; organización feminista; asociación de vecinos; organización de padres de familia; asociaciones de grupos étnicos; o asociaciones de productores agrícolas. Mediante la suma de estas 10 expresiones de participación cívica se generó una escala, que oscilaba entre nada (0) y bastante (1). La consistencia interna de la escala fue aceptable ($\alpha = 0.61$), y se detectó igualmente una baja participación de orden cívico entre la población ($M = 0.03$; $DE = 0.08$) (véase Tabla 1).

Variable predictora o independiente

Atención a noticias durante las campañas: como variable explicativa o predictora se tomó el grado de atención mantenido a las noticias en los diferentes medios de comunicación por parte de la ciudadanía durante las elecciones de 2012. En concreto, se les preguntó con qué frecuencia siguieron, durante las campañas electorales, las noticias en los periódicos, la televisión, la radio, internet y las redes sociales como Facebook y Twitter. Se generó una escala mediante la adición de los cinco ítems, medida con una escala Likert de cinco puntos que oscilaba entre nunca (1) y todos los días o casi todos los días (5). La consistencia interna de la escala fue aceptable ($\alpha = 0.58$), detectándose un seguimiento promedio de las noticias inferior a la media teórica ($M = 2.53$; $DE = 0.89$) (véase Tabla 1).

Variables mediadoras

Conversación política interpersonal: se evaluó con una escala tipo Likert de cuatro puntos, que oscilaba entre nunca (1) y frecuentemente (4), la frecuencia con que los participantes hablaban acerca de la campaña con miembros de su familia, amigos, vecinos y/o compañeros de trabajo. Se evaluó la consistencia interna de la escala, obteniéndose un buen resultado ($\alpha = 0.79$), lo que permitió construir un único indicador de conversación interpersonal sobre política durante la campaña electoral. En términos generales, se puede indicar que el nivel de conversación política interpersonal es moderado, al situarse el nivel obtenido ligeramente por debajo de la media teórica ($M = 2.38$; $DE = 0.86$) (véase Tabla 1).

Transmisión interactiva de mensajes políticos: a falta de diversos ítems explícitamente relativos a la conversación política a través de internet, se utilizaron cuatro reactivos que remitían a acciones relativas a la transmisión de mensajes de corte político durante la campaña electoral de forma interactiva. En concreto, se preguntó a los ciudadanos si habían usado internet para obtener información sobre las recientes campañas electorales, ver información de alguno de los candidatos o partidos, si recibieron información de algún conocido a través de correo electrónico o de las redes sociales como Facebook o Twitter y, finalmente, si ellos mismos compartieron o enviaron información política a través de las redes sociales o el correo electrónico. Se evaluó la consistencia interna de la escala, obteniéndose un buen resultado ($\alpha = 0.82$), lo que permitió construir un único indicador de recepción y transmisión de mensajes políticos a través de la red que osciló entre nada (0) y bastante (1). En general, los participantes hicieron un uso más bien menor de esta expresión de transmisión de información ($M = 0.15$; $DE = 0.29$) (véase Tabla 1).

Variables de control

Aspectos sociodemográficos: se tomaron como variables de control las relativas al sexo (49.9% de hombres frente a 50.1% de mujeres), edad ($M = 42.08$; $DE = 16.02$) y nivel de religiosidad ($M = 2.64$; $DE = 0.84$) en una escala que oscilaba entre nada practicante (1) y muy religioso (4).

También se preguntó por su grado de educación máximo estudiado, desde ninguno hasta posgrado. Dominaron los que poseían secundaria terminada (22.1%) y primaria terminada (21.8%), siendo muy pocos los que tenían grado universitario terminado (9.8%) o posgrado (1.4%). Finalmente, se preguntó acerca de su nivel de ingreso mensual, establecido por rangos que oscilaban entre 0 a 2,700 pesos mensuales y 30,000 o más. El grueso se situó en aquellos que indicaban ganar hasta 5,300 pesos mensuales, representando 70.2% del total. Un 6.4% de la muestra ($n = 102$) no ofreció información al respecto de sus ingresos, siendo estos casos eliminados en los análisis que se realizaron.

Sofisticación política: definida como el compromiso intelectual o cognitivo que los ciudadanos tienen con los asuntos públicos y expresada a partir de la cantidad de conocimiento sobre política mantenido por el ciudadano (Muñiz, 2012). Para su medición, se generó un indicador a partir de la suma del grado de interés demostrado hacia la política y el conocimiento sobre actores políticos mantenido por los ciudadanos, siguiendo la propuesta de estudios previos (Muñiz, 2012) donde se concede el doble de peso al conocimiento que al interés. El *interés en la política* se midió mediante una pregunta que cuestionaba a los participantes qué tanto se interesaban en la política, con una escala que oscilaba entre nada interesado (1) y muy interesado (4). Demostraron estar medianamente interesados en política ($M = 2.53$; $DE = 0.96$). Para medir el *conocimiento político* se tomaron en cuenta las respuestas correctas a las preguntas donde se cuestionaba a los participantes por el nombre del presidente del IFE, el jefe de gobierno del DF, el conductor del noticiario nocturno de Televisa, la lideresa del sindicato de maestros y el presidente de Estados Unidos. La consistencia interna de la escala fue aceptable ($\alpha = .72$), resultando un conocimiento mediano de los actores ($M = 2.41$, $DE = 1.51$) dentro de una escala entre 0 y 5 puntos. El nuevo indicador de sofisticación política quedó constituido con un rango teórico de variación entre 0.25 puntos como mínimo y 3.5 como máximo y, por tanto, con una media teórica de 1.88 puntos. Los resultados descriptivos realizados arrojaron un nivel promedio de sofisticación de 1.83 ($DE = 0.84$), por tanto, inferior a la media teórica o ideal de la muestra estudiada (véase Tabla 1).

Sentimiento de eficacia política: definido como el sentimiento que tienen los ciudadanos de ser capaces de influir en la toma de decisio-

nes políticas y ser tenidos en cuenta por los gobernantes (McLeod *et al.*, 1999). Se evaluó con una escala tipo Likert de cinco puntos, que oscilaba entre totalmente en desacuerdo (1) y totalmente de acuerdo (5), qué tanto los participantes estaban de acuerdo con las siguientes afirmaciones: “Los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo”, “Los partidos políticos sólo sirven para dividir a la gente”, “La gente como yo no tiene ninguna influencia sobre lo que hace el gobierno” y “Por lo general, la política parece tan complicada que la gente como yo no entiende lo que sucede”. Se evaluó la consistencia interna de la escala, obteniéndose un resultado aceptable ($\alpha = 0.61$), por lo que se construyó un indicador que reflejara el sentimiento de eficacia política registrada en la población. Se detectó un nivel medio-bajo de eficacia política ($M = 2.34$; $DE = 0.85$) (véase Tabla 1).

Análisis de resultados

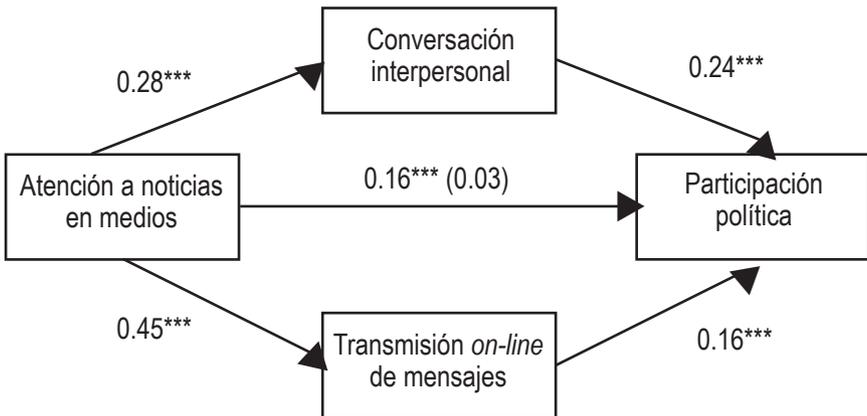
Análisis del modelo de participación ciudadana

Con el objetivo de contrastar la hipótesis planteada del Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña descrito, se realizó un estudio sobre el papel mediacional jugado por las variables de comunicación política interpersonal y transmisión interactiva de mensajes políticos durante las campañas electorales en la relación entre la atención a noticias de los diferentes medios de comunicación y la participación política mantenida por los ciudadanos. Para ello, se siguieron las recomendaciones hechas por Preacher y Hayes (2008), usando el procedimiento de *bootstrapping* con mil repeticiones para estimar los intervalos de confianza de 95% y verificar el efecto mediador de los estereotipos medidos. El análisis se realizó utilizando la macro de SPSS Indirect que permite determinar los efectos directos e indirectos de las variables predictoras sobre las de criterio. Para una mejor interpretación de los resultados obtenidos en un primer paso se procedió a crear valores tipificados de cada variable del modelo (valores Z), con el objeto de poder estandarizar las variables y facilitar la comprensión de los resultados. Junto a los efectos directos e indirectos calculados, se analizaron las covarianzas de las variables de control, a fin de eliminar su efecto en el modelo.

Con relación a la primera hipótesis se planteó que la atención a noticias en los medios tiene la capacidad de mejorar el nivel de participación política de los ciudadanos, a través de los ejercicios de intercambio de mensajes e información de forma interactiva e interpersonal. Como se puede detectar en la Figura 2, efectivamente se produjo un efecto indirecto propuesto. La inclusión en el modelo de las variables mediadoras generó la desaparición del efecto directo originalmente detectado (0.16, $p < 0.001$), para pasar a un efecto indirecto (0.03, $p = 0.51$). Ello indica la existencia de un efecto mediacional a través de una o ambas variables mediadoras propuestas. Así, la atención a las noticias impactó positivamente la conversación interpersonal (0.28, $p < 0.001$), la que a su vez generó un aumento en la participación política ciudadana (0.24, $p < 0.001$). Por su parte, la atención también impactó generando mayor transmisión interactiva de mensajes políticos (0.45, $p < 0.001$), lo que a su vez propició un aumento de la participación política (0.16, $p < 0.001$). El 95% de intervalo de confianza de ambas variables reflejó la existencia de un proceso mediacional, tanto de la conversación política (0.0468 a 0.0919) como de la transmisión interactiva (0.0365 a 0.1151), siendo ligeramente mayor este último efecto.

La segunda hipótesis de investigación planteaba que atención a noticias en los medios durante las campañas electorales tenderían a me-

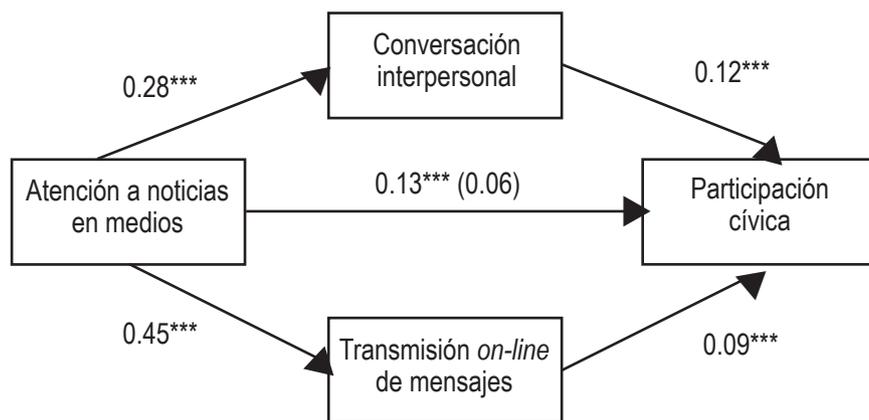
Figura 2. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación política. *** $p < 0.001$.



jorar el nivel de participación cívica de los ciudadanos, a través de los procesos de conversación y transmisión de mensajes (véase Figura 3). Los resultados muestran efectivamente un efecto indirecto en la línea establecida. La inclusión en el modelo de las variables mediadoras generó la desaparición del efecto directo originalmente detectado (0.13, $p < 0.001$), para pasar a un efecto indirecto (0.06, $p = 0.12$), lo que implica la existencia de al menos un efecto mediacional a través de las variables propuestas. En cuanto a la conversación política interpersonal, ésta aumentó cuando se daba atención a las noticias (0.28, $p < 0.001$), lo que a su vez generó un aumento en la participación política ciudadana (0.12, $p < 0.001$). Por su parte, la atención también generó un aumento en la transmisión interactiva de mensajes políticos (0.45, $p < 0.001$), lo que a su vez propició un aumento de la participación política, aunque más leve (0.09, $p < 0.05$). El 95% de intervalo de confianza de ambas variables reflejó la existencia de un proceso mediacional, tanto de la conversación política (0.0124 a 0.0582) como de la transmisión interactiva (0.0038 a 0.0884), siendo ligeramente mayor este último efecto.

En términos generales, el efecto indirecto de la atención a noticias en los diferentes medios de comunicación durante las campañas electorales fue mayor en el caso de la participación política (0.14) que para la participación cívica (0.07), aunque en ambos casos el mismo se produjo

Figura 3. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación cívica. *** $p < 0.001$; * $p < 0.05$



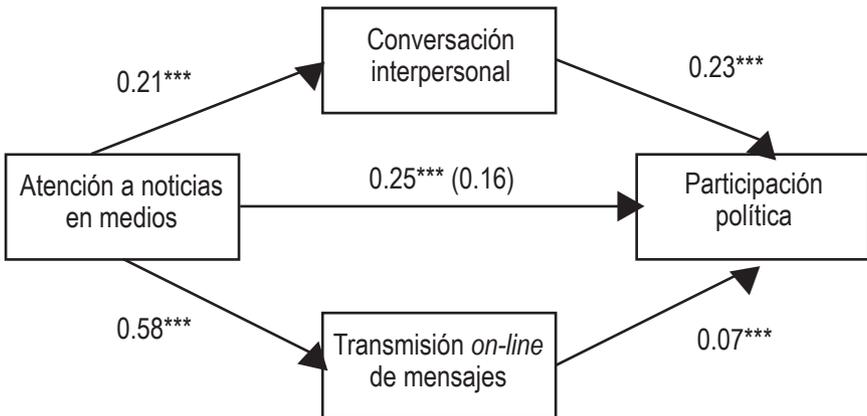
y fue estadísticamente significativo. Si bien ambos tipos de participación correlacionaron positivamente ($r = 0.22$, $p < 0.001$), cabe mencionar que el nivel de asociación fue bajo, determinándose la posible existencia de diferencias en la participación en función de características endógenas de los ciudadanos.

Comparación de los modelos de participación política de jóvenes y mayores de 30

La primera pregunta de investigación planteaba si existían patrones diferentes en el modelo mediacional de comunicación explicativo de la participación política de jóvenes frente a mayores de 30, con las reservas que el modelo etario conlleva. Como se ha observado, en términos generales se puede hablar de un proceso de mediación, pero para determinar si éste se producía en ambas cohortes de edad se procedió a segmentar la muestra entre jóvenes (< 30 años) y mayores de 30 (≥ 30 años). En el caso de los jóvenes se trabajó con una muestra de 430 casos, mientras que para los mayores de 30 se contó con una muestra de 1,170 casos. En cuanto al modelo de jóvenes (véase Figura 4), no se detectó un efecto mediacional entre atención a noticias y

Figura 4. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación política para el caso de los jóvenes.

*** $p < 0.001$; * $p < 0.05$



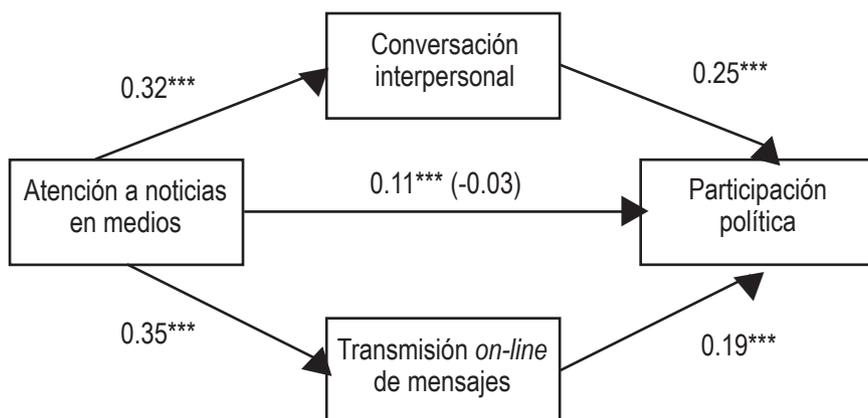
participación política, pero sí un efecto mediacional parcial debido a que la variable de conversación política interpersonal consiguió disminuir el efecto de la variable predictora en la de criterio. Así, el efecto directo disminuyó de 0.25 ($p < 0.001$) a 0.16 ($p < 0.05$), sin dejar de ser significativo. En cuanto al papel de las mediadoras, se observa que la atención a noticias en medios durante las campañas electorales logró aumentar tanto la conversación interpersonal (0.21, $p < 0.001$) como sobre todo la transmisión interactiva de mensajes (0.58, $p < 0.001$). Sin embargo, esta expresión de intercambio de información no impactó en la misma medida en la participación política. Mientras que la transmisión interactiva no tenía efectos en la participación política de los jóvenes (0.07, $p = 0.28$) (IC entre -0.0314 y 0.1289), la conversación interactiva sí logró modificar la participación política (0.23, $p < 0.001$), haciendo que ésta aumentara y provocando el efecto mediacional parcial (IC entre 0.0222 y 0.0892).

Por su parte, en la cohorte de mayores de 30 años sí se detectó un efecto mediacional entre atención a noticias y participación política, debido a que las variables mediadoras consiguieron eliminar el efecto de la variable predictora en la criterio (véase Figura 5). De esta manera, en este segmento de la población la transmisión de información de manera interpersonal y/o interactiva hizo que el efecto directo pasara de 0.25 ($p < 0.01$) a -0.03 ($p = 0.43$), produciéndose de esta manera un efecto indirecto.

En cuanto al papel de las variables mediadoras, se observa un posible efecto indirecto a través de la conversación política interpersonal, pues, además de que ésta es afectada positivamente por la atención a noticias en medios durante las campañas electorales (0.32, $p < 0.001$), también logra aumentar la participación política de los mayores de 30, 0.25, $p < 0.001$), produciéndose un efecto indirecto real (CI entre 0.0524 y 0.1134). En cuanto a la transmisión interactiva de mensajes, también se produjo este efecto indirecto, pues la variable mediadora se vio afectada por la independiente, haciendo que aumentara (0.35, $p < 0.001$), y la mediadora a su vez impactó a la de criterio haciendo que también aumentara la participación política (0.19, $p < 0.001$) (IC entre 0.0277 y 0.1121). Ambos efectos fueron similares en tamaño, siendo ligeramente superior el de la conversación interactiva (0.08) que el de la transmisión interactiva (0.07).

Figura 5. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación política para el caso de los mayores de 30.

*** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$

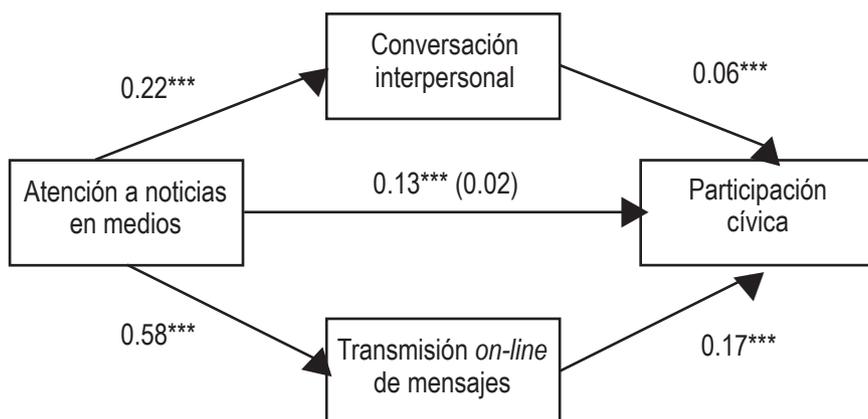


Comparación de los modelos de participación cívica de jóvenes y mayores de 30 años

La segunda pregunta de investigación cuestionaba si existían patrones diferentes entre jóvenes y la cohorte de mayores de 30 años en el modelo mediacional de comunicación explicativo de su participación cívica. Al igual que ocurrió con la participación política, el análisis del grueso de la muestra arrojó un proceso de mediación con respecto a esta expresión de participación. Al segmentar la muestra en cohortes, también se encontraron estos procesos mediacionales, si bien dependiendo de diferentes variables en cada caso. Así, en el modelo de jóvenes (véase Figura 6) se detectó un efecto mediacional, si bien únicamente por parte de la transmisión interactiva de mensajes. En cuanto al efecto directo de la variable predictora en la de criterio, éste desapareció al pasar de 0.13 ($p < 0.05$) a 0.02 ($p < 0.82$). Sin embargo, mientras que en el caso de la transmisión interactiva de mensajes se generaba un efecto indirecto (IC entre 0.0360 y 0.1780), en la conversación política interpersonal no se produjo (IC entre -0.0278 y 0.0606). El análisis revela que la atención a noticias consiguió aumentar la transmisión *on line* de mensajes (0.58, $p < 0.001$), lo que a su vez generó un aumento de participación cívica

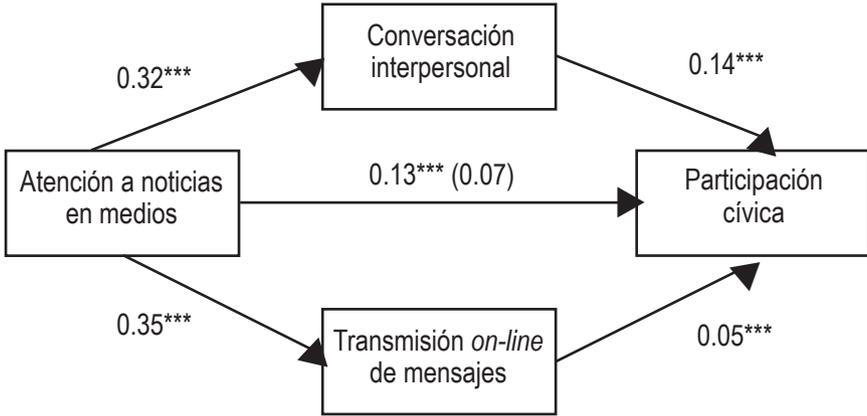
de los jóvenes ($0.17, p < 0.05$). Sin embargo, aunque la atención a noticias hacía aumentar la conversación política interpersonal en el modelo ($0.22, p < 0.001$), ésta última no logró generar un cambio en la participación cívica de la cohorte de jóvenes ($0.06, p = 0.43$).

Figura 6. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación cívica para el caso de los jóvenes. *** $p < 0.001$; * $p < 0.05$



Finalmente, en la cohorte de mayores de 30 años se detectó igualmente un efecto mediacional entre atención a noticias y participación política, pero en este caso debido a la conversación política de manera interpersonal (véase Figura 7). Los resultados del estudio arrojaron que el efecto directo de la variable predictora en la de criterio desaparecía tras la inclusión en el modelo de las variables mediadoras, pasando de 0.13 ($p < 0.001$) a 0.07 ($p = 0.10$), produciéndose de esta manera un efecto indirecto. Sin embargo, mientras que la conversación política interpersonal propiciaba un efecto indirecto (IC entre 0.0179 y 0.0775), la transmisión interactiva de mensajes no lo produjo (IC entre -0.0233 y 0.0633). Los datos del análisis realizado revelaron que la atención a noticias consiguió aumentar la conversación política interpersonal ($0.32, p < 0.001$), lo que a su vez generó un aumento de participación cívica de los mayores de 30 ($0.14, p < 0.001$). Pero si bien la atención a noticias aumenta la transmisión *on line* de mensajes ($0.35, p < 0.001$), esta última no logró generar un cambio en la participación cívica de la cohorte de mayores de 30 ($0.05, p = 0.30$).

Figura 7. Modelo de efecto de la atención a noticias de campaña sobre la participación cívica para el caso de los mayores de 30. *** $p < 0.001$



Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos han permitido confirmar la existencia de un Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña para el caso de la participación política entre la ciudadanía en el contexto de las pasadas elecciones mexicanas, pues se ha detectado que ésta aumenta en función de la atención a noticias. De esta manera, se confirma la validez del modelo propuesto en otros ámbitos geográficos para el mexicano. Asimismo, los datos permitieron comprobar la segunda hipótesis planteada, que establecía la existencia del mismo Modelo de Mediación Comunicativa para el caso de la participación de orden cívico de los ciudadanos mexicanos. Ambos procesos tienen una causa común situada en la atención a las noticias sobre política en los medios y se producen gracias a la labor de mediación realizada tanto por los procesos de conversación política de corte interpersonal, como por la transmisión *on line* de mensajes sobre política a través de internet. Si bien ambos modelos eran explicativos, se detecta un mayor impacto en el caso de la participación política, confirmando así estudios previos que plantean que los hábitos tendentes a la discusión, conversación y expresión de mensajes, parecen ser más eficaces a la hora de activar la implicación y actuación de corte político que de cívico.

Por otra parte, los datos del análisis arrojan luz para responder a las dos preguntas que se han planteado en el estudio, que buscaban desentrañar las diferencias existentes en sus procesos de participación entre los dos grupos de edad estudiados: jóvenes *vs.* mayores de 30 años, para seguir con un criterio etario. En cuanto a la participación política, se descubre cómo los que tienen más de 30 años mantienen estable el modelo mediacional planteado, con un impacto muy similar de ambas expresiones de reflexión o intercambio de mensajes, tanto interpersonal como interactivo. Esto pone de manifiesto el importante peso que, poco a poco, parece que: internet y sus diferentes contenidos están jugando para una buena parte de la población, no sólo en la búsqueda de información, sino también en el desarrollo de otras actividades que reflejan comportamientos como el intercambio de mensajes o, aunque en este estudio no se ha analizado, la participación política.

Sin embargo, en los jóvenes no se pudo comprobar el modelo mediacional, pudiéndose concluir, por tanto, que para este segmento poblacional su participación política viene constituida por un proceso de suma de diferentes hábitos comunicativos como la atención a noticias y la conversación política interpersonal. Resulta curioso que, contrario a lo que pudiera suponerse, los resultados no hayan reflejado un impacto de las expresiones de diálogo *on line* sobre este tipo de participación, contrario a lo encontrado en otros estudios previos. Es posible que la conformación del indicador de intercambio de mensajes haya contribuido a esta falta de efecto. Aunque la escala recogía buena parte de las actividades tradicionalmente realizadas a través de internet con este fin, es posible que ciertas expresiones de diálogo interactivo hayan sido obviadas, lo que debe suponer una obligada revisión para futuros estudios.

En cuanto a la segunda pregunta del estudio, se encuentran también patrones diferentes para la explicación de la participación cívica tanto de jóvenes como de los mayores de 30. Aunque, a diferencia de lo visto con la política, en este terreno sí se confirmó parcialmente el modelo mediacional propuesto. Es interesante observar cómo, sin embargo, eran diferentes las vías a través de las cuales se producía el efecto indirecto de las noticias sobre la participación cívica. Mientras que para los mayores de 30 la conversación interpersonal era la que conseguía hacer la conexión, para los jóvenes era el intercambio interactivo u *on line* de

mensajes. Se confirman por tanto las sospechas apuntadas en la literatura revisada acerca de las diferentes maneras de expresión participativa de ambos grupos de edad. Mientras que en los mayores de 30 años la conversación con familiares, amigos, vecinos, etc., parece movilizarlos para involucrarse en las causas sociales, los jóvenes tienden a utilizar internet para reflexionar sobre los asuntos de la vida social y, quizá, también para desarrollar su participación, aunque este alcance no ha sido analizado.

Todos estos resultados, más allá de aportar un valioso conocimiento para comprender los procesos de participación ciudadana desarrollados por los mexicanos en el contexto de las elecciones del pasado 2012, supone un avance en el desarrollo teórico en el terreno de la comunicación política. Como se ha comprobado a través de la literatura revisada, si bien se han producido esfuerzos individuales por comprobar las relaciones de corte bivariado entre los diferentes componentes del modelo mediacional en el contexto mexicano, no había hasta el momento una evidencia acerca de este proceso indirecto de impacto de la atención a contenidos informativos de los medios sobre la participación política y cívica desarrollada por los ciudadanos. Este resultado se une a la corriente desarrollada en el entorno científico internacional, aportando nueva evidencia acerca de la aplicabilidad del Modelo de Mediación Comunicativa de Campaña en entornos diferentes a aquel en el que fue diseñado y probado inicialmente. Sin embargo, será necesario seguir indagando con modelos más complejos que puedan poner en relación todas las variables para detectar otros posibles efectos indirectos.

CAPÍTULO VIII

Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas

Manuel Alejandro Guerrero
Eduardo Rodríguez-Oreggia
Carlos Machuca

Introducción

Desde hace casi quince años ha aparecido un número cada vez mayor de estudios teóricos y empíricos que discuten y analizan el papel que juega internet (y hoy las redes sociales) en la vida democrática moderna. En este sentido, si bien hay estudios que muestran que la mayor parte del tiempo el uso de internet, las discusiones que ahí se desarrollan y el tipo de consumo de contenidos dejan mucho que desear para un ideal democrático, también hay cada vez más estudios empíricos que muestran correlaciones interesantes entre la frecuencia de uso de internet y el conocimiento, el interés y la participación en la vida pública. En este capítulo se muestra, con base en la encuesta CNEP México-2012 y en datos de un experimento electoral en 2012, que es posible concebir al internauta como parte de una audiencia proactiva que presenta formas de involucramiento y participación particulares ante lo público-político. Al hablar del estado de la democracia actual, una constante preocupación desde hace varios años es la aparente falta de participación e interés suficientes en los asuntos públicos por parte de la mayoría de la población (Dalton, 2002; Putnam, 2000). La discu-

sión se complica si se añade a la ecuación el papel de los medios de comunicación, pues sigue vigente una antigua polémica sobre si, a fin de cuentas, los medios terminan por generar mayor conocimiento, participación e involucramiento en los asuntos públicos por parte de los individuos o, si por el contrario, fomentan el cinismo y, eventualmente, su alejamiento de los temas públicos. La difusión en el uso de internet ha abierto este debate aún más y hay una literatura creciente que discute y analiza el papel que juega internet (y hoy las redes sociales) en la vida democrática moderna.

En este capítulo queremos proponer un análisis más allá de este debate y ampliar la mira en aras de contribuir a delinear una nueva forma de concebir a los sujetos que se mueven, consumen, intercambian, interaccionan y, por llamarlo de alguna manera, viven una buena parte de su realidad cotidiana en un entorno dominado por internet. Se trata de audiencias proactivas (o *prodiences*, Guerrero y Luengas, 2012). Esta propuesta se enmarca en la idea de “culturas cívicas” de Peter Dahlgren (2005, 2009) como forma de conceptualizar una serie de factores —sobre todo, el espacio desde donde se consume y en el cual se intercambia— que permiten la participación y el involucramiento de los ciudadanos en asuntos públicos. Las preguntas centrales son: ¿qué papel tiene internet y las redes en favorecer, o no, la aparición de estas culturas cívicas? ¿Hay evidencia de que estén emergiendo estas audiencias proactivas en los ámbitos políticos en México? De ser así, ¿cómo es su consumo mediático, su interacción y su participación distinta de otros grupos?

Internet, culturas cívicas y audiencias proactivas

Es ya bastante conocida la discusión acerca de quienes han propuesto, por un lado, que el consumo de información, sobre todo en la TV, conduce a cierto cinismo y malestar ante la política (Robinson, 1976; Cappella y Jamieson, 1997) y, por el otro, quienes proponen que, al contrario, el consumo de información, incluso a través de la TV, termina por generar no sólo mayor conocimiento, sino por reforzar el activismo de quienes ya estaban interesados en política (Norris, 2000). Lo que sí parece acumularse es la evidencia de que no todos los tipos de medios son necesariamente iguales a la hora del consumo mediático y, sobre

todo, a la hora de fomentar la discusión y la participación. En este sentido, Kim, Wyatt y Katz (1999) encuentran, entre otras cosas, que si bien el consumo de noticias está relacionado fuertemente con la conversación y el debate, esta relación es más fuerte en el caso del consumo en periódicos que en TV. Por su parte, Moy y Gastil (2006) concluyen que los medios impresos tienden a fomentar la conversación deliberativa, mientras que la TV tiende a inhibir tanto la racionalidad de los propios argumentos como la capacidad de comprender los argumentos de los demás. Pero, ¿qué hay de internet y, hoy, de las redes sociales?

A mediados de la década de 1990 inició el debate sobre el tipo de efectos que internet podría producir en las actitudes y, eventualmente, en la conducta política. Por un lado, autores como Putnam (2002) anticipaban que cambiaría muy poco y que, en todo caso, las tendencias serían hacia una mayor fragmentación de la participación y el interés ciudadano. Es más, algunos trabajos empíricos pioneros mostraban que, en efecto, el impacto de internet era mínimo y no cambiaba mucho la forma en que ya ocurrían las cosas fuera de la red (Margolis y Resnick, 2000; Scheufele y Nisbet, 2002; Drew y Weaver, 2006). Por el otro, desde el ámbito teórico, autores como Negroponte (1995) o Rheingold (2000) sostenían que internet abriría mayores posibilidades de canalizar una participación, al menos, mejor informada. Estas concepciones teóricas han ido dando espacio también a estudios empíricos interesantes. De hecho, a partir del volumen de información disponible y de la interactividad generada a partir de la Web 2.0, hay autores que muestran con claridad una influencia positiva del uso de internet en las actitudes políticas (Jian y Jeffres, 2008; Colombo, Galais y Galleg, 2009), así como la gran transformación que está suponiendo internet y las redes sociales para la vida política en general (Coleman y Blumler, 2009; Bennett, 2007; Buckingham, 2007). Un ejemplo es el estudio de Coleman, Morrison y Svennevig (2008) en las zonas aledañas a la Universidad de Leeds, en Inglaterra, en el que muestran cómo el uso de internet entre la población ha fomentado el desarrollo de ciertas habilidades, como la adquisición más rápida de información y también cierto sentido de exigencia frente a sus representantes políticos a partir de la generación de una conciencia de comunidad.

Lo notable aquí es que en el mundo urbano y moderno, internet y las redes sociales no sólo son plataformas para descargar y compartir

contenidos, enviar mensajes, establecer relaciones, sino que están generando nuevas formas de vinculación sustancial orientada por la interactividad y la capacidad de los usuarios de convertirse en audiencias activas, críticas y productoras (Castells, 2010) en un entorno al que ya no se accede de vez en vez, sino en el que —para un creciente número— ya “se vive”. Esto nos permite discutir en este capítulo desde dos planos: las condiciones que fomentan, o no, la posibilidad de que ocurran la interacción y los intercambios, y el perfil de estas audiencias, sobre todo de su vanguardia. Antes de continuar con la forma en que se conceptualiza internet y las redes en este capítulo, veamos primero cuáles son las condiciones que fomentan las interacciones e intercambios.

Boulianne (2009), al analizar los resultados acumulados de otros estudios empíricos, sostiene que los efectos de internet en las actitudes políticas se vuelven más evidentes luego de que se conforman comunidades y se desarrollan intercambios que, en su gran mayoría, se localizan en, y desde, ámbitos privados, pero que, al final, terminan por incidir en el ámbito político y público. Walzer (1992), por ejemplo, destaca que a pesar del carácter confuso, contradictorio y desordenado que puedan tener distintas formas de conversación cotidiana, los asuntos públicos y la política tienen la posibilidad de emerger en estos contextos informales del habla en la vida diaria. En este sentido, Dahlgren (2005 y 2006), sin pretender fundir la división entre lo público y lo privado, enfatiza que en las esferas privadas y en la vida cotidiana de los individuos se localizan prácticas, creencias y valores que terminan por impactar sus actitudes, formas de pensar, opiniones y hasta comportamientos con relación a la vida pública y la participación política. Más aún, Dahlgren señala que

... las identidades como ciudadanos se hallan entretrejidas con otras identidades que solemos utilizar en otros contextos; las fronteras entre estas identidades son fluidas. Por ejemplo, incluso nuestras identidades en los ámbitos privados —como el tipo de vida familiar, las preferencias sexuales, el género, las opiniones sobre el aborto o sobre cómo empleamos la medicina y la tecnología en nuestro cuerpo— pueden muy bien cobrar relevancia política y echar a andar la participación cívica (2006: 276).

Dahlgren sugiere entonces entender primero las circunstancias y los contextos en los que se desarrollan el aprendizaje cívico y los intercam-

bios, para lo cual propone el término *culturas cívicas* (Dahlgren 2005, 2009) que define así:

... [La idea de culturas cívicas] toma como punto de partida la noción de ciudadanos como agentes sociales y se pregunta sobre los *factores culturales* detrás de esta agencia (o bien, sobre su ausencia). Las culturas cívicas hacen referencia tanto a las condiciones como a las manifestaciones de esta participación y encuentran su fundamento en el imaginario y en el entorno simbólico de la vida cotidiana. Las culturas cívicas son, al mismo tiempo, fuertes y vulnerables: contribuyen a promover el funcionamiento de la democracia, a empoderar o “desempoderar” a los ciudadanos; no obstante, como cualquier forma cultural, pueden verse afectadas con facilidad por el poder económico o político. Un supuesto clave aquí es que una democracia viable debe tener algún anclaje en el nivel de las experiencias cotidianas de los individuos, de sus vivencias y recursos personales y de sus disposiciones subjetivas. [La noción de culturas cívicas] subraya así la importancia de dimensiones tales como significado, identidad y subjetividad como elementos importantes de la comunicación política... El marco de culturas cívicas busca hacer referencia a estas dimensiones y proveer de referencias empíricas para el análisis. Dado que el fundamento de las culturas cívicas es el marco ciudadano-agente, el interés recae entonces en el proceso a través del cual los individuos se convierten en ciudadanos y se conciben a sí mismos como miembros del —y potenciales participantes en— desarrollo social. La cultura cívica es un constructo analítico que busca identificar las posibilidades de que la gente actúe en su papel ciudadano (2005: 157-158).

Dahlgren (2009 y 2011) propone que las culturas cívicas son resultado de la constante interacción entre las siguientes dimensiones:

- Conocimiento. Un mínimo de conocimiento sobre el funcionamiento básico de la vida pública es necesario para poder, eventualmente, participar. Mucha de la información y de los datos sobre los asuntos públicos y la política que los individuos transforman en conocimiento proviene de los medios. Aquí caben temas relativos al acceso, a la calidad y pluralidad de la información.
- Valores. Sin entrar en la clásica discusión acerca de la legitimidad de los sistemas y regímenes políticos (Weber, 1987 [1922];

Lipset, 1983; Dogan, 2003), es posible suponer que para que un régimen —en este caso, el democrático— subsista en el tiempo es indispensable un grado mínimo de voluntad para seguir sus principios y procedimientos o, al menos, no oponerse abiertamente a ellos.

- **Confianza.** A pesar de que hay estudios que muestran un grado de confianza a la baja en la clase política en democracias consolidadas (Eurobarómetro 2011), en la democracia es importante que exista, al menos, un grado mínimo de confianza en las instituciones. Una vía lateral es la que abre Putnam (2000) sobre la relación entre confianza interpersonal y confianza en las instituciones.
- **Identidades.** Dahlgren llama *identidades* a lo que en la literatura en ciencia política se denomina *eficacia política* (Hayes y Bean, 1993), la cual se puede dividir en un sentido de eficacia interna (suponer que uno es capaz de entender o influir en el terreno político) y de eficacia externa (suponer que el sistema político reacciona a las demandas y acciones de los ciudadanos). Hay evidencia de que quienes se sienten más eficaces participan más (Verba, Schlozman y Brady, 1995).
- **Prácticas y habilidades.** Aquí Dahlgren (2009 y 2011) propone que una democracia viable se sostiene en prácticas recurrentes y específicas que llevan a cabo individuos, grupos y colectividades y que contribuyen a dotar tanto de sentido de pertenencia como de significado social a los procedimientos democráticos. En términos muy concretos se puede fácilmente establecer que la deliberación y el voto son dos prácticas centrales en la democracia moderna.
- **Espacios.** Esta dimensión tiene que ver precisamente con los contextos en los que se lleva a cabo la interacción comunicativa —espacios en donde se encuentra y desde donde proviene la información y espacios donde se consume, se discute y se intercambia esa información—. Aquí caben las preguntas sobre los medios en los que la gente se informa sobre los asuntos públicos (por ejemplo, la frecuencia de consumo noticioso).

Para este capítulo es clave esta última dimensión, pues nos permite conceptualizar el papel de internet y las redes sociales. En este sentido ya

se señalaba anteriormente que no todos los tipos de medios ni la forma en que presentan la información parecen ser iguales a la hora de fomentar la deliberación y la participación, pero tampoco son iguales en términos de la interacción en las formas de consumo. Es verdad que algunos trabajos empíricos han mostrado que internet no ha supuesto la gran revolución cívica y que en mucho refleja lo que ya sucedía fuera de la red. Sin embargo, quizá tenemos que cambiar el enfoque de la pregunta, pues desde nuestro punto de vista internet (o las redes sociales) ni fomentará la aparición del ciudadano ideal, ni la tecnología por sí sola resolverá los añejos problemas de los modelos tradicionales de participación política. En cambio, si miramos las nuevas formas en que internet y las redes están generando vinculaciones, interacciones, relaciones para un número de individuos —aún pequeño, pero creciente—, quienes viven a través de ellas gran parte de su cotidianidad, entonces podemos entender que detrás de los modestos efectos de internet sobre los modelos tradicionales de participación se halla en realidad la evidencia incipiente de nuevas maneras de entender, apropiarse y actuar en lo público. Por ejemplo, en la Encuesta Sociedad: Jóvenes en México (UNESCO-UIA-GCE, 2012) se muestra con claridad que el aparente desinterés y distanciamiento de los jóvenes frente a la política obedece más bien a la falta de identificación tanto con los temas que propone la clase política para ellos, como con las formas (y plataformas) de comunicación que emplean los políticos. Es una cuestión de forma y de fondo. El sorprendente inicio del movimiento #Másde131 en la Ibero ejemplifica esta situación.

Se trata entonces de un nuevo tipo de consumidor mediático —más bien multimediático— que representa la vanguardia de las audiencias urbanas y modernas, para quienes internet y las redes —como decimos— no sólo son plataformas para descargar y compartir contenidos, enviar mensajes, establecer relaciones, sino que son en gran medida parte del entorno en el que viven. Para autores como Beck (1997), el impacto de internet en la vida cotidiana hace que para los individuos —sobre todo para los usuarios más frecuentes— las fronteras entre la política, los valores culturales, los procesos de identidad se vuelvan difusos. Dahlgren (2011) indica que para estos individuos:

... la política se convierte no sólo en una actividad instrumental para lograr objetivos específicos, sino en una actividad expresiva, una forma de

mostrar asertividad, dentro de la esfera pública, valores de grupo, ideales y pertenencia. La evidencia de estas perspectivas es fundamentalmente cualitativa; es casi imposible tener un dato que cuantifique estos desarrollos [...]. No sabemos a cuántas personas en realidad representa un sitio Web [...]. Y aunque estamos hablando de un número pequeño de ciudadanos realmente involucrados [...] la situación general aquí puede compararse con los movimientos de protesta de los sesenta y setenta, cuando grupos relativamente pequeños, pero muy determinados, lograron un impacto significativo en las agendas políticas (2011: 155 y 159).

En un trabajo reciente, Guerrero y Luengas (2012) han definido a estos grupos como “audiencias proactivas” (*prodiences*) debido a sus formas de consumo de contenidos multimedia, a sus formas particulares de apropiarse, resignificar y producir contenidos, así como a definir identidades y establecer relaciones y vinculaciones entre sujetos afines.¹

El objetivo de este capítulo entonces es analizar la relación entre el consumo informativo mediático y las dimensiones que definen las culturas cívicas con el fin de hallar evidencia sobre si internet y las redes sociales contribuyen a desarrollar —y son los espacios de acción— audiencias proactivas en México. Para esto no solamente se han trabajado de forma comparada los resultados de las encuestas de 2006 y 2012, sino que se complementan con una investigación cualitativa sobre internet y las formas de involucramiento y participación. En la siguiente sección se describe la manera en que se construyeron las variables y se realizó el trabajo metodológico tanto de las encuestas como de las entrevistas.

Metodología y variables

El trabajo de este capítulo se sustenta en el análisis de las encuestas mexicanas del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP) de 2006 y 2012 y se complementa con una parte de los hallazgos del

¹ Como se desprende de la discusión aquí presentada, estas prácticas trascienden los ámbitos de las interacciones en el mercado y las relaciones cliente-proveedor que definen al llamado *prosumer*. Para mayor discusión véase Guerrero y Luengas, 2012.

proyecto de investigación cualitativa “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México” realizado por la Universidad Iberoamericana a lo largo del proceso electoral 2012.² Nos pareció importante complementar los resultados cuantitativos de las encuestas por dos razones. Primero, porque los hallazgos en el trabajo experimental profundizan y explican procesos, contextos y prácticas que están detrás de las correlaciones encontradas. Segundo, porque es cada vez más frecuente encontrar trabajos empíricos que, con el fin de robustecer su análisis, presentan resultados a partir de investigaciones realizadas con métodos mixtos.

Las encuestas

La base de datos empleada en este estudio corresponde a la Encuesta CNEP México, 2006 y 2012. En la encuesta cada observación corresponde a una entrevista personal, la cual se realizó en los hogares de los entrevistados. La población objetivo consistió en mexicanos adultos y con credencial para votar.³

A partir de las encuestas se analiza la relación entre el consumo informativo mediático y las dimensiones que definen las culturas cívicas, de acuerdo con el modelo de Dahlgren (2005, 2009 y 2011) que se ha explicado. Para ello, se construyó un “dummy” para las diferentes dimensiones del modelo de cultura cívica. La Tabla 1 contiene los datos con los que se construyeron las variables. Primero, los datos sociodemográficos utilizados. Segundo, las preguntas con las que se operacionalizó cada una de las dimensiones de cultura cívica (variables dependientes): conocimiento sobre política, preferencia de la democracia como forma de gobierno, opinión sobre el sistema electoral, capacidad de influir en el gobierno, interés de los políticos sobre opinión ciudadana, frecuencia con la que un ciudadano trata el tema político con su familia y ejercicio

² Este proyecto experimental se inscribe dentro de la línea de investigación “Comunicación y cultura política” del Departamento de Comunicación. Se realizó de forma independiente y autónoma, pero afortunadamente paralela, con relación al Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales. Los resultados del proyecto experimental son amplios y aquí sólo se citan aquellos que se relacionan directamente con las variables seleccionadas de las encuestas para este capítulo.

³ La población mexicana se puede inscribir para votar al cumplir la mayoría de edad, a los 18 años.

Tabla 1. Definición de variables y estadísticas básicas*

<i>Variables dependientes</i>		2006		2012	
Conocimiento	= 1 si está de acuerdo con que la política le parece tan complicada que no entiende lo que sucede, = 0 de otra manera	0.655	(0.476)	0.578	(0.494)
Valores	= 1 si está de acuerdo con que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno, = 0 de otra manera	0.660	(0.474)	0.709	(0.454)
Confianza	= 1 si piensa que las elecciones en México son libres y equitativas, = 0 de otra manera	0.625	(0.484)	0.658	(0.474)
Eficacia interna	= 1 si está de acuerdo con no tener ninguna influencia sobre lo que hace el gobierno, = 0 de otra manera	0.665	(0.472)	0.666	(0.472)
Eficacia externa	= 1 si está de acuerdo con que los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa, = 0 de otra manera	0.777	(0.416)	0.687	(0.464)
Conversación	= 1 si habla frecuentemente con su familia respecto a las campañas electorales, = 0 de otra manera	0.488	(0.500)	0.653	(0.476)
Voto	= 1 si votó en elecciones presidenciales del año 2000 (2012), = 0 de otra manera	0.693	(0.461)	0.872	(0.334)

<i>Sociodemográficas</i>					
Hombre	= 1 si es hombre, = 0 de otra manera	0.497	(0.500)	0.499	(0.500)
Edad 18-29	= 1 si se encuentra entre 18-29 años, = 0 de otra manera	0.338	(0.473)	0.269	(0.443)
Edad 30-39	= 1 si se encuentra entre 30-39 años, = 0 de otra manera	0.232	(0.422)	0.213	(0.410)
Edad 40-64	= 1 si se encuentra entre 40-64 años, = 0 de otra manera	0.344	(0.475)	0.416	(0.493)
Edad > 64	= 1 si tiene más de 64 años, = 0 de otra manera	0.086	(0.280)	0.103	(0.303)
Urbano	= 1 si vive en un área urbana, = 0 en área rural	0.742	(0.438)	0.69	(0.463)
Nivel bajo de educación	= 1 si tiene secundaria no terminada o menos, = 0 de otra manera	0.446	(0.497)	0.388	(0.487)
Nivel medio de educación	= 1 si tiene secundaria terminada, prepa o universidad incompleta, = 0 de otra manera	0.436	(0.496)	0.5	(0.500)
Nivel alto de educación	= 1 si tiene universidad completa o posgrado, = 0 de otra manera	0.118	(0.322)	0.112	(0.315)
Ocupado	= 1 si su situación laboral es ocupado, 0 = no se encuentra ocupado	0.578	(0.494)	0.511	(0.500)
Religión	= 1 si se considera muy religioso, = 0 no se considera	0.639	(0.481)	0.567	(0.496)
Oportunidades	= 1 si recibe beneficios del programa Oportunidades, = 0 no los recibe	0.145	(0.352)	0.112	(0.315)

Seguro Popular	= 1 si recibe beneficios del Seguro Popular, = 0 no los recibe	0.061	(0.240)	0.263	(0.440)
Ambos beneficios	= 1 si recibe beneficios del programa Oportunidades y del Seguro Popular, = 0 no los recibe	0.020	(0.141)	0.11	(0.313)
Ningún beneficio	= 1 si no recibe beneficios del programa Oportunidades y el Seguro Popular, = 0 si los recibe	0.774	(0.419)	0.515	(0.500)
Interés en campañas	= 1 si se encuentra interesado en seguir las campañas presidenciales, = 0 no está interesado	0.459	(0.498)	0.601	(0.490)
Interés en política	= 1 si se encuentra muy interesado en política, = 0 no está interesado	0.414	(0.493)	0.479	(0.500)
<i>Espacios</i>					
Periódicos		0.992	(1.469)	1.538	(1.587)
Televisión		2.838	(1.456)	3.201	(1.264)
Radio	= 0 si nunca seguía las noticias políticas en ..., = 1 con menor frecuencia, = 2 uno o dos días por semana, = 3 tres o cuatro días por semana, = 4 todos los días o casi todos los días	1.060	(1.592)	1.459	(1.667)
Internet		0.181	(0.714)	0.702	(1.353)
Revistas		0.236	(0.733)		
Redes sociales**				0.611	(1.301)
N		2014		1600	

* Media y errores estándar entre paréntesis. ** Facebook y Twitter.

del derecho al voto. Tercero, la frecuencia sobre el consumo informativo en los diferentes medios de comunicación (variables independientes), que son los “espacios” a los que se refiere Dahlgren (2009 y 2011): periódicos, televisión, radio, internet, revistas y redes sociales. Cabe destacar que la información relacionada con revistas sólo se encuentra en la encuesta de 2006, mientras que para el aspecto de redes sociales, éste sólo se encuentra en la encuesta de 2012.

Para modelar las siete variables dependientes con las que se operacionalizó la cultura cívica se empleó un modelo probit de máxima verosimilitud (Greene, 2008), el cual corresponde a un modelo de elección binaria:

$$Prob[y = 1] = \phi(x'_{ij}\beta_i)$$

Donde i son los parámetros a estimar y j es el individuo, a su vez x^4 es la matriz de variables observables que determinan las características de los individuos, β es el vector de coeficientes y ϕ es la función de distribución acumulada. Sin embargo, los coeficientes del modelo probit no pueden ser interpretados directamente a menos que se estimen los efectos marginales de la siguiente forma:

$$\frac{\partial Prob[y = 1]}{\partial x_i}$$

Es decir, el efecto marginal es el cambio en probabilidad cuando los valores de x cambian. Los resultados se muestran más adelante, luego de presentar la metodología del experimento a continuación.

El experimento

Por razones de espacio, y debido a las intenciones de este capítulo, no podemos hacer mención de todos los resultados de este proyecto experimental, pero sí debemos aclarar que el objetivo fue tratar de entender y comprender mejor las formas y los contextos de uso de internet y de las redes sociales, y su relación con la política —actitudes hacia la política y formas de participación. Así, para este capítulo, se presenta aquí la discusión sobre el uso de internet y de las redes en relación con el interés en,

⁴ Variables sociodemográficas y espacios de Tabla 1.

y conocimiento de, la política; la confianza; y las formas de participación. Estos aspectos conforman las siguientes dimensiones de la cultura cívica del modelo de Dahlgren: *conocimiento*, *confianza* y *participación*, aunque también hay elementos que refieren a la eficacia interna (*identidad*).

A un conjunto de 200 individuos previamente seleccionados se les aplicaron dos cuestionarios, el primero con una mayoría de preguntas cerradas de tipo escala, durante el periodo de junio-julio 2012 y el segundo con una mayoría de preguntas semicerradas y abiertas. Algunas de las preguntas cerradas, sobre todo las relativas a confianza, participación, interés en política, provienen del cuestionario de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup) 2008. Entre el primero y el segundo cuestionario se pidió a cada participante que mostrara los sitios que visita, y se observó su dinámica de consumo informativo, su uso de las redes y sus formas de interacción con contenidos, pares y terceros. Se filtró a los participantes con base tanto en su uso de internet como principal fuente de información como en su alta frecuencia de uso de redes sociales (más de cuatro horas diarias). Si bien se empleó la encuesta como método, al ser un estudio experimental no se ocupó una muestra representativa, por lo que los resultados son útiles tanto para la generación de hipótesis como para obtener claves que permitan entender mejor ciertas prácticas y contextos de uso de las redes. Además, en nuestro caso, algunos de los hallazgos permitieron entender mejor lo que arrojaron los resultados de las variables de las encuestas. De los 200 participantes, al final sólo hubo 170 casos válidos. La muestra se desglosa en 68 hombres (40%) y 102 mujeres (60%). Por edad, 90% de los encuestados tienen entre 18 y 40 años, mientras que por educación, 64% se encuentra en la universidad o ya terminó sus estudios superiores. Las encuestas se aplicaron en 10 zonas de la ciudad de México que comprenden sectores sociodemográficos altos/medios-altos (A/B), medios (C+), medios bajos (C) y medios bajos populares (D+), aunque hay una sobrerrepresentación de los segmentos medios:⁵ Santa Fe, Polanco, San Ángel, Roma Sur, El

⁵ De acuerdo con la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (AMAI) existen seis categorías para clasificar a la población con base en su nivel sociodemográfico: A, B, C+, C, D+, D y E. Las variables que se emplean en esta categorización son 13 y varían desde el nivel de ingreso, educación, gasto y consumo cultural hasta el lugar y las condiciones de la vivienda que se tiene. Con esta base, en el área metropolitana de la ciudad de México (DF y 30 municipios

Carmen de Coyoacán, Narvarte, Azcapotzalco, Centro Histórico, Barrio La Cruz de Iztacalco y Unidad Habitacional Xopa.

De los 200 participantes, 170 llevaron a cabo el experimento en sus espacios habituales de interacción con internet y las redes (casas, cafés internet, escuela y cuando fue posible, lugar de trabajo). Una vez en campo, los participantes mostraron los sitios que más visitan para consumir información y se pidió que narraran —y mostraran, de ser el caso— sus experiencias cotidianas de interacción con los contenidos, con sus pares y con terceros. Se registraron las observaciones correspondientes. Al final, se pidió que respondieran un segundo cuestionario en el que, con preguntas semicerradas y abiertas, se insistió en los temas del primer cuestionario. Se solicitó a cada participante un dato de contacto, con el fin de verificar, una vez concluido el proceso electoral, si habían ido a votar, o no.

Resultados y discusión

Las encuestas

Los resultados de las estimaciones con todas las variables corresponden a los modelos impares, mientras que las estimaciones donde se busca aislar el efecto de los espacios —los tipos de medios— sobre las variables de cultura cívica son los modelos pares. Por razones de espacio y debido también a que otros trabajos de esta colección tratan algunas de las variables del modelo completo (columnas impares), aquí sólo analizaremos los resultados del modelo en donde se aíslan los efectos de los espacios —consumo por tipo de medios— sobre las siete variables de la cultura cívica (columnas pares). Para empezar, las estimaciones de los modelos probit, considerando los efectos marginales para el año 2006, se muestran en la Tabla 2.

Al aislar entonces los efectos del consumo informativo por tipo de medios (los “espacios”) en las dimensiones de la cultura cívica en 2006 se tienen los siguientes resultados marcados con asteriscos, dado que

conurbados) la composición es aproximadamente la siguiente: A/B, 1 millón 300 mil personas; C+ y C, 8 millones 800 mil personas; y, D+ y D, 9 millones 400 mil personas. Véase Reporte del Comité de Niveles Socioeconómicos, Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, AC, México, DF, AMAI, 2000.

Tabla 2. Efectos marginales para 2006

Variables	Conocimiento		Valores		Confianza		Eficacia interna		Eficacia externa		Conversación		Voto	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Hombre	-0.058**		0.053**		0.047*		0.008		0.022		0.001		-0.006	
	(0.024)		(0.024)		(0.025)		(0.024)		(0.021)		(0.027)		(0.019)	
Edad 30-39	0.074***		0.021		0.014		0.049*		0.030		0.077**		0.036*	
	(0.028)		(0.029)		(0.030)		(0.028)		(0.024)		(0.032)		(0.021)	
Edad 40-64	0.102***		0.058**		0.003		0.054**		0.023		0.085***		0.061***	
	(0.027)		(0.028)		(0.028)		(0.027)		(0.024)		(0.031)		(0.020)	
Edad > 64	0.123***		0.051		-0.016		0.043		0.011		-0.093		0.121***	
	(0.038)		(0.041)		(0.045)		(0.042)		(0.037)		(0.048)		(0.017)	
Urbano	-0.038		0.017		-0.106***		0.028		0.014		0.003		-0.046**	
	(0.026)		(0.027)		(0.026)		(0.027)		(0.023)		(0.030)		(0.019)	
Nivel medio de educación	-0.034		0.105***		0.074***		-0.018		0.049**		0.085***		0.030	
	(0.026)		(0.025)		(0.026)		(0.025)		(0.022)		(0.028)		(0.020)	
Nivel alto de educación	-0.129***		0.225***		0.050		0.019		0.097***		0.146***		0.073***	
	(0.041)		(0.028)		(0.038)		(0.038)		(0.027)		(0.042)		(0.025)	

Ocupado	-0.032	0.001	0.012		-0.011	-0.004		0.002	-0.017	
	(0.024)	(0.024)	(0.025)		(0.024)	(0.021)		(0.027)	(0.020)	
Religión	-0.021	0.029	0.073***		0.022	0.033*		0.009	0.082***	
	(0.023)	(0.023)	(0.023)		(0.023)	(0.020)		(0.025)	(0.021)	
Oportunidades	0.063**	-0.054	0.051		0.058*	0.018		-0.018	0.001	
	(0.032)	(0.033)	(0.033)		(0.031)	(0.028)		(0.036)	(0.026)	
Seguro Popular	0.029	-0.059	0.039		-0.00008	-0.064		-0.045	0.004	
	(0.044)	(0.047)	(0.045)		(0.044)	(0.043)		(0.051)	(0.034)	
Interés en campañas	-0.023	0.115***	-0.020		-0.028	0.031		0.169***	0.046*	
	(0.029)	(0.028)	(0.029)		(0.028)	(0.025)		(0.030)	(0.024)	
Interés en política	-0.026	0.048*	0.048*		-0.008	-0.054**		0.179***	0.080***	
	(0.029)	(0.029)	(0.029)		(0.029)	(0.026)		(0.030)	(0.024)	
Periódicos	-0.009	-0.022***	0.017*	0.022**	-0.011	-0.011	-0.005	0.017	-0.005	0.006
	(0.009)	(0.008)	(0.008)	(0.009)	(0.009)	(0.008)	(0.007)	(0.010)	(0.009)	(0.007)
Televisión	0.0203**	0.014*	0.0198**	0.021***	0.0020	0.011	0.012*	0.049***	0.027***	0.034***
	(0.008)	(0.008)	(0.008)	(0.008)	(0.008)	(0.007)	(0.007)	(0.009)	(0.008)	(0.007)

Variables	Conocimiento		Valores		Confianza		Eficacia interna		Eficacia externa		Conversación		Voto	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Radio	-0.012	-0.011	0.005	0.005	0.002	0.003	-0.018**	-0.016**	-0.005	-0.005	0.006	0.009	0.004	0.009
	(0.007)	(0.007)	(0.008)	(0.007)	(0.008)	(0.008)	(0.007)	(0.007)	(0.006)	(0.006)	(0.008)	(0.008)	(0.006)	(0.007)
Internet	-0.04***	-0.062***	-0.009	0.017	-0.013	-0.012	-0.024	-0.028*	-0.024*	-0.018	0.024	0.045***	0.021	0.029*
	(0.016)	(0.015)	(0.017)	(0.016)	(0.016)	(0.016)	(0.015)	(0.015)	(0.013)	(0.013)	(0.018)	(0.017)	(0.016)	(0.016)
Revistas	-0.008	-0.018	-0.019	-0.006	-0.038**	-0.0403**	0.003	0.001	-0.026*	-0.021	0.035*	0.048***	-0.010	-0.006
	(0.016)	(0.016)	(0.017)	(0.016)	(0.016)	(0.016)	(0.016)	(0.015)	(0.013)	(0.013)	(0.019)	(0.018)	(0.014)	(0.015)
Pseudo R ²	0.0417	0.0178	0.0624	0.0143	0.0263	0.0079	0.0128	0.007	0.0158	0.0052	0.1421	0.0627	0.1040	0.0309
N = 2014 ¹														N = 1504 ²

Nota: Errores estándar entre paréntesis. ***, **, * denota 1, 5 y 10%, respectivamente, en el nivel de significancia.

¹ Estimaciones con información de la encuesta previa a las elecciones de 2006.

² Estimaciones con información de la encuesta posterior a las elecciones de 2006

ello denota una relación estadísticamente significativa entre las variables. En el caso de los periódicos, seguir las noticias con mayor frecuencia disminuye la probabilidad de no entender sobre política en 2.2%; incrementa en 2.01% la probabilidad de tener preferencia por la democracia; aumenta en 2.02% la probabilidad de confiar en el sistema electoral; incrementa en 3.9% la probabilidad de conversar con la familia sobre las campañas; y, en 2.1% la probabilidad de ejercer el voto. El consumo de información por televisión tiene un efecto significativo y positivo en casi todas las variables de cultura cívica, menos en eficacia interna. Incrementa en 1.4% la probabilidad de conocimiento, 3.01% en valores, 2.1% en confianza, 1.2% en eficacia externa (que en realidad significa sentirse menos eficaz), 6.5% en conversación y 2.3% en voto. La radio es significativa y negativa para eficacia interna, es decir, disminuye en 1.6% la probabilidad de estar de acuerdo con que como ciudadano no se tiene influencia sobre lo que hace el gobierno. Finalmente, el consumo informativo por internet disminuye en 6.2% la probabilidad de estar de acuerdo con no entender sobre política, disminuye en 2.8% la probabilidad de eficacia interna (que significa realmente sentirse más eficaz), incrementa en 4.5% la probabilidad de conversación y en 2.9% la de ejercer el voto. ¿Qué significa todo esto entonces para las variables de cultura cívica y qué nos dice, en particular, de internet?

Resulta muy interesante que, de todos los tipos de medios, el que tiene mayor efecto sobre el *conocimiento* es precisamente internet, lo que arroja evidencia sobre un tipo de consumo mucho más dinámico (Rheingold, 2000), donde el individuo debe buscar de forma activa —e interactiva— los contenidos que decide utilizar. En el caso de la *identidad* —que son las variables de eficacia interna y externa—, el consumo informativo por internet es el que tiene mayor impacto. Internet fortalece el sentimiento de eficacia interna en los individuos (controlado mediante la pregunta: “si se está de acuerdo con no tener ninguna influencia sobre lo que hace el gobierno”) y, a pesar de no haber una relación estadísticamente significativa, también promueve el de eficacia externa (controlado mediante la pregunta: “si se está de acuerdo con que los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo”). Estos datos reflejan de nuevo a un individuo mucho más consciente, crítico y activo en el plano público. En este sentido, habría que contrastar que la TV termina por disminuir el sentimiento de eficacia externa,

lo cual es contrario a los hallazgos en otros países (Norris, 2000 y 2004; Pinkleton y Austin, 2002; Hoffman y Thompson, 2009; Rojas, 2006), aunque se relaciona con hallazgos que en América Latina muestran que el consumo de entretenimiento televisivo disminuye el sentimiento de eficacia política (Rojas, 2006). Dejamos abierta la hipótesis de la cercanía entre la programación televisiva noticiosa y de entretenimiento, lo que se ha llamado *infotainment* (Wittwen, 1995).

En el caso de las variables utilizadas para operacionalizar las *prácticas* (conversación y voto), internet tiene un efecto importante sobre la participación. Por un lado, es el segundo tipo de medio que tiene mayor impacto sobre la conversación, detrás de la TV. Que la TV encabece el efecto en esta variable no sorprende, pues la pregunta utilizada para esta variable fue si se habla con la familia respecto a las campañas, y hay mucha literatura que confirma el consumo televisivo como momento crucial de socialización familiar (Morley, 1986; Fiske, 1987; Livingstone y Lunt, 1993). En cambio, que internet sea el segundo tipo de medio que más fomenta la conversación en la familia nos habla de un perfil de sujeto que, a pesar de tener una práctica de consumo en este medio esencialmente individual y personal, aprovecha los (otros) espacios de convivencia familiar para intercambiar y hablar de lo que se ha informado. Por otro lado, con relación al voto, los datos muestran que internet favorece las probabilidades de participar, lo que nuevamente nos habla de un sujeto más activo e interactivo con su entorno.

En cuanto a la *confianza*, los resultados muestran correlaciones significativas y positivas entre ésta y el consumo noticioso por televisión y periódicos, lo cual es consonante con los resultados de otras investigaciones (Norris, 2000; Newton y Norris, 2000; Pinkleton y Austin, 2002). Sin embargo, a pesar de que la relación no es significativa, sí hay una relación negativa entre internet y la confianza que en el caso específico de las elecciones de 2006 creemos que se explica con base en dos aspectos: primero, el perfil del consumidor de internet, que es, como se ha dicho, un individuo más crítico y activo y, segundo, las vicisitudes de esa campaña electoral dominada por reclamos sobre la propia legitimidad del proceso, las campañas negativas, y la general pérdida de confianza tanto en el IFE como en la organización del proceso electoral.⁶

⁶ El IFE presentó en noviembre de 2006 los resultados de una encuesta encargada a Parametría (levantada en septiembre) en donde muestra que “la confianza —mu-

Creemos que debido a la mayor cantidad de información cuyos contenidos están al margen de toda regulación, el consumidor de internet fue más sensible al debate suscitado alrededor del proceso electoral, sobre todo si se considera que la pregunta aquí es: “si piensa que las elecciones en México son libres y equitativas”.

Por lo que corresponde a los *valores*, hay correlaciones positivas y significativas entre el consumo informativo en periódicos y TV, y la preferencia por la democracia frente a cualquier otra forma de gobierno. En el caso de internet se tiene también una correlación positiva y, aunque no alcanza a ser estadísticamente significativa, sí nos deja ver una preferencia por la democracia como forma de gobierno y es congruente con el perfil de un individuo más crítico, consciente y activo en su entorno (Castells, 2010). Ahora veamos las estimaciones de los modelos probit considerando los efectos marginales para 2012, en la Tabla 3.

De nuevo, al aislar los efectos de los espacios en la cultura cívica, los periódicos disminuyen en 1.5% la probabilidad de estar de acuerdo con no entender sobre política (es decir, sienten que entienden más), en 1.5% la probabilidad de confiar en el sistema electoral y en 1.7% el estar de acuerdo con que los políticos no se preocupan por lo que piensa la ciudadanía (o sea, se sienten más eficaces). También incrementa en 3.9% la probabilidad de conversar. La televisión aumenta en 2.7% la probabilidad de tener preferencia por la democracia, en 4.9% la de conversar y en 1.7% la de votar. A su vez, disminuye en 2.4% la confianza en el sistema electoral. La radio aumenta en 2.3% la probabilidad de entender más y en 2.8% la probabilidad de conversar sobre las campañas. El consumo informativo por internet disminuye en 6.8% la probabilidad de estar de acuerdo con no entender sobre política, disminuye en 2.9% la confianza, incrementa en 3.4% la probabilidad de conversación y en 2.4% la probabilidad de ejercer el voto. Por último, para 2012 se considera el efecto de las redes sociales (no contempladas en 2006). Aquí se incrementa en 3.6% la probabilidad de conversación y en 2.8% la probabilidad de eficacia externa. ¿Qué significa esto para las variables de cultura cívica comparado con 2006 y qué nos dice, en particular, de internet?

cha o alguna— en el IFE cayó de 74 a 56%, mientras que la desconfianza —poca o ninguna confianza— aumentó de 20% (en el periodo mayo-junio) a 38% (en septiembre de este mismo año)” (Galán, 2006).

Tabla 3. Efectos marginales para 2012

Variables	Conocimiento		Valores		Confianza		Eficacia interna		Eficacia externa		Conversación		Voto	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Hombre	-0.048*		0.002		-0.011		-0.016		0.006		-0.017		-0.054***	
	(0.028)		(0.025)		(0.026)		(0.026)		(0.026)		(0.027)		(0.018)	
Edad 30-39	-0.018		-0.001		0.038		0.040		0.003		0.008		0.016	
	(0.038)		(0.034)		(0.035)		(0.034)		(0.035)		(0.037)		(0.021)	
Edad 40-64	0.017		0.067**		0.016		0.066**		-0.003		0.029		0.077***	
	(0.034)		(0.030)		(0.032)		(0.032)		(0.032)		(0.034)		(0.020)	
Edad > 64	0.048		0.081**		0.004		0.012		0.018		-0.105**		0.065***	
	(0.051)		(0.041)		(0.049)		(0.048)		(0.047)		(0.053)		(0.021)	
Urbano	-0.012		-0.035		-0.087		0.092***		0.016		-0.041		-0.010	
	(0.029)		(0.026)		(0.027)		(0.028)		(0.027)		(0.027)		(0.018)	
Nivel medio de educación	-0.094***		0.061**		0.011		0.024		0.074***		0.081***		-0.003	
	(0.030)		(0.027)		(0.029)		(0.029)		(0.028)		(0.029)		(0.019)	

Nivel alto de educación	-0.193*** (0.047)	0.205*** (0.029)	-0.046 (0.046)	0.035 (0.043)	0.173*** (0.034)	0.074* (0.044)	-0.002 (0.031)	
Ocupado	-0.024 (0.028)	0.002 (0.026)	0.018 (0.027)	0.032 (0.027)	0.0298 (0.026)	-0.008 (0.028)	0.011 (0.018)	
Religión	0.003 (0.026)	0.029 (0.023)	0.067 (0.025)	0.029 (0.024)	-0.010 (0.024)	0.057** (0.025)	-0.019 (0.016)	
Oportunidades	-0.032 (0.042)	0.021 (0.036)	-0.018 (0.040)	0.030 (0.038)	-0.030 (0.039)	0.016 (0.040)	-0.011 (0.027)	
Seguro Popular	0.012 (0.030)	0.035 (0.026)	-0.011 (0.029)	0.014 (0.028)	-0.010 (0.028)	-0.022 (0.030)	-0.005 (0.019)	
Interés en campañas	0.011 (0.031)	0.067** (0.029)	0.045 (0.030)	0.052* (0.030)	-0.009 (0.029)	0.147*** (0.030)	0.035* (0.020)	
Interés en política	0.010 (0.031)	0.010 (0.028)	0.007 (0.029)	-0.026 (0.029)	0.061** (0.028)	0.135*** (0.029)	0.071*** (0.019)	
Perifoneos	-0.005 (0.009)	-0.001 (0.008)	-0.013 (0.009)	-0.007 (0.009)	-0.028*** (0.008)	-0.017** (0.008)	-0.003 (0.006)	-0.002 (0.006)

Variables	Conocimiento		Valores		Confianza		Eficacia interna			Eficacia externa			Conversación		Voto	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)		
Televisión	-0.008	-0.003	0.024***	0.027***	0.021	0.024**	-0.0040	-0.0001	0.0020	0.0020	0.039***	0.049***	0.011*	0.017***		
	(0.010)	(0.010)	(0.009)	(0.009)	(0.010)	(0.010)	(0.010)	(0.010)	(0.010)	(0.009)	(0.010)	(0.010)	(0.006)	(0.006)		
Radio	-0.024***	-0.023***	-0.003	-0.002	-0.010	-0.009	-0.005	-0.006	0.004	0.005	0.027***	0.028***	0.0002	0.003		
	(0.008)	(0.008)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.008)	(0.008)	(0.005)	(0.005)		
Internet	-0.054***	-0.068***	0.003	0.015	-0.027	-0.029**	-0.009	-0.002	-0.011	0.006	0.022	0.034**	0.0198*	0.024**		
	(0.016)	(0.015)	(0.014)	(0.014)	(0.014)	(0.014)	(0.015)	(0.014)	(0.015)	(0.014)	(0.016)	(0.016)	(0.011)	(0.011)		
Redes sociales	0.015	0.013	-0.005	-0.007	-0.021	-0.021	-0.012	-0.016	0.028*	0.028*	0.025	0.036**	-0.009	-0.012		
	(0.016)	(0.016)	(0.015)	(0.014)	(0.015)	(0.014)	(0.015)	(0.015)	(0.015)	(0.015)	(0.017)	(0.016)	(0.011)	(0.011)		
Pseudo R ²	0.0474	0.0316	0.0333	0.0066	0.0371	0.0241	0.0156	0.0025	0.0238	0.0072	0.1365	0.0757	0.0628	0.0108		

N = 1600.

Nota: Errores estándar entre paréntesis. ***, **, * denotan 1, 5 y 10%, respectivamente, en el nivel de significancia.

Como en 2006, en el caso de 2012 el medio con mayor efecto sobre el *conocimiento* es internet, lo que fortalece la evidencia sobre el papel de un consumidor más activo y dinámico en relación con los contenidos que consume. Lo que sí resulta sorprendente es que, comparado con los resultados de 2006, esta vez internet no parece tener impacto alguno en cuanto a la *identidad*, que son las variables de eficacia interna y externa. De hecho, sólo los periódicos tienen esta vez un efecto positivo en generar mayor sentimiento de eficacia externa. Con base en los datos disponibles de la encuesta no podemos explicar la falta de efecto de internet en 2012, aunque podemos plantear que la pérdida de significación estadística de internet se debe a la expansión de usuarios de 2006 a 2012. Asimismo, algunos datos del experimento permiten entender mejor la dinámica respecto a esta aparente falta de efecto sobre la eficacia interna. En relación con la *confianza*, es notable que la tendencia negativa que presentaba sobre esta variable el consumo noticioso por internet en 2006, ahora se consolida como una correlación estadísticamente significativa. Lo interesante es que el experimento también arroja datos sobre la baja confianza del usuario de internet y de redes sociales, en este caso sobre los políticos y el sistema en general. Más adelante se analiza con detalle. En cambio, la TV vuelve a mostrar, como en 2006, una correlación estadísticamente positiva y significativa sobre la confianza, en consonancia con lo expuesto en otros trabajos.

Nuevamente, internet tiene un efecto importante sobre las variables con las que se operacionalizaron las *prácticas* (conversación y voto). En el caso del voto, el consumo noticioso por internet tuvo el mayor efecto, lo que refuerza los hallazgos de autores que señalan una mayor participación política entre usuarios de la red (Coleman y Blumler, 2009; Buckingham, 2007; Rainie *et al.*, 2012). En cuanto a la conversación, si bien de nuevo es la TV el medio que más la fomenta, internet también presenta una relación estadísticamente significativa, aunque un poco detrás de los periódicos. La tendencia tanto en 2006 como en 2012, sin embargo, mantiene a internet como un espacio relevante para fomentar la conversación. El internauta entonces, a pesar de su baja confianza, participa de forma activa, lo que parece encajar muy bien con lo que en otros trabajos se define como *volante desencantado* (Hughes y Guerrero, 2009).

En cuanto a los *valores*, la TV muestra nuevamente, como en 2006, una correlación positiva y estadísticamente significativa entre el con-

sumo informativo y la preferencia por la democracia. En el caso de internet, aunque también como en 2006, la correlación no alcanza a ser estadísticamente significativa, vuelve a ser positiva, lo cual marca una tendencia entre los individuos que se informan por este medio.

Ahora bien, sobre las redes sociales hay un par de aspectos particulares que comentar, aunque sin posibilidad de establecer comparaciones con 2006, pues estuvieron ausentes del cuestionario. Primero, si bien se ha tratado de distinguir en las preguntas del cuestionario sobre el consumo informativo a quienes se informaron por estas plataformas de quienes lo hicieron por internet, en realidad en este punto se vuelve complicado trazar una línea divisoria nítida. Es verdad que hay una diferencia entre informarse a través de las páginas que los medios tradicionales tienen en internet, que hacerlo a través de los tweets y páginas de Facebook de amigos y conocidos. Pero la cuestión aquí es que el usuario frecuente de la red siempre navega entre los dos extremos. Y entre estos extremos hay una gran variedad de opciones informativas que son difíciles de clasificar de forma estricta: ¿dónde colocar portales y sitios como *Sexenio* o *Pájaro Político*, que además están constantemente enviando por Twitter su actualización noticiosa? ¿Cómo clasificar a quien se informa por las noticias que tuitea *Reforma* y que al momento de abrir los links conducen a su sitio web? Y una última consideración: mucha de la información noticiosa que se tuitea y se sube a Facebook proviene de las mismas agencias o portales noticiosos que las de los medios tradicionales. Segundo, creemos que la cuestión aquí no es tanto de qué plataforma se está informando, sino de las posibilidades que permite cada una y el perfil del individuo que la usa. En el caso tanto de internet como de las redes sociales, la clave está entonces en la interactividad y los intercambios que permiten en relación con sus contenidos. Abundaremos sobre este aspecto más adelante. Ahora bien, respecto a la encuesta hay dos aspectos notables.

El consumo informativo por redes sociales incrementa las posibilidades de conversación en proporción muy semejante a internet. Sin embargo, también disminuye el sentimiento de eficacia externa. Este resultado no es tan sorprendente como podría parecer a primera vista si se considera, por un lado, que la pregunta es “si se cree que los políticos no se preocupan mucho de la gente como yo” y, por el otro, que hay una relación negativa —aunque su significancia estadística es baja— en relación con

la confianza. En su conjunto de lo que hablan estos resultados es de un grado de confianza baja sobre la vida pública, lo que de nuevo es congruente con los resultados de internet y de los experimentos.

En términos de las dimensiones de la cultura cívica, los datos muestran elementos para suponer los trazos de un perfil específico del internauta en términos de la definición de audiencias proactivas (Guerrero y Luengas, 2012). En este sentido, el hallazgo más notable de los datos de las encuestas es el perfil contrastante entre el televidente y el internauta. Si bien existe mucha literatura que echa por tierra el estereotipo del televidente como espectador pasivo (Livingstone y Lunt, 1993; Livingstone, 2005; Morley, 1992), la forma de transmisión e incluso la menor diversidad de contenidos disponibles hoy día para el televidente promedio en comparación con internet, hacen de la TV una plataforma (todavía hoy para la mayoría) unidireccional y sin posibilidades de interactividad sobre el mismo medio. Si a ello se agregan las críticas sobre la forma en que la concentración mediática y los intereses corporativos definen los contenidos televisivos en México (Trejo, 2010; Guerrero, 2010), lo que se tiene es un medio con menor pluralidad que internet. Los estudios de teleaudiencias con base en la teoría del cultivo han insistido en que la TV contribuye en el mediano y largo plazos a la construcción social de la realidad, a reforzar ciertos discursos y valores sobre otros, y a definir ciertos temas desde ángulos particulares (Gerbner *et al.*, 1986). Si se aceptan estas características del medio y sus audiencias, comparado con el internauta, el televidente se encuentra más apegado al *establishment*. En general, se puede ver que el primero tiene mayores grados de confianza, una creencia más fuerte en la democracia mexicana, habla más en el espacio familiar y se siente menos eficaz políticamente. Mientras que el segundo considera que la política es menos complicada (más conocimiento en términos amplios), se siente más eficaz políticamente, lleva su consumo individual al espacio de conversación familiar y participa más en términos electorales, a pesar de tener menor confianza.

El experimento

Como se ha dicho, se presenta aquí una síntesis de los resultados sobre el uso de internet y de las redes en relación con tres ámbitos que forman parte de las dimensiones de cultura cívica: *conocimiento, confianza y*

participación, aunque también hay elementos que refieren a la eficacia interna (*identidad*). Dadas las preguntas de filtro utilizadas, el total de los participantes del estudio pertenece a redes sociales y usa internet como su principal fuente de información, en detrimento de la televisión, los periódicos impresos y la radio. Los participantes están registrados en varias redes de las que son usuarios diarios: Twitter (36%), Facebook, Hi5, MySpace y Metroflog (87%), y Messenger (18%).⁷ A continuación se agrupan los resultados por *conocimiento*, *confianza* y *participación*.

Conocimiento

En el primer cuestionario para *conocimiento* se utilizaron dos preguntas de la Encup 2008: una que tiene que ver con el grado de interés —dado que varios estudios muestran una fuerte correlación entre interés y conocimiento (Norris, 2000; Rojas, 2006)— y la otra con qué tan compleja considera la política, cuya respuesta implica mayor sofisticación que el simple nombramiento de personajes (tablas 4 y 5).

Lo interesante aquí es que tanto en la conversación como en el segundo cuestionario, los participantes resultaban interesados en aspectos relativos a la trayectoria de los candidatos, a la imagen que ellos tenían de los partidos y a las posibilidades de conducir al país en caso de triunfo. Asimismo, la política no la percibían como algo difícil de entender, pero sí atribuían a los políticos y partidos la intención expresa de no ser claros en su discurso, de modificar sus compromisos y acuerdos públicos con base en las circunstancias y de no cumplir necesariamente las promesas o los programas de política expresados. Como ejemplos citaban los cambios de partido de ciertos políticos (varios citaron el caso del apoyo de Fox a Enrique Peña Nieto). Este conocimiento más sofisticado es congruente con los resultados encontrados en la encuesta sobre la dimensión *conocimiento*.

⁷ Un aspecto interesante al respecto es que existe una clara correlación entre la pertenencia a una red social y el nivel de ingresos. Facebook es la red preferida de los sectores de mayor poder adquisitivo, quienes sólo tienen cuenta en esta red, además de Twitter. Los segmentos de menor poder adquisitivo, aunque también llegan a tener Facebook, también tienen cuentas en páginas como Tagged, Metroflog y MySpace. Estos sitios muestran una tendencia decreciente de crecimiento en comparación a Facebook, además de estar más enfocados a aplicaciones de esparcimiento (fotografías, música), antes que a servicios informativos.

Tabla 4. Usted diría que es una persona que se interesa:
¿mucho, algo, poco o nada en la política?

1-3 Sal. Mín. (29)		Rango de ingreso familiar mensual			
		3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)	
Usted diría que es una persona que se interesa: ¿mucho, algo, poco o nada en la política?	Mucho	6.9%	6.2%	19.3%	21.9%
	Algo	34.4%	33.3%	38.4%	36.5%
	Poco	48.2%	41.6%	30.7%	29.2%
	Nada	10.3%	18.7%	11.5%	12.1%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

Tabla 5. En general, ¿qué tan complicada es para usted la política?

1-3 Sal. Mín. (29)		Rango de ingreso familiar mensual			
		3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)	
En general, ¿qué tan complicada es para usted la política?	Muy complicada	3.4%	2.0%	7.6%	4.8%
	Algo	37.9%	47.9%	32.6%	26.8%
	Poco	44.8%	41.6%	44.2%	48.7%
	Nada complicada	13.7%	8.3%	15.3%	19.5%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

Los participantes mostraron los sitios principales de donde se informaban sobre política y en la mayoría de los casos se trataba de sistemas de alertas de noticias, de direcciones de Twitter de medios tradicionales (*Reforma, La Jornada, El Universal*), o de portales informativos como *Animal Político* o *Sexenio*. Hubo quienes mostraron blogs especializados, de periodistas o columnistas, a quienes en ocasiones también seguían por Twitter. Lo importante a destacar aquí es que 74.7% de los participantes (127 individuos) había intercambiado con los columnistas o periodistas en redes o había comentado notas en los espacios de los blogs, mientras que 81.7% (139 individuos) había reenviado artículos, notas, tweets con reenvío de información o comentado esta misma entre sus conocidos en las redes sociales.

Confianza política

Las respuestas recabadas muestran una gran desconfianza respecto a la política y sus representantes. Tomando como base una pregunta de la Encup 2008 (p. 37), se inquirió a los participantes: Para qué se aplican las leyes en México: ¿para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos? Nueve de cada 10 encuestados opina que es para beneficiar a unos cuantos. Esta afirmación se comparte de forma independiente al ingreso, incluso por los sectores de altos ingresos, aquellos más beneficiados del *statu quo* (87.8%). De hecho, la mayoría de estos últimos participantes refiere durante el segundo cuestionario a la desigualdad y a la concentración de la riqueza al abundar sobre este aspecto (Tabla 6).

Asimismo, se preguntó sobre qué tanta confianza le inspiran los partidos, el Congreso y la política. Del conjunto de encuestados, 72.9% muestra “poca” o “nada” de confianza frente a la política. Este resultado es notable, pues en las democracias se ha visto que si bien los grados de confianza en los actores políticos pueden ser bajos, no lo son necesariamente cuando se habla “de la política” o “de las instituciones” (Dalton, 2002). En el segundo cuestionario, 71.4 % dijo tener “poca” confianza en la política como un espacio de negociación y búsqueda de acuerdos para resolver problemas. Los partidos políticos son los peor evaluados, pues 88.8% de los encuestados manifestó tener “poca” o “nada” de confianza en ellos. Las razones están en la

falta de cumplimiento de promesas, la falta de acuerdos y corrupción. Lo mismo ocurre con el Congreso, que alcanza 77% de desconfianza. También las razones están en la corrupción, la búsqueda de intereses propios y de grupo (Tabla 7).

Tabla 6. En su opinión ¿las leyes se aplican para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos? Rango de ingreso familiar mensual

1-3 Sal. Mín. (29)		Rango de ingreso familiar mensual			
		3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)	
En su opinión, ¿las leyes se aplican para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos?	beneficio de todos	17.2%	10.4%	1.9%	7.3%
	sólo de unos cuantos	82.7%	89.5%	94.2%	87.8%
	No sabe/ No contesta	—	—	3.8%	4.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

Tabla 7. Grado de confianza en la política, los partidos y el Congreso

		Política	Partidos	Congreso
En general, ¿qué tanta confianza tiene en...?	Mucha	3.5%	—	1.2%
	Algo	23.5%	11.2%	21.8%
	Poca	54.1%	48.2%	48.2%
	Nada	18.8%	40.6%	28.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

Algunos participantes mostraron sitios de internet que contenían material de propaganda negativa con tonos insultantes contra partidos y candidatos como ejemplo de una guerra sucia. Otros presentaron ejemplos de notas en donde los partidos se acusan mutuamente de usar “trolls” en las redes sociales para atacar a sus candidatos. Otros presentaron supuestos ejemplos de cuentas falsas y páginas apócrifas de candidatos y partidos. Estas observaciones coinciden con el reporte del Observatorio Electoral de Redes (Omcim), que manifiesta que el mayor número de contenidos durante el proceso electoral 2012 fue de guerra sucia, propaganda negativa e incluso de discurso de odio (Omcim, 2012). Para los participantes, todos estos casos ejemplifican los argumentos sobre la falta de confianza. Estos resultados son nuevamente congruentes con los hallados en la encuesta de 2012 en donde internet tiene una relación estadísticamente significativa con la baja confianza. En 2006, también hay relación negativa. Incluso cobra sentido en la encuesta la disminución del sentimiento de eficacia externa (en redes sociales la relación es estadísticamente significativa y en internet sólo negativa) controlada mediante pregunta sobre “si los políticos no se preocupan mucho de los que piensan como yo”.

Participación

Un hallazgo importante que coincide con los resultados de la encuesta es que pese a la desconfianza, la mayoría de los encuestados son activos participantes de la política en términos de voto y de conversación. Para empezar, 63.5% reconoció haber votado en la elección federal anterior (2009), mientras que 36.5% no lo hizo (de este porcentaje, casi 9 de cada 10 no tenía entonces la edad). Para 2012, 61.2% adelantó que sí votaría, mientras que 22.4% optó por la opción de acudir a anular el voto (Tabla 8). Esto implica que 83.6% de los participantes sí pensaban acudir a la casilla, independientemente de la baja confianza. Este hallazgo coincide de nuevo con el “votante desencantado” —el individuo que, a pesar del alto grado de desconfianza frente a la política y sus actores, al final vota (Hughes y Guerrero, 2009). Sin embargo, una vez pasada la jornada electoral, sólo 46.4% (79 personas) se contactaron para informar sobre si votaron o no. De ellos, 52 participantes sí votaron, 9 anulaban su voto y 18 no votaron por diferentes razones.

Tabla 8. ¿Piensas votar en esta elección?

Sí	61.2%
No. Ni siquiera pienso acudir	11.2%
Acudiré a la casilla, pero anularé mi voto	22.4%
NS/NC	5.3%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

En cuanto a la conversación hay que recordar que los resultados de la encuesta, tanto en 2006 como en 2012, presentan correlaciones estadísticamente significativas y positivas entre internet y la probabilidad de conversar sobre las campañas. En el experimento, los resultados del primer cuestionario muestran que es en el espacio de trabajo donde el mayor porcentaje de los participantes intercambia información. No sorprende que sea así. En cambio, es interesante ver que en los ámbitos privados, en general, se intercambia menos información sobre política (Tabla 9). Algunas de las razones que ofrecen tienen que ver con “no discutir”, “mantener la política fuera de la casa”, “tener otros temas”, “respetar las diferencias” (sobre todo con relación a las opiniones de miembros de mayor edad).

Sin embargo, a la hora de comentar las preguntas en el segundo cuestionario, 57% de los participantes (97 personas) indicaron que comentaban los *spots* y la propaganda al momento de ver la televisión con sus familias o sus parejas (éste es el caso de los *spots* del Partido Verde en las salas cionematográficas). Asimismo, solían enviar a sus familiares, amigos y parejas noticias o *links* con videos (generalmente de burla o ataque contra algún candidato). Y aceptaban que, durante el proceso electoral, el tema de las elecciones salía con mucha frecuencia en las reuniones familiares. Por tanto, estas prácticas de conversación privadas tienen en realidad mucho de público en términos de los contenidos y plataformas de transmisión, pero curiosamente los propios actores no son necesariamente conscientes de ello ante preguntas cerradas.

Tabla 9. ¿Con quién conversas más sobre política?

Familia	14.1%
Amigos	19.4%
Pareja	12.9%
Compañeros del trabajo	30.5%
Compañeros escuela/profesores	22.9%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los 170 participantes del proyecto “Internet e involucramiento político. Experimento en la Ciudad de México”.

Consideraciones finales

En este capítulo se han presentado datos que, con base en los resultados de las encuestas CNEP México 2006 y 2012, y el proyecto “Internet y participación política. Experimento en la Ciudad de México”, ofrecen evidencia de la conformación de un perfil particular del internauta a partir de sus formas de involucramiento con la arena política. Internet y las redes sociales son plataformas que permiten y facilitan los intercambios y la interacción, pero son sólo posibilidades que cobran relevancia a partir de las apropiaciones y usos que de ellas hacen los usuarios. Ya desde inicio de los ochenta, De Sola Pool (1983) desarrolló el concepto de *determinismo tecnológico blando* (*Soft technological determinism*) para referirse a la forma en que el desarrollo tecnológico interactúa con otros factores para poder incidir en los usuarios. Por tanto, el impacto de la tecnología no es ni unidireccional ni inmediato (De Sola Pool, 1983: 5). Esto se funda en una premisa un tanto obvia: la difusión de los instrumentos de comunicación a distancia favorece los intercambios informativos y de contenidos y, por el contrario, su concentración, monopolización y escasez actúan contra esta libertad. Esto es crucial aquí, pues lo que se enfatiza no es la tecnología en sí, sino su adecuada difusión, uso y apropiación, lo que al combinarse con otros factores, ayuda a explicar que puedan tener un mejor empleo en el espacio público a favor de una sociedad más participativa y abierta. Por consiguiente,

se rechaza de forma contundente la idea del *determinismo tecnológico* donde la mera disponibilidad de la tecnología conduce *casi por necesidad* a sus usos inteligentes.

Es aquí en donde entran los internautas. Con base en las dimensiones que propone Dahlgren (2009) para conceptualizar la cultura cívica, los resultados de las encuestas de 2006 y 2012 muestran que internet favorece el conocimiento, las prácticas participativas —conversa más, vota más—, la identidad (sobre todo la eficacia política interna), tiene cierta preferencia por los valores democráticos y, al ser mucho más crítico, tiene menores grados de confianza política. Este perfil particular resulta más claro al contrastarlo con el del televidente que, en términos generales, es más apegado al *establishment*: confía más, tiene una creencia más fuerte en la democracia mexicana, habla más en espacio familiar, pero se siente menos eficaz políticamente.

Ahora bien, estos hallazgos se refuerzan con los resultados del proyecto experimental, donde se evidencian grados importantes de conocimiento e interés por los asuntos públicos y donde, a pesar de la desconfianza hacia la política y sus actores, los internautas participan: votan y conversan sobre política. Resulta aquí interesante que si bien a pregunta expresa los espacios de conversación sobre política se hallan en los ámbitos laborales y educativos, a la hora de reconstruir sus experiencias cotidianas emerge una serie de prácticas de conversación sobre el tema cuyo anclaje está en los ámbitos privados —familia, amigos, pareja— y de los cuales, a pesar de la frecuencia con la que aparecen referidos, los propios actores no son necesariamente conscientes, sobre todo ante preguntas cerradas. Hay evidencia entonces para suponer que estamos ante un nuevo tipo de individuo multimediático —al menos en su vanguardia urbana y cosmopolita— para quienes internet y las redes no sólo son plataformas para descargar y compartir contenidos, enviar mensajes, establecer relaciones, sino que conforman espacios centrales del entorno en el que viven e interactúan con el mundo. Se trata de audiencias proactivas (o *prodientes*, Guerrero y Luengas, 2012). Es verdad que la evidencia es aún pequeña en términos cuantitativos, pero quizá tenemos que cambiar el enfoque de la mirada. Ver las nuevas formas en que internet y las redes están generando vinculaciones, interacciones, relaciones para un número de individuos —aún pequeño, pero creciente—, que vive y experimenta gran parte de su realidad cotidiana a

través de ellas. Y entender lo que hoy vemos como “efectos pequeños” de internet y las redes sobre los modelos tradicionales de participación desde otro ángulo: como la evidencia incipiente de nuevas formas de entender, acercarse, apropiarse y actuar en lo público.

CAPÍTULO IX

Exposición a medios de comunicación y participación electoral

Benjamín Temkin
Georgina Flores-Ivich

Introducción

La participación electoral de los ciudadanos es un componente esencial de la democracia y es la vía más común por la que los ciudadanos se involucran en los procesos políticos. Numerosos estudios han intentado identificar y medir los determinantes de la participación electoral; algunos aportan evidencia dirigida a demostrar que las variables sociodemográficas explican gran parte de este fenómeno (Converse, 1964; Eysenck, 1964; Glamsner, 1974; Butler y Stokes, 1974; Nie, Verba y Petrocick, 1976; Riemann, Grubich, Hempel, Mergl y Richter, 1993; Hayes, 1995; Carman, 2006, 2007), mientras que otros atribuyen una importancia preponderante a los determinantes psicológicos (Campbell *et al.*, 1960; Craig, Niemi y Silver, 1990; Carmines, 1992; Cohen, Vigoda y Samorly, 2001). Sin embargo, en las últimas décadas se ha adjudicado un papel crucial a la influencia de los medios de comunicación sobre el comportamiento político-electoral de los individuos, y particularmente sobre sus niveles de participación electoral (Aarts y Semetko, 2003; De Vreese y Boomgaarden, 2006). Más recientemente, los cambios en las tecnologías de la comunicación y la explosión de las redes sociales

han cobrado especial relevancia y despiertan inusitado interés entre los investigadores de la relación entre las fuentes mediáticas y la opinión pública (Norris 2001, 2002; Sunstein, 2003; Anduiza, Cantijoch y Gallego, 2009).

La presente investigación intenta contribuir al esclarecimiento del debate que hace referencia a la influencia de los medios de comunicación en la participación política y analizar específicamente cuál es el impacto de los medios de comunicación (televisión, radio, periódicos e internet) en la participación electoral. El trabajo se encuentra organizado así: en primer lugar, se presentan los estudios más relevantes que han vinculado los medios y la participación político-electoral. Posteriormente, se presenta un análisis descriptivo de las variables de interés consideradas en este estudio y, finalmente, se muestran los resultados de la estimación de un modelo logístico para identificar los determinantes de la participación electoral.

Tradicionalmente, la televisión ha sido señalada como el medio de comunicación más utilizado. En América Latina casi nueve de cada 10 hogares cuentan con televisión.¹ En México el panorama no es distinto. Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en 2005, 93% de los hogares mexicanos contaban con televisor. Esta tendencia ha ido en aumento, siendo 95% de los hogares los que contaban con televisión hasta 2012 (Tabla 1). Por otro lado, si se comparan estas cifras con las relativas al acceso a otros medios de comunicación como la radio e internet, se observa que el nivel de acceso a la televisión y a la radio ha permanecido relativamente estable, mientras que el uso del internet ha ido en aumento. Sin embargo, el acceso a la televisión en México sigue siendo mucho mayor comparado con todos los otros medios de comunicación.

Mucho se ha discutido acerca del papel que juega la televisión como formadora de opiniones y modeladora de conductas sociales en los individuos. Sin embargo, un común denominador en los estudios acerca de este medio es que mientras el acceso al mismo es alto y el número de horas promedio que el sujeto emplea en ver televisión es mayor al destinado a otras actividades, la confianza que el ciudadano deposita en la televisión no es universal (Westley y Severin, 1964; Rimmer y Wearer, 1987).

¹ Base de datos de la UIT sobre Indicadores Mundiales de las Telecomunicaciones/TIC.

Tabla 1. Porcentaje de hogares mexicanos que cuentan con televisión, acceso a internet y radio

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
% hogares con televisión	92%	93%	93%	93%	93%	95%	95%	95%	95%
% hogares con acceso a internet	9%	9%	10%	12%	14%	18%	22%	23%	26%
% hogares que tienen receptor de radio	nd	89%	88%	89%	87%	83%	nd	nd	nd

Fuente: CEPAL.

Según datos del Latinobarómetro para México en el periodo comprendido entre 2008 y 2010, la televisión es la fuente de información que los ciudadanos utilizan con mayor frecuencia para informarse de política (porcentajes arriba de 80% durante los tres años), seguido de la radio, los diarios y la familia. Sin embargo, los estudios más recientes sugieren que muchas personas se muestran escépticas respecto a las noticias que se transmiten por televisión y, en contraste, manifiestan una alta credibilidad y confianza hacia las noticias provenientes de otros medios como periódicos y fuentes en línea (Johnson y Kaye, 1998, 2002; Kioussis, 2001; Mackay y Lowrey, 2007; Kim y Johnson, 2009; Kioussis, Kim y McDevitt, 2009; Mackay y Lowrey, 2011).

Medios de comunicación y participación política

Mientras que una larga tradición de investigación documenta los determinantes sociodemográficos y psicológicos de la participación político-electoral (Campbell *et al.*, 1960; Converse, 1964; Eysenck, 1964; Glamser, 1974; Butler y Stokes, 1974; Nie, Verba y Petrocick, 1976; Riemann, Grubich, Hempel, Mergl y Richter, 1993; Hayes, 1995; Carman, 2006 y 2007), también existe literatura abundante que enfatiza la importancia que tienen los medios de comunicación masiva sobre el comportamiento político y electoral de los individuos.

Los estudios que vinculan los medios de comunicación con la política surgen a partir de la década de 1970, cuando se empieza a investigar su poder para determinar la agenda de las campañas políticas y para posicionar temas en la agenda pública (McCombs, 1972). Sin embargo, los hallazgos de los estudios no resultaron concluyentes y aunque en algunos casos los medios parecen tener un fuerte impacto en las decisiones políticas, en otros casos tienen muy poco o nulo impacto (Green-Pedersen y Stubager, 2010).

En lo que concierne a la influencia de los medios sobre las actitudes y el comportamiento político de los ciudadanos, existen dos perspectivas contrastantes en la literatura. Por un lado, están aquellos investigadores que destacan el poder informativo y movilizador de los medios (Neuman, 1992; Norris, 2000; Dalton, 2002) y, por el otro, quienes consideran que los contenidos difundidos por los medios contribuyen al cinismo político, a la ineficacia política y al desinterés de los ciudada-

nos por los asuntos públicos (Robinson, 1976; Crotty y Jacobson, 1980; Graber, 1989; Cappella y Jamieson, 1997; Schultz, 1998; Kerbel, 1995; Putnam, 2000; Newton, 2006; Gross y Brewer, 2004; Guggenheim, Kwak y Campell, 2011).

Frecuentemente, los medios han sido vistos como factores que incrementan la participación social y política (De Vreese y Boomgaarden, 2006; Eveland y Scheufele, 2000), como fuente de conocimiento político (Carpini y Keeter, 1996); como catalizadores de la toma de decisiones políticas (Prinkleton y Weintrab, 2001), y como un recurso que favorece, enriquece y hace más atractiva la discusión política entre los ciudadanos (Mutz, 2002; Mutz y Martin, 2001). Además, la literatura relacionada con la “agenda setting” ha mostrado que los votantes utilizan los medios para obtener información y determinar qué asuntos políticos son importantes y tomar decisiones en las urnas (McCombs y Shaw, 1972; Iyengar y Kinder, 1987).

Diversos investigadores han concluido que los medios influyen significativamente en las motivaciones de los individuos para participar en asuntos públicos. En esta línea, un estudio realizado por De Vreese y Boomgaarden (2006) enfatiza el papel positivo de los medios de comunicación en la participación política, específicamente en el voto. Estos autores sostienen que la exposición a los medios de noticias con contenido político aumenta el conocimiento de los ciudadanos y, con ello, la probabilidad de que salgan a votar.

Asimismo, un estudio realizado por McLeod, Scheufele y Moy (1999) muestra que leer periódicos y consumir noticias televisivas tiene un impacto positivo en la participación política institucional. Por otro lado, la investigación en comunicación política ha demostrado que el consumo de medios de comunicación y la discusión política interpersonal (fomentada en gran medida por los medios) juegan un papel importante en la participación política (McLeod *et al.*, 1996; Shah, McLeod y Yoon, 2001).

Finalmente, Tolbert y Mcneal (2003) encontraron que los sujetos con acceso a portales de noticias en línea son más propensos a votar que quienes no tienen acceso y que internet puede mejorar la información sobre los candidatos y las elecciones, y a su vez estimular la participación.

En contraste con la evaluación positiva respecto al papel motivador y movilizador de los medios de comunicación en la promoción de

la participación política, diversos investigadores llegan a conclusiones diferentes. Por ejemplo, en sus estudios sobre capital social, Putnam (2000) plantea que la televisión contribuye a la indiferencia respecto a los asuntos públicos y argumenta que el aumento en el consumo de la televisión está relacionado con el aumento de los niveles de desconfianza y alienación en Estados Unidos.

Este autor utiliza el término “privatización de las personas” para explicar los efectos que la televisión genera en la convivencia social. Por otra parte, Gross y Brewer (2004) analizaron las coberturas mediáticas durante un año determinado y concluyeron que los sujetos expuestos a mayor contenido televisivo mostraron una disminución en la confianza social, sucediendo lo contrario con la exposición a noticias provenientes de periódicos. Estos hallazgos concuerdan con los obtenidos por Robinson (1976), quien afirma que, entre los efectos negativos de los medios masivos de comunicación está la apatía y el cinismo, relacionados con el carácter interpretativo, negativo y antiinstitucional de la cobertura mediática.

En un análisis más matizado, Guggenheim, Kwak y Campbell (2011) analizan el efecto de los medios masivos de comunicación en el cinismo político y concluyen que esta asociación está en función de los contenidos. Así, aquellos individuos expuestos a noticias televisivas con contenido político satírico son más propensos a manifestar cinismo político y desconfianza.

Como puede observarse, aún existen muchos debates y desacuerdos en torno al carácter positivo o negativo de la relación entre participación política y la exposición a los medios de comunicación. En lo que sí existe acuerdo es en que los medios tienen el poder de influir sobre la agenda política y que constituyen una fuerza central en las democracias modernas. La influencia de los medios de comunicación en la política ha alcanzado una importancia creciente y en los últimos años ha aumentado el interés por conocer el efecto de los medios masivos de comunicación en las opiniones, actitudes y decisiones de los votantes. A lo anterior debe agregarse que con el surgimiento de internet, las formas en las que se transmite la información política a los votantes se han diversificado y se ha marcado un nuevo rumbo para las campañas y las elecciones (Bimber, 2001; Gibson, 2002; Mossberger, Tolbert y Stansbury, 2003; Norris, 2001; Shah, Kwak y Holbert 2001).

Metodología y resultados

En este trabajo nos interesa contribuir a esclarecer la relación entre la exposición de los electores a la información política en los diversos medios de comunicación y la participación electoral.

En la sección 1 se presentan resultados descriptivos de las encuestas del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés) para el 2006 y 2012, referentes a los niveles de exposición del público a la información político-electoral a través de los diversos medios de comunicación. En la sección 2 se presentan los resultados de un análisis de regresión logística, con el fin de estimar el impacto de las variables de exposición a medios en la participación política, controlado por distintas variables sociodemográficas y políticas. Finalmente se realizó el cálculo de los efectos marginales de las variables utilizadas en los modelos para estimar el cambio en la probabilidad de votar cuando cada una de las variables consideradas en el modelo pasa del valor mínimo al valor máximo. En lo que sigue nos referiremos, en ocasiones, a la exposición a los contenidos políticos en los medios simplemente como *exposición a los medios*.

Sección 1. La exposición a las noticias político-electorales en los medios de comunicación en México

En esta sección utilizamos y comparamos los datos obtenidos en las encuestas poselectorales realizadas en 2006 y 2012 para describir los cambios en los niveles de exposición a los distintos medios de comunicación por parte de los electores potenciales.² Específicamente, analizamos las preguntas relacionadas con exposición a periódicos, televisión, radio, internet y redes sociales (pregunta sólo disponible para 2012).³

² Los datos de 2006 se obtuvieron de la Encuesta Transversal, Cuestionario poselectoral (fecha de realización: inicia 19 de julio) del Proyecto de Elecciones Nacionales Comparadas-CNEP III-México 2006. Asimismo, para los datos de 2012 se utilizó la Encuesta Nacional México 2012- CNEP del Proyecto de Elecciones Nacionales Comparadas. Cuestionario poselectoral (fecha de realización: inicio 14 de julio).

³ Para los dos años se recodificaron estas variables en una escala de 0 a 4, donde 0 = nunca; 1 = con menor frecuencia; 2 = 1 o 2 días por semana; 3 = 3 o 4 días por semana; 4 = todos los días o casi todos los días.

Todas estas preguntas están construidas en una escala de 0 a 4, donde el valor máximo refleja mayor exposición.

El primer resultado que llama la atención es el relativamente bajo nivel de exposición (con excepción de la televisión) a los medios, que reportan los entrevistados. Las siguientes tablas reflejan claramente ese diagnóstico.

Tabla 2. Estadística descriptiva de las variables de exposición a medios (2006)

<i>Exposición a medios</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
Periódicos	2090	1.258	1.537	0	4
Televisión	2099	3.119	1.259	0	4
Radio	2092	1.228	1.594	0	4
Internet	2080	0.236	0.790	0	4

Fuente: Elaboración propia con datos de CNEP 2006 y 2012.

Tabla 3. Estadística descriptiva de las variables de exposición a medios (2012)

<i>Exposición a medios</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>
Periódicos	1595	1.542	1.587	0	4
Televisión	1595	3.211	1.253	0	4
Radio	1589	1.469	1.668	0	4
Internet	1572	0.712	1.359	0	4
Redes sociales	1528	0.640	1.324	0	4

Fuente: Elaboración propia con datos de CNEP 2006 y 2012.

Como se observa en las tablas 2 y 3, para 2006 la media de exposición a periódicos y radio es de 1.258 y 1.228, respectivamente. En cambio, la exposición a televisión es de 3.119 y a internet de 0.236. En 2012 los resultados no son muy diferentes. En este año, la media de exposición a periódicos y radio es de 1.542 y 1.469, respectivamente, mientras que la media de exposición a televisión es de 3.211. En el caso de internet se refleja un crecimiento de 0.236 a 0.712, de 2006 al 2012. Resulta interesante observar que actualmente internet es el medio al que menos recurren los votantes para obtener información política, aunque es precisamente internet el medio de información política que experimentó el crecimiento más importante entre 2006 y 2012. La exposición a los contenidos políticos en internet se triplicó entre las dos campañas electorales.

Sección 2. Variables asociadas a la participación electoral

Con el fin de identificar las variables asociadas a la participación electoral se estimó un modelo logístico para los datos de 2006 y 2012, con las siguientes variables independientes: exposición a televisión, exposición a periódicos, exposición a radio, exposición a internet, exposición a redes sociales (sólo para 2012), interés en la política, identificación partidista, escolaridad, ingreso, ingreso al cuadrado, tipo de localidad, logaritmo natural de la edad y sexo.⁴

Históricamente, dichas variables han sido ubicadas en la literatura como variables asociadas a la participación electoral.

Entre las variables de exposición a medios, la exposición a la televisión y a los periódicos resultó significativa en 2006. En 2012, la exposición tanto a televisión como a internet (durante todos los días o casi

⁴ Las variables de exposición a medios (televisión, periódicos, radio, internet y redes sociales), interés en la política, escolaridad e ingreso se trataron como variables continuas, donde mayores valores representan mayor exposición. Como se mencionó anteriormente, para los dos años se recodificaron estas variables en una escala de 0 a 4, donde 0 = nunca; 1 = con menor frecuencia; 2 = 1 o 2 días por semana; 3 = 3 o 4 días por semana; 4 = todos los días o casi todos los días. La variable de identificación partidista, sexo, localidad urbana, son variables *dummies*. Para la variable edad se utilizó el logaritmo natural de la edad. La variable sexo es una variable dummy donde 1 = hombre, 0 = mujer.

todos los días)⁵ fue significativa. Como puede observarse en las tablas 4 y 5, a medida que aumenta la exposición a estos medios de comunicación aumenta la participación electoral. La variable radio no resultó significativa para ninguno de los dos años analizados.

En el caso de las variables de control se observa que el interés en la política, la identificación partidista, la escolaridad, el pertenecer a una localidad urbana y la edad resultan ser variables significativas en este modelo de participación electoral para 2006. A medida que aumenta el interés en la política, la escolaridad y la edad, aumenta la participación electoral. Por otro lado, estar identificado con un partido político (sin importar cuál) y pertenecer a una localidad urbana aumentan también la participación electoral. En este modelo el porcentaje de predicción correcta de los casos es de 83.93.

En 2012 el interés en la política, las variables de ingreso (tanto ingreso como ingreso al cuadrado), la edad y el sexo son significativos. Pero, a diferencia con 2006, la identificación partidista no resulta significativa. En este modelo el sexo resulta una variable significativa, siendo las mujeres quienes votan más. Asimismo, a medida que aumenta la edad, aumenta la participación electoral, condición que se cumple también para el ingreso. En este año, la variable de localidad urbana no resulta ser significativa. Con este modelo el porcentaje de predicción correcta de los casos es de 87.65.

En las tablas 6 y 7 se muestra el cálculo de los efectos marginales de las variables utilizadas en los modelos para estimar el cambio en la probabilidad de votar cuando cada una de las variables consideradas en el modelo pasa del valor mínimo al valor máximo. Para 2006 los cálculos de la exposición a la televisión y a los periódicos resultaron significativos, además del interés en la política, la identificación partidista, la escolaridad, el tipo de localidad (urbana) y la edad. En este sentido, cuando la exposición a la televisión pasa de su valor mínimo al máximo, la probabilidad de votar aumenta en 9.2%. En el caso de los periódicos, la probabilidad de votar disminuye en 7%. De igual manera,

⁵ Para medir la exposición a internet en 2012 se utiliza una variable dummy con la categoría de exposición durante todos los días o casi todos los días, debido a que en distintas especificaciones del modelo se mostró que sólo esta categoría resulta relevante. Se probó la misma especificación en el modelo de 2006, donde ninguna categoría resultó significativa.

Tabla 4. Modelo de regresión logística.
Variables asociadas a la participación electoral, 2006

	<i>Coficiente</i>	<i>Error estándar</i>
Exposición a televisión	0.1703**	0.0547
Exposición a periódicos	-0.156***	0.054
Exposición a radio	-0.027	0.047
Exposición a internet	0.100	0.110
Interés en la política	0.507***	0.087
Identificación partidista	0.645***	0.159
Escolaridad	0.142***	0.042
Ingreso	0.067	0.100
Ingreso al cuadrado	-0.005	0.009
Localidad urbana	-0.448**	0.179
Edad (log nat)	1.001***	0.199
Sexo (hombres)	-0.076	0.140
Constante	-3.498***	0.809
N=1749		
Porcentaje de predicción correcta: 83.93		
Pseudo R ² : 0.0879		

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1.

Tabla 5. Modelo de regresión logística.
Variables asociadas a la participación electoral, 2012

	<i>Coefficiente</i>	<i>Error estándar</i>
Exposición a televisión	0.133**	0.065
Exposición a periódicos	-0.047	0.062
Exposición a radio	0.001	0.054
Exposición a redes sociales	-0.069	0.099
Exposición a internet: todos los días o casi todos los días	1.279***	0.474
Interés en la política	0.386***	0.099
Identificación partidista	0.253	0.216
Escolaridad	0.032	0.054
Ingreso	0.372**	0.148
Ingreso al cuadrado	-0.035**	0.016
Localidad urbana	-0.283	0.192
Edad (log nat)	1.066***	0.242
Sexo (hombres)	-3.169***	0.991
Constante	-3.169***	0.991
N=1417		
Porcentaje de predicción correcta: 87.65		
Pseudo R ² : 0.076		

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1.

Tabla 6. Efectos marginales. Variables asociadas al voto, 2006

	<i>Media</i>	<i>Error estándar</i>
Exposición a la televisión	0.092*	0.033
Exposición a los periódicos	-0.077*	0.029
Exposición a la radio	-0.012	0.022
Exposición a internet	0.033	0.040
Interés en la política	0.179*	0.031
Identificación partidista	0.069*	0.017
Escolaridad	0.127*	0.037
Ingreso	0.026	0.039
Localidad tipo urbano	-0.047*	0.018
Edad (log nat)	0.181*	0.034
Sexo	-0.009	0.016

* $p < 0.05$.

Tabla 7. Efectos marginales. Variables asociadas al voto, 2012

	<i>Media</i>	<i>Error estándar</i>
Exposición a la televisión	0.056*	0.031
Exposición a los periódicos	-0.018	0.024
Exposición a la radio	0.000	0.019
Redes sociales	-0.032	0.043
Exposición a internet (todos los días o casi todos los días)	0.077*	0.021
Interés en la política	0.108*	0.028
Identificación partidista	0.020	0.018
Escolaridad	0.024	0.041
Ingreso	-0.022	0.068
Localidad tipo urbano	-0.024	0.016
Edad (log nat)	0.160*	0.033
Sexo	-0.047*	0.016

* $p < 0.05$.

cuando el interés en la política y la identificación partidista pasan de su valor mínimo al máximo, la probabilidad de votar aumenta en 18 y 7%, respectivamente. Con la escolaridad, la probabilidad de votar aumenta en 13% y con la edad aumenta 18%. Cuando la localidad es urbana la probabilidad de votar disminuye en 5%.

En 2012, la probabilidad de votar aumenta en 6% cuando la exposición a la televisión pasa de su valor mínimo al máximo. Mientras que en el caso de internet aumenta en 8%. Con el interés en la política y la edad aumenta en 11 y 16%, respectivamente. Con la variable sexo, el ser hombre disminuye la probabilidad de votar en 5%.

Discusión de los hallazgos

El objetivo de este trabajo fue analizar las variables asociadas a la participación electoral y evaluar si existe, en el caso del electorado en México, una relación entre los niveles de exposición a medios y la participación político-electoral expresada a través del voto.

Nuestros resultados sugieren que el sexo, el interés en la política, el ingreso, la escolaridad, la edad, el tipo de localidad y la identificación partidista son importantes predictores de la participación político-electoral. Estos resultados son consistentes con la amplia literatura que ha aportado evidencia para establecer los determinantes del voto.

En cuanto al impacto sobre la participación electoral de los medios masivos de comunicación, la televisión y los periódicos resultaron significativos en 2006, mientras que en 2012 fueron significativos la televisión y el internet. Los resultados de este estudio confirman que en México la televisión es el medio más utilizado por la población para informarse acerca de asuntos políticos. Los ciudadanos utilizan la televisión como principal fuente de información acerca de lo que pasa en el país y la exposición a este medio muestra una significativa asociación con la participación electoral.

Por otro lado, con el surgimiento de internet se han establecido nuevos mecanismos de información y difusión. Como era de esperarse, se encontró que el uso de internet aumentó significativamente de 2006 a 2012 y, de hecho, los resultados del modelo de regresión muestran que la exposición al contenido político en internet tiene un impacto mayor que el de la televisión sobre el nivel de participación electoral para 2012.

Como se señaló anteriormente, la literatura que ha indagado acerca de la relación entre los medios masivos de comunicación y la participación político-electoral reporta hallazgos importantes que refieren a la influencia que tienen los medios sobre los individuos y evalúan su capacidad para moldear actitudes y preferencias. Esta literatura se divide en dos vertientes importantes y contrastantes: por un lado, aquella que destaca el poder informativo y hasta movilizador de los medios y, por el otro, la que aporta evidencia para sugerir que los medios contribuyen al cinismo político y al desinterés de los ciudadanos. Ninguna de estas vertientes ha generado resultados que puedan considerarse definitivos.

Esta ausencia de consenso puede deberse a que estudiar el impacto de los medios masivos de comunicación se vuelve complejo al incluir variables como la calidad de los contenidos, los procesos de socialización política, la intensidad de la comunicación política y el acceso diferencial, entre otras.

El presente estudio presenta evidencia empírica sobre el uso de los medios de comunicación para obtener información político-electoral en México. También, identifica la asociación de la exposición a los diferentes medios con la participación electoral subrayando la función tradicional de la televisión y el creciente papel de internet en ese contexto. Sin embargo, es importante enfatizar que, en lo que concierne a la participación electoral, existen factores más importantes y significativos que los medios, tales como el interés en la política y algunas variables sociodemográficas. En este sentido, este trabajo sugiere que el poder que en ocasiones se atribuye a los medios de comunicación en la determinación del comportamiento electoral de los ciudadanos, está sobrevalorado, por lo menos en lo que toca a los niveles de participación electoral.

CAPÍTULO X

Comportamiento político y migración

*Sergio C. Wals**

A Natalia y Carlos, mis probables migrantes

Hoy día se estima que más de 12 millones de mexicanos viven fuera de territorio nacional. La vasta mayoría de ellos ha encontrado un nuevo hogar, al menos temporalmente, en nuestro vecino país del norte, Estados Unidos de América. Por primera vez en la historia de México, este grupo de ciudadanos que reside más allá de nuestras fronteras ejerció su derecho a emitir su voto para presidente de la república durante las elecciones federales de 2006. Ante esta oportunidad de participación

* El autor quiere expresar su gratitud por el apoyo financiero provisto por el *University of Nebraska Research Council Layman Award* que hizo posible este estudio. Asimismo, un agradecimiento especial a Alejandro Moreno por permitir el acceso a la Encuesta de Valores en México 2003 y una encuesta nacional del diario *Reforma*, de noviembre de 2007. Damarys Canache, Jeff Mondak y Alejandro Moreno merecen crédito por sus contribuciones intelectuales durante el desarrollo de las escalas de personalidad diseñadas para México incorporadas en este estudio. Finalmente, un agradecimiento para Dona-Gene Mitchell y John Hibbing, cuyos comentarios enriquecieron la batería de preguntas del estudio piloto llevado a cabo en otoño de 2012 entre mexicanos viviendo en Estados Unidos; y para Matt Barreto y Gary Segura por su apoyo para la implementación de campo del estudio llevado a cabo por Latino Decisions.

política sin precedente, el Instituto Federal Electoral recibió 56 mil 295 solicitudes de registro (89.1% proveniente de Estados Unidos). La cifra correspondiente a los comicios federales de 2012 fue de 61 mil 869 solicitudes (75.1% proveniente de Estados Unidos). A pesar del incremento sustancial en el número de solicitudes recibidas en 2012 comparadas con las recibidas en 2006, la proporción de mexicanos que expresaron interés en participar en el proceso electoral con relación al espectro de potenciales votantes en el extranjero es definitivamente baja. Aún más baja si se considera que de las 61 mil 869 solicitudes recibidas, 59 mil 115 procedieron y que sólo se recibieron 40 mil 714 votos.

A primera vista parece lógico que aquellos individuos que deciden dejar su tierra natal para buscar un mejor nivel de vida y un nuevo hogar en un país distinto posean poco interés en los acontecimientos políticos de su país de origen. Para empezar, sabemos que los flujos migratorios masivos de mexicanos hacia Estados Unidos durante los últimos cincuenta años tienen como origen tanto motivaciones de reunificación familiar como motivaciones de naturaleza económica. Sin embargo, uno no puede descartar *a priori* que la decisión de estos individuos de condenarse a esta forma de autoexilio no tenga al mismo tiempo un componente político (e.g. Hirschman, 1981). De hecho es posible que, de manera simbólica, la jornada migratoria de estos individuos sea a la vez una procesión de desesperanza y desaprobación hacia el sistema político que dejan atrás. La encuesta del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales llevada a cabo en México durante julio de 2012 (CNEP México, 2012) nos ofrece un punto de partida que parece dar sustento a tal posibilidad. Sin duda alguna, las motivaciones económicas y de reunificación familiar son prevalentes como primera razón ofrecida por los mexicanos que considerarían emigrar hacia Estados Unidos en los próximos dos o tres años. Aproximadamente uno de cada tres (35.6%) mexicanos respondió que lo haría “para buscar trabajo” y uno de cada diez (10.7%) lo haría “para unirse a otros familiares”. Sin embargo, aproximadamente uno de cada cinco (18.6%) mexicanos expresaron motivaciones de naturaleza política como su razón primordial. De manera específica, uno de cada diez (9.8%) mexicanos menciona que consideraría emigrar a Estados Unidos “para escapar de la violencia en México”; siete de cada 100 (6.6%) porque “estoy cansado de la falta de democracia en este país”; y dos de cada 100 (2.2%) “para escapar de

problemas políticos”. Tras la simple lectura de estas cifras resulta difícil argumentar que el éxodo masivo de los mexicanos hacia el vecino país del norte carece de una dimensión política.

El objetivo principal de este capítulo es ofrecer una fotografía clara y completa del perfil político de los mexicanos que expresan interés en migrar hacia Estados Unidos en un futuro cercano. En especial, me interesa analizar si esta población de probables migrantes tiene creencias, actitudes, percepciones o comportamientos políticos sistemáticamente diferentes a los de aquellos mexicanos que no expresan interés alguno en cruzarse “al otro lado”. Para alcanzar dicho objetivo, el contenido de este capítulo está organizado en cinco secciones. La primera ofrece un breve recuento teórico de la literatura académica dedicada a entender los fundamentos económicos, demográficos, sociales y psicológicos de la intención migratoria. La segunda sección ofrece un modelo de regresión logística ordinal para demostrar que la probabilidad subjetiva de migración es una forma conceptualmente válida y metodológicamente confiable para medir dicha intención (también véase Canache *et al.*, 2013; Van Dalen y Henkens, 2008; Wals, 2009; Wals y Moreno, 2013). Utilizando la probabilidad subjetiva de migración como criterio de clasificación, la tercera sección ofrece una comparación sistemática del perfil político de los probables migrantes con respecto al del resto de la población mexicana. La cuarta sección delinea la distribución de predisposiciones ideológicas e identificaciones partidistas de los ciudadanos mexicanos que ya residen en Estados Unidos con respecto a la política mexicana. Hasta donde la disponibilidad de datos permite, la información es analizada en contraste con la de aquellos mexicanos que todavía residen en México en dos puntos distintos en el tiempo: las elecciones intermedias de 2003 y las elecciones presidenciales de 2012. La quinta y última sección ofrece un resumen de los resultados empíricos y una breve reflexión sobre las consecuencias más inmediatas y potencialmente adversas que la exportación constante de capital político puede generar para la vida democrática de México en el futuro cercano. Estudios recientes utilizan el término *equipaje político* (*political suitcases*) para denotar distintos componentes del capital político importado (i.e. ideología, partidismo, confianza política) de los migrantes mexicanos residiendo en Estados Unidos (Wals, 2009, 2011 y 2013). Siguiendo esta terminología, en este capítulo el concepto de *capital político* se refiere

al potencial individual de los ciudadanos, en términos de sus creencias, actitudes y comportamientos, para mantenerse involucrados en distintas etapas o actividades durante los procesos político-electorales.

Breve recuento teórico de los fundamentos de la intención migratoria individual

El interés académico por entender las causas del fenómeno migratorio de manera sistemática encuentra sus primeras raíces en los trabajos de Ravenstein (1885, 1889) hace más de un siglo. Importantes avances siguiendo esta línea de investigación extendieron nuestro conocimiento específico sobre las determinantes de la migración internacional (*e.g.* Tait, 1927; Fairchild, 1936). Desde esta perspectiva, el enfoque es predominantemente económico, pero se presta atención a la relación existente entre variables económicas y variables de naturaleza demográfica. La intención migratoria es conceptualizada en términos de utilidad individual y se espera que en naciones desaventajadas en materia económica, sean los individuos relativamente jóvenes, de género masculino y con niveles de educación relativamente altos, quienes tengan mayor probabilidad de emigrar (Graves y Linneman, 1979).

Factores sociológicos también tienen un peso importante en la intención migratoria. Por ejemplo, individuos con contactos cercanos, frecuentemente familiares, que viven en el extranjero tienen una probabilidad más alta de emigrar que aquellos individuos que carecen de dichos contactos (Heering *et al.*, 2004). La probabilidad de emigrar aumenta si el ingreso familiar de un individuo se beneficia con la recepción de remesas enviadas desde el extranjero (van Dalen *et al.*, 2005). Estas circunstancias generan el fenómeno conocido como “migración en cadena” (MacDonald y MacDonald, 1964) o modelo de “causalidad acumulativa” (Myrdal, 1957). De manera específica, de acuerdo al modelo de causalidad acumulativa, una vez iniciados, los flujos migratorios laborales se convierten en su principal determinante en el futuro próximo, aún después de que los incentivos económicos originales hayan dejado de existir (Massey, 1988, 1990). Es decir, las consideraciones de reunificación familiar y las redes sociales transnacionales que vinculan a las comunidades emisoras en el país de origen y las comunidades receptoras en el extranjero se convierten en una maquinaria prácticamen-

te imparabile capaz de perpetuar los flujos migratorios internacionales a pesar de cambios importantes en las condiciones económicas que generaron los flujos migratorios en primera instancia (Portes y Bach, 1985; Boyd, 1989; Fawcett, 1989; Tilly, 1990, 2007).

Esfuerzos de investigación académica en el campo de la psicología de la migración (Fawcett, 1986) también ofrecen perspectivas relevantes para entender la intención migratoria de manera sistemática. En particular, mi interés en esta área se enfoca en el vínculo entre dos de las cinco grandes dimensiones de la personalidad humana y la probabilidad de emigrar a otro país. Un estudio reciente, con datos de 22 países del continente americano, revela que tanto la “apertura a la experiencia” como la “extroversión” son factores que ayudan a entender la intención individual de emigrar y que los efectos de estas dos dimensiones de la personalidad son condicionales en los niveles de educación de los individuos (Canache *et al.*, 2013). Los efectos condicionales que encuentran estos autores pueden resumirse de la siguiente manera. En promedio, la probabilidad de emigrar es más alta entre aquellos individuos mejor educados y entre aquellos individuos con altos niveles de apertura a la experiencia y extroversión. Sin embargo, la apertura a la experiencia y la extroversión interactúan de manera distinta con los niveles de educación de los individuos. La apertura a la experiencia produce un efecto *complementario* mientras que la extroversión produce un efecto *compensatorio*. La apertura a la experiencia parece ser irrelevante entre los individuos con niveles de educación más bajos. Sin embargo, incrementa (complementa) la probabilidad de emigrar entre aquellos individuos con niveles relativamente más altos de educación. La extroversión, por el contrario, es irrelevante entre aquellos individuos con niveles relativamente altos de educación, pero incrementa (compensa) la probabilidad migratoria entre aquellos individuos con niveles educativos relativamente bajos.

Este breve recuento me ayuda a dar un marco teórico a la construcción del modelo de probabilidad subjetiva de migración hacia Estados Unidos introducido en la siguiente sección de este capítulo. El objetivo principal de la siguiente sección es mostrar que la probabilidad subjetiva de migración, de hecho, responde a los factores económicos, demográficos, sociológicos y psicológicos previstos en la literatura especializada en este campo. De este modo, el instrumento de medición de la

probabilidad subjetiva de migración hacia Estados Unidos es validado empíricamente para después servir como referencia en el análisis comparativo entre probables migrantes y el resto de la población mexicana presentado en secciones subsiguientes.

Midiendo la probabilidad subjetiva de migración en México

La encuesta del CNEP México, 2012, incorporó la siguiente pregunta: “¿Qué tan probable es que usted emigre a Estados Unidos en los próximos 2 o 3 años?”. Dicho instrumento de medición es utilizado en esta sección para construir la variable dependiente del modelo de probabilidad subjetiva de migración. La distribución de respuestas a dicha pregunta entre la población mexicana se esboza a continuación. Cinco de cada 100 (5.1%) mexicanos respondieron que es “muy probable”; siete de cada 100 (7.4%) mexicanos indicaron que es “algo probable”; aproximadamente 12 de cada 100 (12.4%) mexicanos señalaron que es “poco probable”; y la gran mayoría, 74 de cada 100 (74.1%) mexicanos respondió “nada probable”; el 1.1% restante no supo o simplemente decidió no contestar. Aunque con distintos grados de certeza, es importante destacar que en julio de 2012, uno de cada cuatro mexicanos (24.9%) entrevistados admitió considerar la posibilidad de migrar a Estados Unidos en un futuro próximo.

La cifra de mexicanos que consideraban esa posibilidad hace cinco años es básicamente la misma: uno de cada cuatro (24.8%). En noviembre de 2007, el diario *Reforma* incluyó esta misma pregunta en una encuesta nacional y las cifras correspondientes fueron las siguientes: 6.9, “muy probable”; 7.8, “algo probable”; 10.1, “poco probable”; 73.4, “nada probable” y 1.8% no supo o no contestó. El hecho de que uno de cada cuatro mexicanos considere la posibilidad de emigrar hacia Estados Unidos es relevante no sólo por su magnitud numérica, sino por las consecuencias que un flujo migratorio de esa naturaleza podría implicar para el desarrollo político y económico de México. En las siguientes páginas ofrezco un análisis detallado de quiénes son estos mexicanos que tienen en la mira una vida más allá de la frontera. Específicamente, el análisis empírico se enfoca en los fundamentos sociales, psicológicos, económicos y demográficos de la intención migratoria descritos en la

sección anterior e incorpora algunas variables adicionales en un intento por proveer contribuciones originales a la literatura académica dedicada a entender los fundamentos del fenómeno migratorio.

El modelo de probabilidad subjetiva de migración

La variable dependiente de este modelo es la *probabilidad subjetiva de migración*. Para construir dicha variable recodifiqué las respuestas de manera que 0 ahora denota “nada probable”, 1 “poco probable”, 2 “algo probable” y 3 “muy probable”. Dada la naturaleza de esta variable categórica con cuatro posibles resultados, el análisis empírico presentado en esta sección se realiza utilizando una regresión logística ordinal. Las variables independientes incluidas en el modelo están agrupadas en seis bloques.

El primero de estos bloques recibe el nombre de *vínculos y familiaridad con Estados Unidos*. Este primer grupo de variables independientes intenta capturar los efectos de las determinantes de la “migración en cadena” o “causalidad acumulativa” en la intención individual de considerar la migración hacia Estados Unidos como una alternativa. Tres de las preguntas originales de la encuesta fueron recodificadas para producir cinco variables indicadoras (*dummy*). La primera de ellas fue recodificada de manera que 1 representa que el entrevistado tiene familiares o parientes cercanos viviendo en Estados Unidos y éstos le enviaron dinero en los últimos 12 meses (8.8% de los entrevistados) y 0 en cualquier otro caso. La segunda fue recodificada para que 1 signifique que el entrevistado tiene familiares o parientes cercanos viviendo en Estados Unidos y éstos le han enviado dinero en el pasado pero no en los últimos 12 meses (36%) y 0 para cualquier otro caso. Para estas dos variables la categoría de referencia son aquellos entrevistados que no tienen familiares o parientes cercanos viviendo en Estados Unidos (55% de los entrevistados). La tercera variable fue recodificada para que 1 represente que el entrevistado ha visitado Estados Unidos en los últimos tres años (7.4%) y 0 en cualquier otro caso. La cuarta fue recodificada de tal manera que 1 representa que el entrevistado ha visitado Estados Unidos, pero que dicha visita ocurrió hace más de tres años (17.4%) y 0 para cualquier otro caso. Tanto para la tercera como para la cuarta variable, la categoría de referencia son aquellos mexicanos que repor-

tan nunca haber visitado Estados Unidos (75.2% de los entrevistados). La quinta y última variable de este bloque fue construida de manera que 1 representa que el entrevistado sabe con exactitud a qué ciudad o estado de Estados Unidos emigraría (33.1%) en tanto que 0 representa cualquier otro caso (66.9%).

El segundo bloque de variables independientes, *sentido individual de pertenencia geográfica*, presenta otras cinco variables indicadoras. En este caso todas ellas se construyeron a partir de una sola pregunta contenida en el cuestionario original. La lógica sustentando la incorporación de esta serie de variables es simple. No es difícil imaginar que el sentido de pertenencia de un individuo hacia su comunidad (como quiera que el individuo la defina) lo hará más o menos propenso a considerar dejar atrás dicha comunidad, especialmente si dicha jornada tiene como destino un país distinto. La primera de estas variables indicadoras fue recodificada de manera que 1 representa que el entrevistado tiene un sentido de pertenencia a su estado o región (15.2%) y 0 para cualquier otro caso. La segunda fue recodificada para que 1 signifique que el entrevistado tiene un sentido de pertenencia a su país (27.8%) y 0 para cualquier otro caso. En la tercera, 1 representa que el entrevistado tiene un sentido de pertenencia a Latinoamérica (2.9%) y 0 para cualquier otro caso. En la cuarta, 1 representa un sentido individual de pertenencia a Norteamérica (0.6%) y 0 para cualquier otro caso. En la quinta y última, 1 representa que el individuo tiene un sentido de pertenencia geográfica global y se percibe a sí mismo como un “ciudadano del mundo entero” (6%) y 0 para cualquier otro caso. Para cada una de estas cinco variables indicadoras la categoría de referencia son aquellos mexicanos que tienen un sentido individual de pertenencia a su ciudad o municipio (47.5% de los entrevistados). La expectativa es que aquellos individuos con sentido individual de pertenencia a Norteamérica y al mundo entero sean más propensos a considerar la posibilidad de migrar hacia Estados Unidos que el resto de los mexicanos.

El tercer bloque está conformado por cinco variables independientes que corresponden a las cinco grandes *dimensiones de la personalidad*: apertura a la experiencia, extraversión, amabilidad, responsabilidad y estabilidad emocional. Las cinco dimensiones de personalidad fueron medidas con una variación de la batería de diez preguntas conocida como escala TIPPI (Gosling *et al.*, 2003) por sus siglas en inglés (*Ten-Item*

Personality Inventory). Los entrevistados tienen que autoubicarse en escalas del 1 al 10, donde los extremos están asociados con adjetivos opuestos característicos de la dimensión de personalidad de interés. Cada una de las cinco dimensiones de personalidad es medida utilizando dos de estas escalas. Para medir apertura a la experiencia, en la primera escala 1 representa que el entrevistado es “nada imaginativo” y 10 significa que el entrevistado es “imaginativo”. En la segunda escala dedicada a medir esta dimensión, 1 representa que el entrevistado se considera “cauteloso”, mientras que 10 significa que el entrevistado es “abierto” a nuevas experiencias. Por supuesto, los entrevistados pueden autoubicarse en posiciones intermedias dependiendo de qué tanto se sienten representados por los adjetivos. Los rangos originales de las respuestas fueron recodificados de manera que el nuevo valor mínimo es 0 y el valor máximo es 9. La variable *apertura a la experiencia* es un simple índice aditivo de las dos escalas recodificadas produciendo una escala final cuyo rango tiene un valor mínimo de 0 y un valor máximo de 18. El resto de las variables de personalidad fueron construidas siguiendo el mismo procedimiento. A continuación enumero los adjetivos utilizados para medir el resto de las dimensiones: *extraversión* (reservado/sociable, tímido/extravertido); *amabilidad* (descortés/cordial, frío/cálido), *responsabilidad* (desorganizado/organizado, descuidado/confiable), *estabilidad emocional* (ansioso/tranquilo, muy inestable emocionalmente/muy estable emocionalmente).

El cuarto bloque incluye una variable indicadora en la que 1 representa que el entrevistado no tiene un empleo remunerado actualmente y 0 para cualquier otro caso. Adicionalmente, este bloque incluye la interacción de la variable *sin empleo remunerado* con dos dimensiones de personalidad: apertura a la experiencia y extraversión. La expectativa es que, más allá de sus efectos principales, tanto la apertura a la experiencia como la extraversión puedan tener efectos condicionales en la intención migratoria, dependiendo del estatus de empleo de los individuos.

El quinto bloque incluye *variables demográficas* como ingreso familiar, edad y género del entrevistado. La variable *ingreso familiar* fue recodificada para representar miles de pesos mensuales, utilizando los puntos intermedios de los rangos ofrecidos en las categorías de respuesta originales de la encuesta. La variable *edad* es simplemente el número de años del entrevistado al momento de la encuesta y la variable *género*

es una variable indicadora en la que 1 representa un entrevistado del género masculino y 0 una entrevistada del género femenino. Además, este bloque incluye la variable *educación formal*, que fue recodificada para capturar una aproximación del número de años de educación escolar que tiene el entrevistado. Por ejemplo, si el entrevistado indicó tener estudios completos de primaria se le asigna un número 6, mientras que si el entrevistado indicó tener estudios de primaria incompleta se le asigna un número 3. Finalmente, este bloque también incluye la interacción entre la variable educación formal y dos dimensiones de personalidad: apertura a la experiencia y extraversión.

El sexto y último bloque de variables, *región del país*, es una serie de tres variables indicadoras para capturar la región geográfica del país donde reside el entrevistado. Las variables incluidas en el modelo de regresión logística ordinal son *Norte*, *Centro-Occidente* y *Sur*. La categoría de referencia es la región *Centro* del país.¹ La razón de su incorporación en el modelo es evidencia académica pasada demostrando que a partir de la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica varias ciudades y estados del Norte y Centro-Occidente desarrollaron economías fuertes con conexiones importantes con Estados Unidos y que el sur experimentó un proceso de internacionalización diferente a través de la migración laboral hacia Estados Unidos (Magaloni, 2006). La Tabla A disponible en el apéndice de este capítulo contiene las estadísticas descriptivas de cada una de las variables incorporadas en los seis bloques analíticos de este modelo.

La Tabla 1 ofrece los resultados de la regresión logística ordinal. Como puede observarse en dicha tabla, los coeficientes de cada una de las variables del bloque *vínculos y familiaridad con Estados Unidos* son positivos y estadísticamente significativos. Los resultados proveen evidencia empírica sustentando que las determinantes de la migración en cadena o causalidad acumulativa también explican la probabilidad sub-

¹ La región Norte incluye los estados de Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Zacatecas. La región Centro-Occidente incluye Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit y Querétaro. La región Centro incluye al Distrito Federal y los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala. Finalmente, la región Sur incluye a Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

jetiva de migración. Los resultados confirman que aquellos mexicanos que tienen un familiar o pariente cercano viviendo en Estados Unidos y, quienes además recibieron alguna remesa en los últimos 12 meses, son mucho más propensos a migrar a Estados Unidos en los próximos dos o tres años, que aquellos mexicanos que no tienen familiares o parientes cercanos en dicho país. Aunque con menor grado de intensidad, esta misma tendencia también se observa entre aquellos mexicanos que tienen un familiar o pariente cercano, pero cuyas remesas no han sido recibidas dentro de los últimos tres años. Los resultados también sugieren que aquellos mexicanos que han visitado Estados Unidos en los últimos tres años son los más propensos a considerar migrar a ese país. Sin embargo, es importante notar que la probabilidad de considerar migrar a Estados Unidos también es mayor entre aquellos mexicanos que han visitado Estados Unidos, aunque no recientemente, cuando son contrastados con los mexicanos que jamás han visitado dicho país. Finalmente, dentro de este bloque de variables, los resultados indican que aquellos individuos que pueden nombrar con precisión la ciudad o entidad federativa de Estados Unidos donde residirían en caso de migrar al vecino país, son, de manera esperada, mucho más proclives a considerar dicha jornada migratoria que el resto de sus connacionales.

También de manera esperada, el coeficiente de la variable que captura el *sentido individual de pertenencia geográfica* a Norteamérica es positivo y es estadísticamente significativo. Es decir, aquellos individuos que tienen un sentido de pertenencia a Norteamérica son más propensos a considerar migrar a Estados Unidos que aquellos mexicanos con un sentido de pertenencia a su ciudad o municipio. También de manera esperada el coeficiente correspondiente al sentido de pertenencia global (“al mundo entero”) es positivo. Sin embargo, este coeficiente no alcanza significancia estadística. Es posible que tras ese sentido de pertenencia global ciertos individuos tengan actitudes positivas hacia Estados Unidos, mientras que otros individuos tengan actitudes negativas hacia el vecino país del norte. Es interesante notar que el coeficiente correspondiente al sentido de pertenencia a Latinoamérica, tiene signo negativo aunque no alcanza significancia estadística. Dicho resultado, si bien no concluyente, al menos sugiere que aquellos mexicanos que se perciben a sí mismos con raíces geográficas en Latinoamérica son menos propensos que sus contrapartes con sentido de pertenencia a

Tabla 1. Modelo de probabilidad subjetiva de migración hacia Estados Unidos

<i>Vínculos y familiaridad con Estados Unidos</i>	<i>Coficiente</i>	<i>E.E.</i>
Familiares en EEUU enviaron dinero en los últimos 12 meses	0.472**	(0.222)
Familiares en EEUU no enviaron dinero en los últimos 12 meses	0.270*	(0.146)
Ha visitado EEUU en los últimos tres años	1.227***	(0.230)
Ha visitado EEUU pero su visita data de más de tres años	0.621***	(0.178)
Sabe el lugar donde residiría en Estados Unidos	1.179***	(0.146)
<i>Sentido individual de pertenencia geográfica</i>		
Estado o región	0.511***	(0.188)
País (México)	0.236	(0.157)
Latinoamérica	-0.351	(0.426)
Norteamérica	1.614**	(0.694)
El mundo entero	0.235	(0.268)
<i>Dimensiones de personalidad</i>		
Apertura a la experiencia	0.148***	(0.042)
Extraversión	-0.042	(0.031)
Amabilidad		(0.020)
Responsabilidad	0.001	(0.018)
Estabilidad emocional	0.006	(0.017)
<i>Estatus de empleo</i>		
Sin empleo remunerado	1.092**	(0.464)

su ciudad o municipio a considerar la migración hacia Estados Unidos como una alternativa de vida. El resultado que arroja el coeficiente de pertenencia geográfica al *estado* o *región*, con signo positivo y estadísticamente significativo, sugiere que aquellos individuos con un sentido de pertenencia a su región o estado son más propensos a considerar la migración, que aquellos con sentido de pertenencia a su ciudad o municipio.

Sin empleo remunerado × apertura a la experiencia	-0.073**	(0.032)
Sin empleo remunerado × extraversión	-0.045*	(0.024)
<i>Indicadores demográficos</i>		
Educación formal (en número de años)	0.045	(0.053)
Educación formal × apertura a la experiencia	-0.007**	(0.004)
Educación formal × extraversión	0.004	(0.003)
Ingreso familiar (en miles de pesos al mes)	-0.010	(0.014)
Edad	-0.033***	(0.005)
Género (hombre)	0.202	(0.147)
<i>Región del país</i>		
Norte	0.322*	(0.189)
Centro-Occidente	0.152	(0.186)
Sur	0.506***	(0.191)
χ_1	2.511***	(0.735)
χ_2	3.536***	(0.739)
C_3	4.662***	(0.746)
N	1,430	
- 2 Log Likelihood	2,067.93	
χ^2 para prueba LR	282.57	
Prob > χ^2	0.000	
Pseudo R ² (Cox y Snell)	0.179	

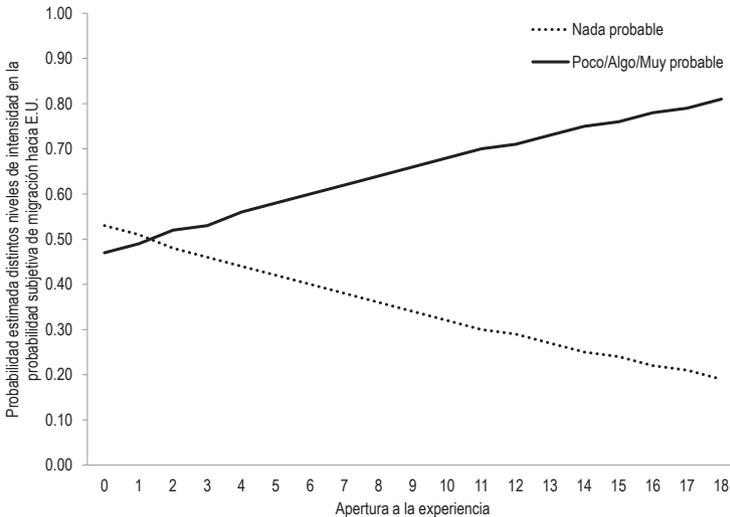
Nota: Regresión logística ordinal; * p < 0.10; ** p < 0.05; *** p < 0.01

Antes de analizar los efectos de las cinco grandes *dimensiones de la personalidad* sobre la intención migratoria en México es importante recordar que teóricamente uno debe esperar una relación positiva entre dos de esas dimensiones y la probabilidad de migrar a otro país en un futuro cercano. Específicamente, uno debe esperar que tanto aquellos individuos con altos niveles de apertura a la experiencia como aquellos individuos con altos niveles de extraversión sean también los individuos

con mayor probabilidad de considerar la migración internacional como una alternativa (Canache *et al.*, 2013). También incluí variables correspondientes a las otras tres dimensiones de personalidad (*amabilidad, responsabilidad y estabilidad emocional*) en el modelo de regresión múltiple para explorar si éstas ejercen un efecto directo en la intención migratoria entre la población mexicana. Sin embargo, los resultados presentados en la Tabla 1 muestran de manera contundente que la única dimensión de personalidad que ejerce una influencia directa en la intención migratoria en México es la apertura a la experiencia. El coeficiente asociado a esta dimensión es positivo y estadísticamente significativo.

Para ilustrar de mejor manera los efectos de la apertura a la experiencia sobre la probabilidad subjetiva de migración, la Gráfica 1 muestra las probabilidades estimadas para los distintos niveles de intensidad en el propósito migratorio de un hombre de 42 años de edad que vive en la región sur del país con sentido de pertenencia geográfica a su ciudad o municipio, con nueve años de educación formal y empleo remunerado, con un ingreso familiar promedio (aproximadamente 5 mil pesos) y que tiene un familiar o pariente cercano viviendo en Estados Unidos que le

Gráfica 1. Probabilidad estimada para los distintos niveles de probabilidad subjetiva de migración (ninguna *vs.* alguna) por niveles de apertura a la experiencia



envió dinero en los últimos doce meses. Los únicos valores que varían en los cálculos de las probabilidades estimadas son los niveles de apertura a la experiencia utilizando el rango completo de esta dimensión.

Para facilitar la interpretación de los resultados, las probabilidades estimadas de las categorías “poco probable”, “algo probable” y “muy probable” fueron consolidadas y se presentan en contraste con las probabilidades estimadas de la categoría “nada probable”. Como puede observarse, la probabilidad estimada de responder que migrar a Estados Unidos es “nada probable” es de 53% si la personalidad del individuo es tal que éste se ubica en el nivel más bajo de apertura a la experiencia. Dicha probabilidad se reduce a tan sólo 19% si el individuo reporta el nivel más alto de apertura a la experiencia. Por el contrario, la probabilidad estimada de reportar cualquier posibilidad de migrar a Estados Unidos es de 47% si la personalidad del individuo se ubica en el nivel más bajo de apertura a la experiencia. Dicha probabilidad se incrementa a 81% si éste se ubica en el nivel más alto de apertura a la experiencia. En otras palabras, entre aquellos individuos con características sociológicas, económicas y demográficas que incrementan de manera sustancial su probabilidad de migrar a otro país, el efecto neto de la apertura a la experiencia es mayor a los 60 puntos porcentuales.

El coeficiente de la variable indicadora *sin empleo remunerado* es positivo y estadísticamente significativo, lo que sugiere que aquellos individuos sin empleo remunerado en México tienen una mayor probabilidad a considerar la posibilidad de migrar a Estados Unidos que sus contrapartes con un empleo remunerado. Los términos de interacción de esta variable tanto con la apertura a la experiencia como con la extroversión tienen signo negativo y ambos alcanzan significancia estadística. Esto sugiere que tanto los efectos de la apertura a la experiencia como de la extraversión son prácticamente irrelevantes entre aquellos individuos que en la actualidad carecen de un empleo remunerado y quienes tienen muy alta probabilidad de considerar emigrar en primera instancia. Sin embargo, ambas dimensiones tienen un efecto sustancial sobre la probabilidad de emigrar entre aquellos individuos que actualmente cuentan con un empleo remunerado.

El coeficiente de la variable *educación formal* es positivo, pero no es estadísticamente significativo. La interpretación de este resultado es interesante, ya que corrobora que en México la población de probables

migrantes proviene de muy diversos niveles educativos y no solamente de los niveles educativos más avanzados, como es el caso en otros países tradicionalmente conocidos como emisores o exportadores de migrantes. La interacción de la educación con la apertura a la experiencia tiene signo negativo y es estadísticamente significativa, lo que sugiere en este caso la presencia de un efecto *compensatorio*. Es decir, que los efectos más pronunciados de la apertura a la experiencia son observados entre aquellos individuos con niveles educativos relativamente más bajos.

El coeficiente de *ingreso familiar* tiene signo negativo. Aunque esta variable no es estadísticamente significativa, el signo negativo se apega a la expectativa teórica de que a mayor nivel de ingreso familiar, la probabilidad de que un individuo considere migrar a Estados Unidos disminuye. El coeficiente de la variable *edad* también tiene signo negativo y además alcanza significancia estadística, por lo que se puede concluir que la probabilidad de considerar migrar a Estados Unidos disminuye con la edad de los individuos. En otras palabras, tal como la literatura académica lo sugiere, los individuos más jóvenes de la sociedad en México tienen mayor probabilidad de considerar emigrar al otro lado de la frontera. La variable indicadora de género (masculino) tiene coeficiente positivo como era de esperarse, pero no es estadísticamente significativa, lo que sugiere que actualmente en México la probabilidad de que un hombre considere migrar a Estados Unidos no es significativamente mayor que la de una mujer. Con respecto a las distintas regiones del país, los resultados del modelo proveen evidencia para concluir que tanto los habitantes de la región Norte como de la región Sur del país tienen una mayor probabilidad de considerar migrar a Estados Unidos que los habitantes de las regiones Centro y Centro-Occidente.

Perfil político de los probables migrantes

En la sección anterior exploré de manera sistemática los fundamentos sociales, psicológicos, económicos y demográficos de la intención de los ciudadanos mexicanos de migrar hacia Estados Unidos en los próximos dos o tres años. En la presente sección ofrezco un perfil político detallado de estos probables migrantes. Es decir, el análisis se enfoca a determinar si este grupo de individuos se distingue del resto de la población del país en términos políticos. Para cumplir dicho objetivo, en

este capítulo, los *probables migrantes* son definidos como “todos aquellos individuos quienes revelaron una probabilidad subjetiva de migración positiva hacia Estados Unidos sin importar su grado de intensidad (poco probable, algo probable y muy probable: 24.9% de la muestra). De manera ideal, el análisis debería comparar al grupo de mexicanos quienes respondieron que es “muy probable” migrar hacia Estados Unidos en un futuro cercano con el resto de la población mexicana (véase Wals y Moreno, 2013). Sin embargo, el número de casos en la categoría “muy probable” es muy limitado y no permite dicho análisis. A pesar de esto, el análisis presentado en el resto de este capítulo ofrece evidencia sustantiva tanto en términos teóricos como empíricos. En primera instancia, la presente clasificación de probables migrantes es equivalente al del instrumento de medición utilizado por Canache *et al.*, 2013. También es importante reconocer que la presente clasificación podría minimizar las diferencias estimadas entre los probables migrantes y la población general. En otras palabras, los resultados aquí presentados son en todo caso una estimación cautelosa de las diferencias políticas entre la población de probables migrantes y el resto de los mexicanos.

Las predisposiciones, creencias, percepciones y comportamientos políticos de los probables migrantes son comparados utilizando una serie de pruebas *t* para determinar si existen diferencias estadísticamente significativas entre estos individuos y el resto de la población mexicana. Los resultados de dicha serie de pruebas estadísticas se presentan en esta sección en las tablas 2 al 5. Para empezar, la Tabla 2 presenta la diferencia de medias (probables migrantes-resto de la población) en percepciones acerca de la economía y la política, así como de evaluaciones de gobierno y niveles de aprobación presidencial. Es importante destacar que de las 18 diferencias de medias analizadas en esta tabla, sólo cuatro son estadísticamente significativas. En general, puede decirse que la población de probables migrantes no es sistemáticamente diferente al resto de la población con respecto a la gran mayoría de sus percepciones acerca de la economía y la política, ni en su forma de evaluar al gobierno ni en su opinión del presidente Calderón o la forma en que califican su gestión. Las excepciones a esa tendencia general, esas diferencias en medias que sí son estadísticamente significativas, merecen particular atención por los claroscuros que revelan acerca del perfil político de los probables migrantes.

Tabla 2. Percepciones acerca de la economía, la política, evaluaciones de gobierno y aprobación presidencial: Probables migrantes *vs.* Resto de la población

<i>Variables</i>	<i>Media Probables migrantes</i>	<i>Media Resto de la población</i>	<i>Diferencia de medias; Significancia</i>
<i>Percepciones acerca de la economía</i>			
Situación económica actual	1.272	1.203	0.069
Situación económica en el último año	1.567	1.452	0.115*
<i>Percepciones acerca de la política</i>			
Situación política actual	1.518	1.568	-0.050
Partidos políticos sólo sirven para dividir a la gente	2.714	2.791	-0.077
Diferencias entre partidos frenan avance del país	1.878	1.916	-0.038
Políticos no se preocupan mucho de gente como yo	2.678	2.765	-0.087
Gente como yo no tiene influencia en el gobierno	2.593	2.715	-0.122*
Política tan complicada: gente como yo no entiende	2.372	2.384	-0.012

Por ejemplo, con respecto a las percepciones de la economía, los probables migrantes no se distinguen del resto de la población en sus percepciones de la “situación actual”. Sin embargo, tienen una percepción más positiva del desempeño de la economía en el último año que el resto de la población en México. Es decir, contrario a lo que el sentido común pudiera dictarnos, los probables migrantes perciben el desempeño de la economía de manera más optimista y a pesar de ello consideran dejar México atrás y probar suerte en el vecino país del norte. Probablemente su percepción más optimista de la economía mexicana va acompañada

Conflicto político: movilizaciones vs. instituciones	1.581	1.541	-0.012
Diferencias entre partidos frenan avance del país	1.878	1.916	-0.038
Opinión de personas cuando minoría no cuenta	1.609	1.778	-0.169***
<i>Evaluaciones de gobierno en México</i>			
En materia de combate al crimen organizado	1.753	1.796	-0.043
Manejo de la economía y generación de empleos	1.521	1.497	0.024
Combate a la pobreza	1.363	1.398	-0.035
Combate a la corrupción	1.234	1.165	0.069
<i>Opinión acerca del presidente y su gestión</i>			
Opinión acerca de Felipe Calderón	6.639	6.776	-0.137
Aprobación presidencial (Felipe Calderón)	1.579	1.618	-0.039
Guerra de Calderón contra crimen organizado	1.867	1.718	0.149**

Nota: * $p < 0.10$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

de una percepción también más optimista sobre la economía estadounidense. Desafortunadamente, los datos disponibles no permiten corroborar dicha hipótesis.

Los probables migrantes muestran un mayor nivel de desacuerdo que el resto de la población mexicana con la idea de que “gente como yo” no tiene influencia en el gobierno. De igual manera los probables migrantes se oponen con mayor fuerza que el resto de la población a la idea de que “la opinión de las personas no cuenta” cuando ésta se encuentra en el lado de la minoría del debate político. En otras palabras,

los probables migrantes tienen un mayor sentido de eficacia interna (Campbell *et al.*, 1954; Lane, 1959; Niemi *et al.*, 1991) que el resto de sus connacionales y también muestran una mayor adherencia a la creencia de que la opinión de las minorías cuenta.

Con respecto a la opinión acerca del presidente Calderón en su guerra contra el crimen organizado, los probables migrantes tienen una postura de línea más dura que el resto de la población. Es decir, en promedio, los probables migrantes prefieren, en mayor medida que el resto de los mexicanos, que los esfuerzos en este frente aumenten o al menos sigan igual, lo cual puede ser un reflejo del hartazgo de estos individuos ante la violencia reciente; hartazgo que alimenta su probabilidad de emigrar en primera instancia.

La Tabla 3 presenta el análisis de diferencia de medias —probables migrantes, resto de la población— en percepciones acerca de la democracia, legitimidad electoral, el Estado de derecho y preferencias por alternativas autoritarias. De las 19 diferencias de medias analizadas en esta tabla, solamente tres son estadísticamente significativas.

Tabla 3. Percepciones acerca de la democracia, legitimidad electoral, Estado de Derecho y preferencias por alternativas autoritarias: Probables Migrantes vs. Resto de la Población

<i>Variables</i>	<i>Media Probables migrantes</i>	<i>Media Resto de la población</i>	<i>Diferencia de medias: Significancia</i>
<i>Condiciones para que una sociedad sea considerada una democracia</i>			
A pesar de problemas, democracia el mejor sistema	1.870	1.896	-0.026
Libertad para criticar al gobierno	2.071	2.119	-0.048
Elecciones libres y equitativas	2.359	2.440	-0.081**
Menor brecha de ingreso entre ricos y pobres	2.202	2.318	-0.116***
Empleo para todos	2.436	2.538	-0.102***

<i>Actitudes sobre la democracia en México</i>			
Estado de la democracia mexicana	1.197	1.168	0.029
Satisfacción con la democracia en nuestro país	1.003	0.973	0.030
Democracia: mejor sistema de gobierno para el país	2.937	2.862	0.075
<i>Percepciones sobre legitimidad electoral</i>			
En nuestro país elecciones son libres y justas	1.575	1.625	-0.050
El voto ciudadano es plenamente respetado	1.520	1.430	0.090
Elecciones en 2012 fueron libres y equitativas	0.972	1.010	-0.038
Percepciones sobre el Estado de Derecho			
Todas las personas son iguales ante la ley	1.361	1.362	-0.001
Respeto hacia los derechos humanos hoy día	1.337	1.342	-0.005
<i>Preferencias sobre alternativas autoritarias de gobierno</i>			
Preferencia acerca democracia o régimen autoritario	1.444	1.424	0.020
Permitir sólo a un partido competir en elecciones	1.467	1.427	0.040
Que el ejército intervenga en cómo gobernar al país	1.809	1.757	0.052
Que las elecciones y el Congreso sean abolidos	1.371	1.298	0.073
Es aceptable obstruir campañas de los partidos	0.424	0.415	0.009
Violencia para prevenir otro partido en el poder	0.232	0.190	0.042

Nota: * $p < 0.10$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

A simple vista, la población de probables migrantes posee actitudes, percepciones y niveles de satisfacción con la democracia mexicana que son sustantivamente similares al resto de la población del país, lo mismo en términos de sus percepciones acerca del Estado de derecho y del respeto por los derechos humanos. Incluso, los probables migrantes no se distinguen de manera sistemática en cuanto a sus preferencias por un sistema de gobierno democrático o sus alternativas autoritarias. Sin embargo, la población de probables migrantes difiere del resto de la población en tres creencias individuales acerca de las condiciones básicas para que una sociedad sea considerada como una democracia. Los probables migrantes muestran menor adherencia que el resto de sus connacionales a la creencia de que “elecciones libres y equitativas” son una condición necesaria para que una sociedad sea considerada como una democracia. De igual manera, los probables migrantes muestran menores niveles de acuerdo que el resto de la población con que se necesita una menor brecha de ingreso entre ricos y pobres o que debe garantizarse “empleo para todos” para que una sociedad sea considerada como una democracia.

La Tabla 4 ofrece el análisis respectivo a la diferencia de medias entre probables migrantes y el resto de la población en términos de ideología, identificación partidista, interés general en la política y en las campañas electorales, así como en términos de participación política incluyendo haber votado en los comicios presidenciales de 2006 y de 2012. Esta tabla incorpora diferencia de medias de 24 variables. Los probables migrantes no se distinguen de manera sistemática en términos de identificación partidista del resto de la población del país. Es decir, la proporción de perredistas, priistas, panistas y apartidistas entre estos dos grupos es sustantivamente la misma. Una historia similar emerge con respecto a la distribución de predisposiciones ideológicas autovvaloradas a lo largo del eje izquierda-derecha. Sin embargo, el grupo de probables migrantes tiene una mayor proporción de individuos con la capacidad de autoubicarse en dicho eje que el resto de los mexicanos. En otras palabras, el grupo de probables migrantes es relativamente más sofisticado en términos ideológicos que el resto de sus connacionales.

También es importante hacer notar que prácticamente en todas (exceptuando haber contribuido con dinero para algún partido o candidato) las variables relacionadas con interés y participación política, los

Tabla 4. Ideología, identificación partidista, interés en las campañas, participación política y voto 2006 y 2012: Probables migrantes vs. Resto de la población

<i>Variables</i>	<i>Media Probables migrantes</i>	<i>Media Resto de la población</i>	<i>Diferencia de medias: Significancia</i>
<i>Ideología e identificación partidista</i>			
Ideología	6.006	5.971	0.035
Sin ideología	0.146	0.190	-0.044**
Perredista	0.149	0.143	0.006
Priista	0.324	0.325	-0.001
Panista	0.123	0.111	0.012
Apartidista	0.404	0.421	-0.017
<i>Interés y participación política</i>			
Interés en la política	1.602	1.488	0.114**
Interés en las campañas presidenciales	1.897	1.774	0.123**
Participó en una marcha o protesta en último año	0.091	0.059	0.032**
Participó en mitin de algún partido político	0.262	0.221	0.041*
Trabajó para algún partido o candidato	0.081	0.051	0.030**
Contribuyó dinero para algún partido o candidato	0.010	0.009	0.001
Número de actividades políticas en el último año	0.448	0.338	0.110***
<i>Voto 2006</i>			
Votó por Calderón Hinojosa	0.285	0.316	-0.031
Votó por López Obrador	0.171	0.199	-0.028
Votó por Madrazo Pintado	0.134	0.174	-0.040**

Votó por otro candidato	0.013	0.010	0.003
No votó	0.333	0.201	0.132***
No recuerda/No reveló voto	0.066	0.101	-0.035
<i>Voto 2012</i>			
Votó por López Obrador	0.226	0.256	-0.030
Votó por Peña Nieto	0.420	0.376	0.044
Votó por Quadri de la Torre	0.018	0.016	0.002
Votó por Vázquez Mota	0.141	0.143	-0.002
No recuerda/No reveló voto	0.196	0.208	-0.012

Nota: * $p < 0.10$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

probables migrantes son sistemáticamente diferentes al resto de la población del país. Los individuos que están considerando migrar a Estados Unidos en los próximos dos o tres años reportan tanto un mayor interés general en la política como un mayor interés en las campañas presidenciales de 2012 que el resto de los mexicanos. De igual manera, son estos individuos, los probables migrantes, quienes reportan mayores niveles de participación en distintas actividades políticas en el último año, incluyendo participación en marchas o protestas, mítines partidistas y trabajo para algún partido político o candidato. El hecho de que el grupo de probables migrantes es políticamente más activo de manera sistemática al resto de la población es preocupante para el futuro de la democracia en México y requiere una reflexión seria. Vuelvo a este punto en la sección final de este capítulo.

Finalmente, la Tabla 4 revela que, en promedio, el voto de los probables migrantes durante los comicios presidenciales de 2006 favoreció en menor medida (aproximadamente 4 puntos porcentuales) al candidato del PRI, Roberto Madrazo Pintado. Adicionalmente, debe mencionarse que hay una brecha significativa entre la proporción de probables migrantes que refiere no haber participado en las elecciones de 2006 y el resto de la población, lo que podría llevarnos a concluir de manera errónea que este resultado se contrapone al perfil descrito con anterioridad presentando a los probables migrantes como un grupo de ciuda-

danos políticamente interesados y activos. Sin embargo, es importante destacar que la población de probables migrantes es más joven (promedio de 37 años) que el resto de la población (promedio de 43 años) y que dicha diferencia es estadísticamente significativa, lo que sugiere que la menor proporción de individuos reportando haber participado en los comicios presidenciales de 2006 es atribuible a que un segmento importante de los probables migrantes tuvo derecho a votar en elecciones presidenciales por primera vez durante el proceso electoral de 2012. De hecho, al verificar la distribución de edad de ambos grupos, la proporción de individuos entre 18 y 23 años de edad entre los probables migrantes es aproximadamente uno de cada cinco (22.4%) mientras que dicha proporción en el resto de la población es aproximadamente uno de cada 10 (11.9%).

Hasta ahora, el análisis presentado en esta sección se ha enfocado en creencias, actitudes, percepciones y comportamientos que tienen como objeto la política en México. Parece adecuado sin embargo, dado que el grupo de probables migrantes tiene contemplado migrar hacia Estados Unidos en los próximos dos o tres años, que analicemos si este grupo de individuos tiene percepciones sistemáticamente distintas al resto de la población mexicana con respecto a la política del vecino país del norte. La Tabla 5 ofrece dicho análisis utilizando un par de preguntas disponibles en esta materia incluidas en la encuesta CNEP México, 2012. Esta tabla contiene cinco variables, cuatro de ellas de naturaleza indicadora, pero cabe destacar que la serie de pruebas *t* en este caso arroja un resultado contundente. Cada una de las diferencias de medias analizadas es estadísticamente significativa. Los probables migrantes tienen una opinión más positiva acerca del presidente de Estados Unidos que el resto de la población mexicana. En una escala del 1 al 10, donde 1 es la opinión más negativa y 10 es la opinión más positiva, los probables migrantes otorgan en promedio una calificación de 6.85 a Barack Obama (este mismo grupo le otorgó una calificación de 6.64 a Felipe Calderón en esa misma escala). En promedio, el resto de la población mexicana otorga un 6.52 a Barack Obama (este mismo grupo le otorgó una calificación de 6.78 a Felipe Calderón en esa misma escala).

La proporción de individuos que reporta preferencia por un candidato de cualquiera de los partidos políticos principales en Estados Unidos para ganar la elección presidencial de 2012 en ese país es mayor entre

Tabla 5. Opinión acerca del presidente y de los partidos políticos de Estados Unidos: Probables migrantes *vs.* Resto de la población

<i>Variables</i>	<i>Media Probables migrantes</i>	<i>Media Resto de la población</i>	<i>Diferencia de medias: Significancia</i>
<i>Opinión acerca del presidente de Estados Unidos</i>			
Opinión acerca de Barack Obama	6.852	6.520	0.332**
<i>Preferencia política durante campaña presidencial en Estados Unidos</i>			
Preferencia por el candidato demócrata	0.475	0.417	0.058**
Preferencia por el candidato republicano	0.251	0.195	0.056**
Da lo mismo candidato demócrata o republicano	0.163	0.229	-0.065***
No sabe/No contestó	0.111	0.160	-0.049**

Nota: * $p < 0.10$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

los probables migrantes que entre el resto de sus connacionales. Esta tendencia prevalece aún si analizamos dichas preferencias de manera individual para el partido Demócrata y para el partido Republicano. La proporción de individuos que piensa que “da lo mismo” que la elección presidencial en Estados Unidos la gane un candidato demócrata o que la gane un candidato republicano es sustancialmente más baja entre los probables migrantes que en el resto de los mexicanos. Finalmente, el grupo de probables migrantes se distingue también por tener una proporción sustancialmente más baja de individuos que “no saben” o que deciden no contestar dicha pregunta. Todos estos resultados proveen evidencia empírica sugiriendo que, en términos políticos, los migrantes mexicanos no son páginas en blanco al cruzar la frontera. Por el contra-

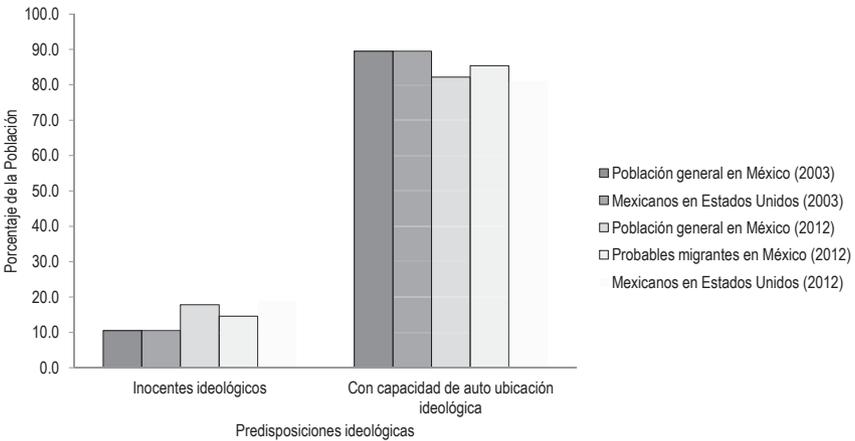
rio, conscientes de ello o no, estos individuos importan consigo equipaje político a su nuevo hogar. Los migrantes mexicanos se llevan consigo sus creencias, actitudes y comportamientos políticos, entre ellos su ideología, sus identificaciones partidistas y otras predisposiciones hacia la política (Wals, 2009, 2011 y 2013). Dadas las escasas oportunidades de participación política disponibles para los migrantes mexicanos residiendo en el extranjero, estos individuos no sólo representan una pérdida de capital humano para la economía del país, sino que también representan una pérdida significativa de capital político para la vida democrática de México. Aún cuando estos migrantes tengan la intención (y potencial) de expresar su opinión en asuntos políticos tras su partida, encontrarán avenidas muy limitadas, diseñadas o dispuestas a escuchar su voz.

Perfil político de los mexicanos residiendo “al otro lado”

En la víspera de las elecciones federales del 6 de julio de 2003, antes de tener derecho legal a participar en comicios desde el extranjero, uno de cada cuatro (25.3%) mexicanos residiendo en Estados Unidos expresaba estar “muy interesado” en votar en las elecciones en México; aproximadamente uno de cada tres (33.8%) dijo estar “algo interesado”; uno de cada cinco (20.6%) expresó estar “poco interesado”; aproximadamente dos de cada 10 (17.5%) dijo no tener interés alguno; y tres de cada 100 (2.8%) se abstuvieron de responder. Estos datos provenientes de la Encuesta de Valores en México 2003 (EVM 2003) patrocinada por el Departamento de Estudios Económicos y Sociopolíticos de Banamex en conjunto con la encuesta CNEP México 2012 y algunos datos recabados por el autor en un estudio piloto propio utilizando los servicios de *Latino Decisions*, firma especializada de investigación con encuestas entre la población latina de Estados Unidos, permiten ofrecer el análisis contenido en esta sección. El estudio piloto se llevó a cabo durante el otoño de 2012 entre una muestra representativa de mexicanos residiendo en Estados Unidos. El objetivo principal es delinear el perfil político de los mexicanos que residen en Estados Unidos y compararlo, en la medida que los datos lo permiten, con los perfiles políticos tanto de los probables migrantes como de la población en general en México. Dichas comparaciones son realizadas con datos recabados en dos puntos en el tiempo, 2003 y 2012.

Para empezar, esta sección analiza la proporción de individuos con capacidad de autoubicación ideológica en el eje izquierda-derecha tanto entre la población general en México como entre la población de mexicanos residiendo en Estados Unidos. Para facilitar la discusión, los datos se ofrecen de manera visual en la Gráfica 2. Como puede observarse, la proporción de individuos que pueden ubicarse en dicho eje es sustancialmente mayor a la de aquellos individuos que pueden ser caracterizados como “inocentes de ideología” (Converse, 1964). Esta tendencia se observa tanto entre los ciudadanos mexicanos, incluidos los probables migrantes, como entre los mexicanos que ya residen en Estados Unidos. Llama la atención, sin embargo, que el número de individuos con capacidad de autoubicación ideológica en el eje izquierda-derecha tanto en México como entre los mexicanos que residen en Estados Unidos parece haber disminuido de manera considerable entre 2003 y 2012. A principios de la década anterior, aproximadamente nueve de cada 10 mexicanos (89.5%) residiendo en territorio nacional podían utilizar dicha escala para ubicarse en materia política. La cifra correspondiente para los mexicanos que residen en Estados Unidos es exactamente la

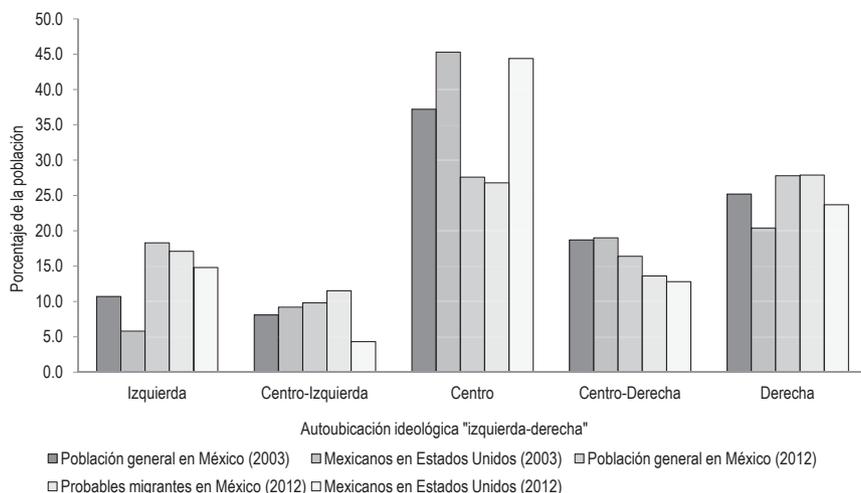
Gráfica 2. Porcentaje de mexicanos con capacidad de autoubicación ideológica en el eje “izquierda-derecha” en México y en Estados Unidos, 2003-2012



misma (89.5%). Casi diez años más tarde, en 2012, aproximadamente ocho de cada 10 mexicanos tanto en México (82.2%) como en Estados Unidos (81.1%) utilizan la escala izquierda-derecha para ubicar su posición ideológica en asuntos políticos, lo que representa una disminución de 7.3 y 8.4 puntos porcentuales, respectivamente.

A continuación se explora la distribución de preferencias a lo largo del eje ideológico izquierda-derecha. Para facilitar la visualización de resultados, el análisis se realiza recodificando la escala continua original, donde 1 representa “izquierda” y el 10 representa “derecha”, de manera que los individuos son clasificados en cinco distintas categorías: izquierda (1-2), centro-izquierda (3-4), centro (5-6), centro-derecha (7-8) y derecha (9-10). Como puede observarse en la Gráfica 3, la mayoría de los mexicanos, tanto en territorio nacional, incluidos los probables migrantes, como aquellos que residen en Estados Unidos tienden a ubicarse hacia el centro del espectro ideológico. Cabe destacar, sin embargo, que en ambas poblaciones la proporción de individuos que se ubican hacia la derecha del espectro es sustancialmente mayor a la de aquellos individuos que se ubican hacia la izquierda, aunque dicha brecha parece haberse cerrado en los últimos años.

Gráfica 3. Distribución de autoubicación ideológica en México y Estados Unidos, 2003-2012

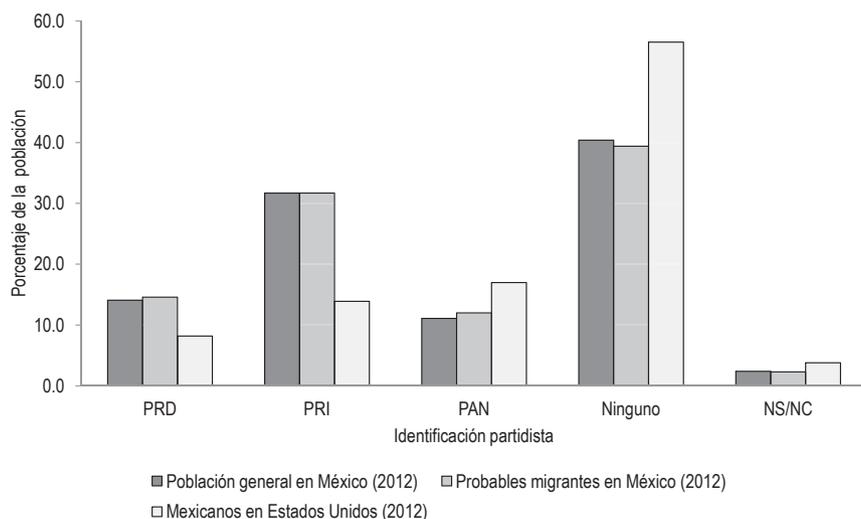


En 2003, aproximadamente uno de cada 10 mexicanos (10.7%) en territorio nacional y alrededor de uno de cada 20 (5.8%) residiendo en Estados Unidos se consideraba a sí mismo como de izquierda. Para 2012, esas cifras eran cercanas a uno de cada cinco mexicanos (18.3%) en territorio nacional y 15 de cada 100 (14.8%) residiendo en el extranjero. Los incrementos correspondientes son de 7.6 y 9 puntos porcentuales respectivamente, lo que sugiere un incremento importante en las identificaciones de izquierda tanto entre la población mexicana que vive en territorio nacional como en la población de mexicanos residentes en Estados Unidos. Lo más interesante es que si bien la brecha entre las identificaciones de izquierda y de derecha se cerró, dicho movimiento no ocurrió a costa de la proporción de aquellos individuos que se autoubican en la derecha del espectro ideológico.

En 2003, cerca de uno de cada cuatro mexicanos (25.2%) en territorio nacional y aproximadamente uno de cada cinco (20.4%) residiendo en Estados Unidos se ubicaba a sí mismo como de derecha. En 2012, las cifras correspondientes son similares, registrando quizá un ligero incremento. Veintiocho de cada 100 mexicanos (27.8%) en territorio nacional y prácticamente uno de cada cuatro (23.7%) en Estados Unidos se ubican a sí mismos como de derecha. Como se observa en la Gráfica 3, el crecimiento sustantivo de las identificaciones de izquierda y el modesto incremento de las identificaciones de derecha ocurrieron a expensas del centro en el caso de los mexicanos residiendo en territorio nacional y de las posiciones de centro-izquierda y centro-derecha entre los connacionales que viven al norte de la frontera. El resultado en ambos casos es de poblaciones más polarizadas en términos de sus predisposiciones ideológicas.

Para finalizar esta sección dedico las siguientes líneas a analizar la distribución de identificaciones partidistas entre la población de mexicanos residiendo en Estados Unidos, ofreciendo datos comparativos con la población general y el grupo de los probables migrantes que aún residen en México. Dicho análisis se realiza únicamente con información recabada durante 2012, dado que no existen datos comparables para 2003. La Gráfica 4 facilita la discusión de resultados. Como era de esperarse, dado el análisis presentado en la sección anterior, la distribución de identificaciones partidistas es prácticamente idéntica entre los probables migrantes y la población general en México. Sin embargo, la

Gráfica 4. Distribución de identificaciones partidistas en México y Estados Unidos, 2012



distribución de identificaciones partidistas entre los mexicanos viviendo en Estados Unidos parece ser distinta a la de sus connacionales residiendo en México (véase McCann *et al.*, 2009).

En 2012, 14 de cada 100 mexicanos (14.1%) en territorio nacional se consideran perredistas, mientras que sólo ocho de cada 100 (8.2%) residiendo en Estados Unidos refiere dicha preferencia. Prácticamente 32 de cada 100 mexicanos (31.7%) en territorio nacional se consideran priistas, o uno de cada tres. La cifra correspondiente para los mexicanos en Estados Unidos es de 14 de cada 100 (13.9%). Once de cada 100 mexicanos (11.1%) en territorio nacional se identifican como panistas. Diecisiete de cada 100 mexicanos (17%) en Estados Unidos tienen dicha afinidad política. Finalmente, cuatro de cada 10 mexicanos (40.4%) en territorio nacional no tienen identificación partidista alguna, mientras que la proporción correspondiente entre los mexicanos en Estados Unidos es de casi seis de cada 10 (56.5%).

Hecho en México: exportación de equipaje político; desafío a la consolidación democrática

Las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2012 contaron con 40 mil 714 votos emitidos en el extranjero. Josefina Vázquez Mota recibió 42.2% de ellos; Andrés Manuel López Obrador, 39%; Enrique Peña Nieto, 15.6%; Gabriel Quadri de la Torre, 2%; candidatos no registrados recibieron 0.2% de los votos y el restante 1% de los sufragios se anuló. De manera intuitiva al escuchar estos resultados, los mexicanos que residen en territorio nacional probablemente concluyeron que en 2012 sus connacionales viviendo más allá de las fronteras tienen preferencias políticas distintas a las imperantes en el país que dejaron atrás hace algún tiempo. La conclusión no es equivocada (véase McCann *et al.*, 2009), pero está basada en una fotografía por demás incompleta (para otro estudio detallado en el tema, véase Leal *et al.*, 2012). La fotografía provista por estos resultados es simplemente una toma parcial de la dimensión política tras el fenómeno migratorio en México.

El objetivo principal de este capítulo ha sido ofrecer un análisis sistemático acerca de las creencias, actitudes, percepciones y comportamientos políticos de la población de probables migrantes en nuestro país. Para ofrecer esa toma completa del perfil político de los probables migrantes, primero fue necesario mostrar que la probabilidad subjetiva de migración en la encuesta del CNEP México 2012 es una forma conceptualmente válida y metodológicamente confiable para medir dicha intención. Utilizando un modelo de regresión logística ordinal, los resultados sugieren que, en general, los mexicanos que consideran irse “al otro lado” en los próximos dos o tres años son exactamente los individuos que la literatura interdisciplinaria especializada en el tema de la intención migratoria sugiere dadas las características sociales, económicas y demográficas de estos individuos.

Los mexicanos que expresan interés en migrar hacia Estados Unidos en un futuro cercano son relativamente más jóvenes que el resto de la población, carecen de empleo remunerado, provienen tanto de la región norte como sur del país y tienen un familiar o pariente cercano viviendo en Estados Unidos. La probabilidad de considerar migrar es todavía mayor si dicho familiar o pariente cercano ha enviado remesas en los últimos 12 meses. Otro factor que incrementa la intención de migrar

a Estados Unidos es el simple hecho de haber visitado el vecino país del norte, particularmente si la visita tuvo lugar en los últimos tres años.

Dentro del campo de la psicología de la migración, este capítulo ofrece una contribución original con respecto al papel fundamental que juega la personalidad de los individuos en determinar la intención migratoria en México. De manera específica, utilizando el marco teórico de las cinco grandes dimensiones de la personalidad, este capítulo ofrece evidencia contundente de que los individuos con mayores niveles de apertura a la experiencia tienen una probabilidad significativamente mayor de considerar migrar a Estados Unidos que sus contrapartes con menores niveles de apertura a la experiencia. De hecho, como se mostró con anterioridad en este capítulo, los efectos de la apertura a la experiencia en la intención migratoria son al menos equivalentes a los de tener un familiar o pariente cercano en Estados Unidos que envió dinero en los últimos 12 meses.

Con respecto a la evidencia empírica presentada comparando el perfil político de la población de probables migrantes con el del resto de la población en México, este capítulo ofrece una serie de resultados que invita a la reflexión. Si bien es cierto que los probables migrantes no difieren de manera sistemática del resto de la población en cuanto a la distribución de sus predisposiciones ideológicas ni de sus identificaciones partidistas, los resultados también sugieren que la población de probables migrantes es políticamente más interesada y activa que el resto de los mexicanos. Además, los probables migrantes tienen un mayor sentido de eficacia interna que el resto de la población en México y también muestran una mayor adherencia a la creencia de que la opinión de las minorías cuenta. En otras palabras, los probables migrantes son precisamente la clase de ciudadanos que la democracia requiere para ser sustantiva y sustentable en el largo plazo en este país. Perderlos de manera sistemática constituye uno de los desafíos más graves que la democracia en México puede enfrentar en un futuro cercano si no se pone un alto a esta tendencia.

En términos políticos, la tragedia más grave para los probables migrantes es que el equipaje político (Wals, 2009, 2011 y 2013) que se llevarían consigo tampoco sería aprovechado a su máximo potencial en el vecino país del norte. A pesar de la afinidad de sus valores con la mayoría de los habitantes de Estados Unidos (Moreno, 2005), de sus

opiniones positivas y relativa familiaridad con la política de ese país, así como de su potencial en esta materia, los migrantes mexicanos no son incorporados de manera sistemática a una vida cívica activa una vez que están del “otro lado”. Dado su estatus migratorio, pasarán años de residencia legal continua —al menos seis o siete en el más optimista de los escenarios— para que estos individuos puedan tener derecho a votar en las elecciones de ese país. Como resultado, los migrantes mexicanos son condenados a un limbo político entre ambas naciones. Parafraseando la obra maestra del cantautor argentino, Facundo Cabral, los mexicanos residiendo en Estados Unidos *no son de aquí ni son de allá* y —al menos temporalmente— han perdido su edad para votar y su porvenir en términos políticos. Pero esa es tinta que aguarda escribir un capítulo diferente.

Por ahora, concluyo enfatizando que los migrantes mexicanos no sólo representan una pérdida de capital humano para la economía del país. Estos individuos también representan una pérdida significativa de capital político para la vida democrática de México, que este país no puede darse el lujo de perder cruzado de brazos. Después de todo, la evidencia presentada aquí sugiere que estos probables migrantes son individuos quienes de manera sistemática reportan mayor interés e involucramiento en la política nacional. La exportación constante de esta porción de la población mexicana puede generar, en el mediano y el largo plazos, una población de ciudadanos más apáticos y desconectados de los procesos político-electorales de este país. Si en verdad valoramos la participación activa ciudadana como uno de los pilares de la democracia mexicana, es importante que los probables migrantes encuentren mayores incentivos a quedarse en este país para transformarlo desde dentro utilizando su capital político en México y no mediante el envío de remesas desde “el otro lado”. Escribo las líneas finales de este capítulo con la sincera esperanza de que éstas sean el inicio de un diálogo inteligente sobre las consecuencias no deseadas que la constante exportación de capital político por la vía México-Estados Unidos puede significar para el país en el futuro inmediato y para buscar soluciones efectivas a este problema.

Apéndice

Estadísticas descriptivas de variables
incluidas en modelo de intención migratoria

<i>Variables</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>
<i>Dependiente</i>					
Probabilidad subjetiva de migración	1,583	0.428	0.838	0	3
<i>Independientes</i>					
<i>Vínculos y familiaridad con Estados Unidos</i>					
Familiares enviaron dinero últimos 12 meses	1,579	0.088	0.284	0	1
Familiares no enviaron dinero últimos 12 meses	1,579	0.360	0.480	0	1
No tiene familiares en EEUU	1,585	0.550	0.497	0	1
Ha visitado EEUU en los últimos tres años	1,573	0.074	0.262	0	1
Ha visitado EEUU más de tres años	1,573	0.174	0.379	0	1
Nunca ha visitado EEUU	1,573	0.752	0.432	0	1
Sabe el lugar donde residiría en EEUU	1,600	0.331	0.471	0	1
<i>Sentido individual de pertenencia geográfica</i>					
Ciudad o municipio	1,575	0.475	0.500	0	1
Estado o región	1,575	0.152	0.359	0	1
País (México)	1,575	0.278	0.448	0	1
Latinoamérica	1,575	0.029	0.167	0	1
Norteamérica	1,575	0.006	0.079	0	1
El mundo entero	1,575	0.060	0.238	0	1

<i>Dimensiones de personalidad</i>					
Apertura a la experiencia	1,582	13.010	4.584	0	18
Extraversión	1,587	10.418	5.732	0	18
Amabilidad	1,581	14.245	3.857	0	18
Responsabilidad	1,587	14.139	4.133	0	18
Estabilidad emocional	1,592	14.054	4.266	0	18
<i>Estatus de empleo</i>					
Sin empleo remunerado	1,565	0.478	0.500	0	1
Sin empleo remunerado × apertura	1,554	6.071	7.192	0	18
Sin empleo remunerado × extraversión	1,555	4.696	6.330	0	18
<i>Variables demográficas</i>					
Educación formal (en número de años)	1,594	9.208	4.620	0	20
Educación formal × apertura	1,580	122.283	77.056	0	360
Educación formal × extraversión	1,582	100.138	80.401	0	360
Ingreso familiar (en miles de pesos al mes)	1,600	5.063	4.847	1.35	37.50
Edad	1,600	42.08	16.024	18	93
Género (Hombre)	1,600	0.499	0.500	0	1
<i>Región del país</i>					
Norte	1,600	0.230	0.421	0	1
Centro-Occidente	1,600	0.240	0.427	0	1
Centro	1,600	0.310	0.463	0	1
Sur	1,600	0.220	0.414	0	1

CAPÍTULO XI

El malestar democrático en México

Alejandro Moreno y Shannon K. O'Neil

La opinión pública mexicana acerca de la democracia muestra focos rojos luego de la elección presidencial de 2012. El apoyo popular a la democracia registra una baja notable respecto del nivel observado hace seis años: la mayoría de los ciudadanos percibe deterioro en vez de avance en el carácter democrático del país, y el sentimiento de insatisfacción con el funcionamiento de la democracia va al alza. Todo esto se acompaña de una amplia creencia de que la elección presidencial de 2012 estuvo marcada por irregularidades.

Acaso éstos podrían ser componentes de un síndrome de desilusión democrática que acecha a la sociedad mexicana y cuyas causas pueden estar en el creciente malestar ciudadano ante la inseguridad, la situación económica y la corrupción. Lo más llamativo es que ni el resultado de la elección presidencial (el voto de castigo al Partido Acción Nacional [PAN] como partido gobernante) ni el cambio de gobierno (el regreso del Partido Revolucionario Institucional [PRI] a la Presidencia) parecen generar optimismo entre los mexicanos. El nuevo gobierno de Enrique Peña Nieto tiene frente a sí a una sociedad menos esperanzada en la democracia.

En este artículo analizamos los resultados para México de la encuesta del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP). La encuesta CNEP es un estudio internacional que se lleva a cabo en varios países después de celebrarse comicios nacionales. En México, la encuesta se ha realizado a nivel nacional en dos ocasiones: en la elección presidencial de 2006 (a 2,116 adultos entrevistados después de la elección, en julio de ese año) y en la elección presidencial de 2012 (a 1,600 adultos entrevistados también en julio). Esta última contó con el patrocinio del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados.

La comparación de las respuestas de los entrevistados en ambos entornos poselectorales nos permite documentar que las percepciones que hay en el país acerca de la democracia son mucho más negativas hoy de lo que eran en 2006. Nuestro objetivo es reflexionar acerca de este malestar democrático y de los problemas a los que se enfrentará el nuevo gobierno de Enrique Peña Nieto para fortalecer la confianza ciudadana en la democracia.

La mejor forma de gobierno

La mexicana nunca ha estado entre las sociedades que expresan una gran convicción democrática. Después de la elección de la alternancia, en 2000, los indicadores de apoyo democrático en el país mostraban que la mayoría de los mexicanos había recibido a la democracia con entusiasmo; pero incluso en ese año, era evidente que el apoyo popular al sistema democrático era bajo, en comparación con lo que se observaba en otros países y regiones del mundo: dos tercios de mexicanos (65%) apoyaban un sistema democrático de gobierno, comparado con porcentajes superiores a 80% en Europa y Latinoamérica, y por arriba de 70% en Asia, África y en el mundo poscomunista, según datos de la Encuesta Mundial de Valores.

Por lo visto, el apoyo a la democracia en México no sólo es bajo, sino que además va a la baja. Según la encuesta CNEP, de 66% de los mexicanos que en julio de 2006 opinaban que “la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno”, la proporción disminuyó a 54% en julio de 2012.

Esta caída en el apoyo a la democracia resulta disonante si pensamos que una mayor democratización en el país debería ir acompañada por

crecientes actitudes sociales de apoyo al régimen democrático. Pero otra pregunta del CNEP nos confirma la erosión en el apoyo popular a la democracia. Según la encuesta, la proporción de ciudadanos que están “muy de acuerdo” con la frase “la democracia puede tener problemas, pero es el mejor sistema de gobierno”, bajó de 47 a 30% de 2006 a 2012. Ésta parece una señal inequívoca de que la convicción democrática en el país está debilitada.

Este deterioro refleja, en parte, el legado de la elección presidencial de 2006, cuando Andrés Manuel López Obrador se negó a reconocer los resultados de la cerrada contienda. Su discurso de denuncia contra el presidente Felipe Calderón y el sistema político en general se extendió durante el sexenio, y amainó al competir por segunda vez por la Presidencia en 2012. Al no mostrarse como una oposición leal democrática, su retórica debilitó la creencia de sus seguidores en las instituciones del país.

Por otro lado, el declive del apoyo a la democracia también refleja los contratiempos económicos de los últimos años. La crisis financiera internacional de 2008 golpeó a México más que al resto de los países latinoamericanos debido a sus vínculos más cercanos con la economía de Estados Unidos. La economía mexicana tuvo un golpe adicional en 2009 a causa de la gripe AH1N1. Aunque algunos gobiernos y organizaciones internacionales aplaudieron la rápida y comprensiva reacción de México, el costo sumó cientos de millones de dólares y se extendió a miles de millones en pérdidas en el sector turismo. Luego de cierta recuperación económica en 2010 y 2011, el crecimiento de los empleos siguió rezagado. Más de 2 millones de empleos creados durante el sexenio del presidente Calderón, según las cifras del Sexto Informe de Gobierno, no fueron suficientes para mantener el ritmo en el número de mexicanos que entraron al mercado de trabajo.

Pero quizás el factor que más ha incidido en el debilitamiento de la creencia en la democracia es la inseguridad. En 2007, se registraron poco más de 2 mil muertes relacionadas con la violencia por las drogas, mientras que en 2011 el número había ascendido a 16 mil. Estas cifras pueden variar, pero la tendencia ha sido ascendente. Más importante aún para el ciudadano promedio es el aumento en la tasa de delitos: 40% de los mexicanos afirmó haber sido víctima del crimen en el último año (2011), lo que situó a México como el lugar más peligroso de Latinoamérica, según las cifras del estudio Latinobarómetro. La crecien-

te inseguridad no sólo ha tenido serias consecuencias económicas y sociales, sino también para la democracia mexicana. Las virtudes de la competencia democrática pueden parecer un consuelo menor para los ciudadanos, cuando les preocupa más la seguridad de su patrimonio, de su vida y la de sus familias.

Más aún, la creciente transparencia e independencia mediática han dejado al descubierto, en varias ocasiones, las debilidades del sistema mexicano y la corrupción que le acompaña. Las historias de corrupción entre los políticos y de filtraciones del narco en las instituciones son revelaciones que cierta y obviamente pueden disminuir la convicción de los mexicanos en la democracia y en su funcionamiento.

Oferta democrática

Los politólogos han tomado prestados de los economistas los conceptos de oferta y demanda cuando analizan las diversas actitudes ciudadanas hacia la democracia. La demanda suele verse como el porcentaje de la población que apoya a la democracia, en el sentido de que esa forma de gobierno se considera algo deseable. Las preguntas citadas arriba reflejan una demanda popular en el sentido de que “la democracia es preferible” o que “la democracia es el mejor sistema de gobierno”. Una genuina demanda democrática (la convicción por la democracia) debería estar acompañada por un bajo apoyo popular (una menor demanda) a otras formas alternativas —no democráticas— de gobierno.

En contraste, el lado de la oferta se refiere a la disponibilidad y a la calidad de la democracia, como una especie de bien o servicio. Esto suele representarse mediante las percepciones ciudadanas acerca de cuánta democracia hay y qué tan bien o mal está funcionando. Para el primer aspecto, las encuestas internacionales, como el CNEP, miden las percepciones de la gente acerca de cuán democrático es el país, mientras que para el segundo aspecto, se pregunta qué tan satisfecha o insatisfecha está la población con el funcionamiento de la democracia.

La encuesta CNEP registra una disminución de la oferta democrática en ambos sentidos. De 2006 a 2012, el porcentaje de entrevistados que considera que México es una democracia plena bajó de 15 a 10%, mientras que el porcentaje que opina que es una democracia con problemas menores disminuyó de 48 a 26%. Tomando la suma de ambas opiniones

como un indicador de la gente que ve a la democracia en buen estado, la caída en esa percepción ha sido de 63 a 36% en seis años.

Por el contrario, el porcentaje de entrevistados que considera que México es una democracia con problemas severos aumentó de 26 a 34%, mientras que la proporción que simplemente no cree que el país sea una democracia aumentó de 7 a 28%. La suma de ambas opiniones indica un cambio de 33 a 62% en la proporción de mexicanos que ve en mal estado la democracia en el país.

El otro indicador de oferta democrática, la satisfacción con su funcionamiento, confirma el sentimiento de malestar. En julio de 2006, luego de una polarizante elección y un conflicto poselectoral, 56% de los entrevistados a nivel nacional manifestó que estaba muy o algo satisfecho “con la manera como la democracia está funcionando en el país”, cifra que superó al 42% que dijo sentirse poco o nada satisfecho. El nivel de insatisfacción con la democracia era alto pero minoritario.

En contraste, en julio de 2012, el nivel de insatisfacción con la democracia fue mucho más alto: 70%. El 29% dijo estar muy o algo satisfecho. La proporción de quienes dijeron que no estaban nada satisfechos aumentó de 15 a 36% de una elección a otra. Retomando la terminología señalada, puede decirse que la oferta democrática en el país es limitada (se percibe poca democracia) y de calidad cuestionable (no se ve que esté funcionando bien).

A diferencia de la economía, en donde la valoración de los bienes y servicios se fija por una relación inversa entre la oferta y la demanda, en la política la oferta y la demanda democráticas parecen moverse en la misma dirección. En cualquier país que aspire a tener una democracia de calidad se espera que haya un amplio apoyo ciudadano a la democracia (la fuente de legitimidad por principio) y que los gobiernos sean de hecho democráticos y responsivos. En México, efectivamente, estos dos aspectos se mueven juntos, pero en declive: la encuesta CNEP registra una menor convicción respecto a la democracia (apoyo), un deterioro democrático (disponibilidad) y una creciente insatisfacción con la democracia en el país (funcionamiento). Tanto la demanda como la oferta caen, fenómeno que ha llegado a interpretarse como una democracia devaluada.

Aunque esto lo indican las opiniones y percepciones de la gente, la evidencia institucional puede ir en sentido inverso. En comparación con lo que sucedía hace 20 años, el sistema político mexicano tiene hoy pe-

sos y contrapesos democráticos reales. Desde 1997, el gobierno dividido ha cambiado las formas como el presidente negocia con el Congreso y cómo los políticos negocian entre sí. Durante los 70 años del PRI en el gobierno, el Congreso solía aprobar las iniciativas del presidente sin mayor aspaviento. Hoy día, con múltiples partidos y sin mayoría absoluta, los partidos están obligados a trabajar para pasar proyectos legislativos grandes y pequeños. De hecho, la queja más común es la parálisis legislativa —un problema, sí, pero también un signo de madurez de las instituciones democráticas mexicanas.

El Poder Judicial también ha ganado autonomía, especialmente al más alto nivel. Desde que se profesionalizó en 1990, la Suprema Corte de Justicia de la Nación se ha transformado en un árbitro independiente. Si bien alguna vez seguía una línea partidista, desde entonces la Corte ha mostrado una nueva independencia, en algunos momentos incluso defendiendo el interés público contra las grandes empresas al derribar legislación dañina para los consumidores, como la llamada “Ley Televisa”. La Corte también ha fortalecido a los reguladores frente a monopolios y oligopolios. Si antes los medios de comunicación actuaban coludidos con el gobierno, quien controlaba sus contenidos y sus procesos de impresión, ahora el llamado “cuarto poder” es mucho más autónomo y crítico. La sociedad civil también ha encontrado una voz y un papel independientes, y ha logrado presionar al gobierno en muchos temas importantes, incluida la transparencia, las reformas judiciales y los derechos de las mujeres.

Los grupos de la sociedad civil han utilizado los medios impresos tradicionales y las redes sociales para abogar por sus causas, exponer públicamente a funcionarios públicos corruptos e incentivar una mejor conducta de quienes toman las decisiones de política pública en el país. Aunque ninguna de estas fuerzas “democratizadoras” es perfecta, la diferencia respecto de hace 20 (o incluso hace 10) años es sustancial. Todo esto hace que el deterioro en las percepciones de la democracia sea aún más preocupante.

El eslabón electoral

Además de los sentimientos predominantes de malestar ante la inseguridad, el estado de la economía y la corrupción, que la mayoría de las encuestas marca como las principales preocupaciones de la gente en

México, la creciente decepción democrática tiene un eslabón electoral. La mayoría de los mexicanos opina que las elecciones sí se llevan a cabo de manera libre y justa en el país, pero también la mayoría percibe que en 2012 hubo razones serias para dudar de los resultados de la elección presidencial.

Según el estudio CNEP, la proporción de entrevistados que dijo estar “muy de acuerdo” o “algo de acuerdo” con que las elecciones en México “son libres y justas” fue de 61% en julio de 2012. Si bien ésta es una postura mayoritaria, ciertamente es menor a lo registrado seis años antes, cuando la encuesta arrojó 76%. La proporción de entrevistados que no está de acuerdo aumentó de 22 a 38%. El escepticismo hacia las elecciones estuvo cerca de duplicarse de una elección presidencial a otra.

Las percepciones de que el voto es respetado también se mantuvieron como un punto de vista mayoritario entre la población, pero con el mismo síntoma de deterioro. El porcentaje de entrevistados que está de acuerdo con la frase “el voto de los mexicanos es plenamente respetado” bajó de 66 a 52% de 2006 a 2012, mientras que el porcentaje en desacuerdo aumentó de 31 a 46%. La sociedad mexicana está hoy mucho más dividida que hace seis años en cuanto opinión sobre la integridad de las elecciones.

La señal más clara de división es la calificación que le otorgaron los ciudadanos a los comicios del 1 de julio de 2012, la cual se partió prácticamente en tres tercios: 31% opinó que las elecciones “se llevaron a cabo en forma plenamente confiable”, 35% asintió que “estuvieron bien pero con irregularidades menores” y un 32% apuntó que la elección “estuvo llena de irregularidades y los resultados no son confiables”. Como era de esperarse, estas posturas se relacionan con la preferencia política de los entrevistados: los seguidores de Andrés Manuel López Obrador comparten mayoritariamente la tercera opción (“los resultados no son confiables”), los de Enrique Peña Nieto la primera (“plenamente confiable”) con una proporción importante que se inclina hacia la segunda (“irregularidades menores”) y tanto los seguidores de Josefina Vázquez Mota como los votantes independientes se distribuyeron entre la segunda y la tercera opción. La calificación de las elecciones refleja un sesgo de ganadores y perdedores.

¿De dónde proviene, principalmente, la idea de que les faltó integridad a las elecciones de 2012? La encuesta CNEP señala que una posibili-

dad es la forma como se utilizó el dinero. El 55% de los entrevistados cree que hubo quienes excedieron el tope de gastos de campaña, y 52% considera que hubo compra masiva de votos. Esta última percepción parece más influida por el ambiente informativo que por la experiencia directa, en tanto que 12% de los entrevistados afirmó que “alguien le ofreció algún regalo o compensación para votar por un candidato o partido específico”. El 75% de ellos señaló que dicho ofrecimiento provino de parte de la campaña de Enrique Peña Nieto. Los cambios a la ley electoral en este sexenio dieron una nueva modalidad al uso del dinero por parte de los partidos políticos, cuya publicidad en medios solía significar un fuerte gasto y ahora no.

La democracia y el nuevo gobierno

La comparación de las encuestas CNEP de 2006 y 2012 documenta una erosión de la legitimidad democrática en México. Dicha legitimidad tiene dos lados, uno de principios (el apoyo y la convicción democráticos) y una de disponibilidad y desempeño (cuán democrático es el país y cuán satisfechos están los mexicanos con el funcionamiento de la democracia). La literatura internacional sobre el tema apunta que ha habido una “recesión democrática” en el mundo, más generalmente hablando, un déficit democrático. Pero dicho déficit se centra, fundamentalmente, en el lado de la disponibilidad y el desempeño, más que en el de los principios y la convicción. Sin embargo, en México, la erosión de la legitimidad democrática incluye los principios y las convicciones, el apoyo popular, la creencia de que la democracia “es el mejor sistema de gobierno”. No es solamente la falta de resultados, sino un resquebrajamiento de las convicciones.

La vitalidad democrática en un país requiere que esa legitimidad por principios sea fuerte. Tanto el nuevo gobierno como las instituciones mexicanas en su conjunto tienen frente a sí la tarea de fortalecerla. Es probable que para lograrlo tengan que cambiar las condiciones de inseguridad y malestar económico, pero también de integridad y transparencia institucional.

Conclusiones

*Gerardo Maldonado, Alejandro
Moreno y Gustavo Meixueiro*

Las elecciones presidenciales de 2012 representaron un avance en la consolidación del sistema mexicano de partidos. Los fundamentos partidarios e ideológicos del electorado no sólo se reafirmaron sino que aumentaron su capacidad explicativa del voto comparados con 2006. Asimismo, factores de corto plazo como la imagen de los candidatos se afianzaron como un predictor del sufragio de los mexicanos para presidente. No obstante, las evaluaciones económicas y de evaluación de gobierno resultaron más débiles. Éstas son tan sólo algunas de las lecciones que derivamos de los análisis en este libro.

El esfuerzo conjunto de los capítulos ha sido entender el comportamiento electoral de los mexicanos desde la perspectiva teórica del *embudo de la causalidad* del voto (Campbell *et al.*, 1960; Dalton, 2008). El modelo del embudo de la causalidad es un arreglo de factores secuenciales que incluyen variables estructurales, predisposiciones políticas e influencias de corto plazo en el voto. El principal reto fue ofrecer explicaciones claras y concisas acerca de cómo los mexicanos deciden su voto presidencial, cómo se informan durante las campañas y cuál es la naturaleza de las principales coaliciones electorales. Los análisis aquí mostrados señalan que, fuera de debilitarse, aspectos como el partidis-

mo se están fortaleciendo en el país. Éstas parecen ser buenas noticias, ya que hablan acerca del proceso de institucionalización y “regularidad” democrática.

Sin embargo, otros resultados señalan cierto desgaste, desilusión y apatía. Las noticias en esos rubros son menos buenas. La democracia en el país ha sufrido un deterioro de imagen; lejos de mejorar, el apoyo y la satisfacción con la democracia van a la baja. Esta paradoja resulta muy significativa. Por un lado, los mexicanos ejercen el sufragio cada vez más como lo hacen los votantes en democracias avanzadas. Por otro lado, la convicción democrática en México es débil, la percepción de compra de votos es amplia y la desconfianza en el entorno institucional es persistente. La sociedad mexicana camina hacia su futuro en medio de estos desencuentros políticos, con falta de fe en las instituciones pero con un importante arraigo en los partidos o sus líderes. No faltará quien aplauda los avances ni quien reproche los rezagos. Pero, ¿cuáles son las historias específicas que se derivan de los diversos capítulos y el uso de la Encuesta CESOP-CNEP en México?

Como ya se mencionó, es posible afirmar que la perspectiva del embudo de la causalidad resulta un instrumento útil para explicar el comportamiento electoral mexicano. Nos permite establecer algunas conclusiones, si no definitivas por lo menos bastante claras, acerca de los elementos de largo y corto plazos que influyen en la conducta del votante. Lejos de ser meramente descriptivos, los capítulos son textos analíticos rigurosos, tanto en sus planteamientos teóricos, como en su diseño y análisis empíricos. Esto permite establecer paralelos entre el comportamiento político de los mexicanos en la elección 2012 y en la de 2006, así como tender puentes con los trabajos sobre comportamiento electoral en otras democracias, tanto nuevas como establecidas.

Elementos de largo plazo: ¿Institucionalización del sistema de partidos?

Pese a ser una democracia relativamente nueva, en México existen algunos factores conocidos como de largo plazo que ordenan y dan regularidad, incluso cierta predictibilidad, al comportamiento electoral de los ciudadanos. Aunque débiles, algunos rasgos sociales tienen correspondencia con las preferencias políticas. Esto significa que hay algunos

elementos estructurales de anclaje del voto, como la región, el tipo de localidad, o incluso en algunos casos la religión, la escolaridad, el género o las diferencias generacionales. Para buena parte de la literatura de política comparada, estos anclajes son una evidencia de la institucionalización del sistema de partidos en México (Mainwaring y Scully, 1995; Maiwaring y Torcal, 2006).

En su capítulo, Alejandro Díaz Domínguez muestra que algunos elementos estructurales, principalmente los niveles educativos, la localidad de residencia (urbana o rural), la denominación religiosa y el grado de religiosidad, son relevantes en la explicación del voto. Otros capítulos también reportan que la región es una variable muy importante: es evidente a lo largo de varias elecciones la fuerza del PAN en el Bajío o la del PRD en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Rosario Aguilar encuentra que el género también es determinante tanto de las actitudes como del comportamiento de los mexicanos, en especial de las mujeres. Ambos estudios revelan que las características sociodemográficas y geopolíticas de los mexicanos sí ayudan a explicar algunos patrones o regularidades del voto en México. En 2012, la candidata del PAN parece haber influido en el aumento del involucramiento político de las mujeres en general, pero trajo consigo ambivalencias para electores que normalmente, por razones ideológicas, no quisieran ver a una mujer en la Presidencia. Efectivamente, para ventaja o desventaja de una candidata, el género importa.

Más aún que los factores estructurales, las predisposiciones políticas añaden un peso muy importante al modelo de voto, en particular la ideología política y, sobre todo, la identificación partidista. Mariano Torcal encuentra que la escala ideológica de izquierda-derecha sirve como una heurística útil para orientar el voto. Según su análisis, en la elección de 2012 aumentó el porcentaje de mexicanos que se ubicaron en esa escala política comparando con 2006, y la escala muestra un mayor contenido en la elección más reciente. Torcal reporta que la ideología política tiene un fuerte contenido partidista, aunque también es importante su trasfondo valorativo. Tanto Torcal como Aguilar Pariente coinciden en que la ideología es un condicionante decisivo en el comportamiento político de los mexicanos. La orientación ideológica importa.

En su capítulo, Ma. Fernanda Somuano confirma un hallazgo de varios estudios previos: que la identificación partidista es el elemento con

mayor fuerza explicativa del comportamiento electoral mexicano. No obstante, Somuano reporta la presencia de ciudadanos apartidistas y, en particular, de electores independientes altamente cognitivos, es decir, electores no comprometidos con ninguna opción partidaria pero altamente involucrados en la política. Este fenómeno implica un electorado disponible pero crítico, apartidista pero participativo.

Los hallazgos de Torcal y Somuano se complementan muy bien y nos permiten derivar algunas conclusiones tentativas. En primer lugar, así como Torcal encuentra que el principal componente de la ideología política es el partidismo, Somuano muestra que la identificación partidista está constituida por un claro elemento ideológico. El argumento no necesariamente es redundante, ya que en algunos casos la ideología puede preceder a la identificación partidaria y viceversa. En Europa, por ejemplo, la identificación política puede ser con un bloque ideológico (izquierda, centro, derecha) que incluye a diversos partidos. Ambos factores —la ideología y el partidismo— sirven como claros distintivos políticos, así como atajos informativos o heurísticos que facilitan el razonamiento electoral de los mexicanos.

En segundo lugar, estos capítulos muestran que tanto ideología y los partidismos están influidos por algunos elementos estructurales (como la religiosidad, la educación, el género o la región). Esto significa que no son puramente predisposiciones políticas sino que reflejan hasta cierto punto las realidades sociales. Finalmente, ambos capítulos ayudan a entender por qué los individuos dicen identificarse o no con algún partido y ubicarse o no en la escala ideológica. La adopción tanto de la identificación partidista como de la ideología política parece ser una consecuencia de la movilización cognitiva de los ciudadanos, de los mayores flujos de información política y de la agencia de los partidos políticos. En este sentido, el capítulo de Gustavo Meixueiro aporta una clasificación adicional a la taxonomía política de México: los independientes no son todos iguales, se diferencian por su grado de movilización cognitiva (Dalton, 2008) y por las implicaciones que tienen finalmente en el reparto y distribución de votos. Además, Meixueiro señala que el segmento de los votantes independientes se debe analizar tomando en consideración que estos electores no son iguales entre sí, ya que algunos de ellos tienen una identificación partidista oculta, que los lleva a parecerse a los votantes partidistas. Así, las estrategias más

exitosas que los partidos políticos adopten en las futuras elecciones dependerán de la naturaleza de sus partidarios o coaliciones estables, así como de las características y puntos de vista de los electores disponibles (apartidistas), críticos, y altamente movilizados. En 2000, Fox ganó ese segmento fácilmente (Moreno 2003); en 2006, se dividieron casi por partes iguales entre Calderón y López Obrador (Moreno, 2009); en 2012, los independientes alineados favorecieron mayormente al candidato de la izquierda, en tanto que los independientes puros se inclinaron por Peña Nieto. El voto de los primeros no fue suficiente para derrotar a la masa de partidarios priistas y de independientes puros activados en esos comicios.

Elementos de corto plazo: Dos historias de intermediación política

Fuera de la regularidad política que pueden establecer los factores de largo plazo, la coyuntura también importa. Varios capítulos del libro demuestran que los elementos de corto plazo subyacen a la volatilidad que aún es comparativamente alta en México. Entre las variables que se consideran como factores de corto plazo, el libro enfatiza las que reflejan procesos de información y comunicación política. Diversos estudios ponen énfasis en las evaluaciones sobre el gobierno y la economía; la aprobación presidencial; las opiniones sobre candidatos o temas específicos en las campañas. Nuestra atención en la información y la comunicación no es una decisión arbitraria, como tampoco un intento por ignorar una amplia e importante literatura sobre voto económico, sino que responde al hecho de que los procesos de comunicación han sido factores menos estudiados.

Para eso, la Encuesta CESOP-CNEP es una herramienta muy útil. Este estudio se distingue de otras encuestas electorales por el peso teórico y empírico que pone en los elementos de intermediación política, en específico la información transmitida a través de conversaciones políticas, medios de comunicación y, más recientemente, internet. Por ello, los capítulos correspondientes a los factores de corto plazo se centran precisamente en el efecto de intermediarios políticos y de los flujos de información. La elección presidencial de 2012 fue de alta intensidad, sobre todo, a partir de mayo, cuando el surgimiento de un movimiento

estudiantil declaradamente en contra del candidato del PRI y que demandaba una cobertura balanceada de las campañas en los medios electrónicos, particularmente la televisión, puso un mayor ritmo al proceso de comunicación. Los jóvenes del movimiento mostraron, además, un rasgo nuevo en las elecciones mexicanas: el uso de las redes sociales como mecanismo de movilización política.

Los capítulos destinados a estos temas de información permiten contar dos historias paralelas, pero distintas: una, de mecanismos tradicionales de intermediación y otra, de nuevos intermediarios. En el caso de la historia tradicional, estos capítulos confirman que en México, al igual que en otros países, las conversaciones políticas —con familiares, amigos, vecinos o compañeros de trabajo— son un intermediario fundamental para el comportamiento político, incluso controlando por elementos estructurales y frente a otras fuentes de información (en particular televisión o periódicos). Esto se puede sustentar con base en un par de resultados. Por un lado, el capítulo de Gerardo Maldonado reporta un aumento en el número de personas con quienes los individuos conversan sobre política; también expone que la discusión con interlocutores que favorecen alguna opción política aumentó la probabilidad de votar en el mismo sentido. Las conversaciones políticas sirven, entonces, como un mecanismo de refuerzo de las decisiones electorales. Y los ciudadanos perciben bien el entorno político que les rodea, es decir, perciben las inclinaciones de aquellos con quienes conviven cotidianamente. En ese tenor, Carlos Muñoz Muriel y Victoria Isabela Corduneanu demuestran que la conversación política es un mediador relevante entre el consumo de información política en medios de comunicación y las actitudes políticas y cívicas individuales. Así, las conversaciones políticas sirven también como transmisor efectivo de información valiosa que motiva la participación de los ciudadanos. Hablar de política con otras personas importa.

La conversación e interacción sobre temas políticos hoy día puede ser a través de redes sociales con las nuevas tecnologías. Manuel Guerrero, Eduardo Rodríguez-Oreggia y Carlos Machuca profundizan en este tema nuevo y poco explorado, argumentando que el “internauta” pertenece a una audiencia proactiva que se involucra y participa. Para estos autores, los internautas expresan sentimientos de mayor eficacia política interna, son críticos de la democracia y tienen menos confianza

política. Por ello constituyen una ciudadanía crítica altamente interconectada. En contraste, los “televidentes” utilizan primordialmente la televisión como fuente de información política, tienen niveles más altos de confianza política y una inclinación más fuerte hacia la democracia; a su vez, suelen hablar más con la familia, pero se sienten menos eficaces políticamente. Esta divergencia de electorados usuarios de medios tradicionales y nuevos figura como una nueva brecha de significación política importante. En 2012, usuarios de internet y redes sociales votaron más por el candidato de izquierda, mientras que los electores que utilizan más la televisión apoyaron primordialmente al candidato del PRI (Díaz-Domínguez y Moreno, en prensa).

Los debates que resultan de estos diversos capítulos seguramente servirán para aportar a una literatura que se propaga rápidamente y que tiene que ver con el vertiginoso cambio tecnológico y de comunicaciones, no sólo en México sino a nivel mundial. Mientras Maldonado plantea que en 2012 las limitaciones a la información vía medios de comunicación parece haberse compensado con mayor exposición a conversaciones políticas, los trabajos de Muñiz y Corduneanu, así como de Guerrero y sus coautores, establecen que la atención a las noticias vía medios de comunicación (en especial la televisión) es un buen predictor de la conversación política. Cabe decir que este último resultado debe ser matizado. Como relatan Muñiz y Corduneanu, el efecto mediador de la conversación política sobre la participación ocurre de manera primordial entre los individuos mayores de 30 años, es decir, que está condicionado por un efecto generacional.

En el caso de los menores de 30 años, la situación es relativamente distinta y comienza ahí una nueva historia de intermediación política. Entre la generación más joven de mexicanos la conexión entre medios de comunicación y participación está mediada por el intercambio interactivo *online* de mensajes políticos. Internet comienza a ser una fuente de información y un mecanismo de comunicación diferenciador del comportamiento de los ciudadanos. Benjamín Temkin y Georgina Flores-Ivich muestran que internet, aunque aún tiene un uso limitado entre los mexicanos, es el intermediario político que más avanzó de 2006 a 2012, y todo parece indicar que seguirá creciendo. Temkin y Flores-Ivich reportan que la exposición a la televisión es un predictor importante de la participación electoral, pero la exposición a internet

se volvió un factor crucial de movilización electoral en la contienda de 2012. Las nuevas tecnologías importan.

Las elecciones de 2012 en México mostraron que hay dos intermediarios políticos relevantes para explicar el comportamiento político: uno tradicional (las conversaciones políticas) y uno nuevo (internet). Las conversaciones políticas ayudan a fortalecer la decisión electoral e impulsan la participación ciudadana. Además, ocurre que su uso se complementa bien con otro intermediario tradicional: los medios de comunicación, en particular la televisión. El efecto creciente de internet en el comportamiento político está actualmente condicionado por la edad de los ciudadanos, y es más común entre individuos en mayor grado involucrados políticamente y más participativos en las elecciones. Se trata de una nueva brecha de relevancia política mayor, pero cuya magnitud aún es difícil de determinar.

Retos de la democracia mexicana: la migración y la legitimidad democrática

En el libro se abordan otros dos retos muy importantes para la joven democracia mexicana: el voto en el exterior y la legitimidad democrática. A partir de los datos de la Encuesta CESOP-CNEP, Sergio Wals analiza un fenómeno definitorio de México: una significativa cantidad de su población (alrededor de 10% en las últimas décadas) ha migrado fuera del país, principalmente a Estados Unidos, y un porcentaje mayor (según su estimación: casi 25%) podría seguir saliendo del país. La preocupación radica en que este grupo de migrantes probables son diferentes al resto de los otros ciudadanos no sólo en términos socioeconómicos; también en términos políticos y actitudinales. Como demuestra Wals, la probabilidad de emigrar ocurre entre ciudadanos más jóvenes, que carecen de empleo remunerado, que provienen de las regiones norte y sur y/o tienen parientes en Estados Unidos —lo cual magnifica la propensión migratoria si recibieron remesas o visitaron este país. Pero el principal hallazgo de Wals —y que sin duda es preocupante— es que los migrantes probables están más interesados en la política, son más activos políticamente, tienen un mayor sentimiento de eficacia política interna, actitudes más democráticas, y, por si fuera poco, una personalidad de mayor apertura a experiencias. Con los migrantes, el país pierde un bloque de capital humano políticamente muy activo.

En su capítulo, Alejandro Moreno y Shannon O'Neil reportan una marcada erosión de la legitimidad democrática en México entre 2006 y 2012. A diferencia de otras nuevas democracias donde el apoyo a la democracia crece, en México la convicción en la democracia va a la baja. Este deterioro democrático ha ocurrido tanto en la dimensión de principios (el apoyo y la convicción democrática), como en las dimensiones de disponibilidad y desempeño (han aumentado la insatisfacción con la democracia y el descrédito de cuán democrático es el país, así como las dudas de la limpieza y equidad de las elecciones). Además, a diferencia de democracias consolidadas, los autores señalan que las actitudes democráticas de los mexicanos parecen responder a situaciones coyunturales, como el legado del conflicto electoral de 2006, la crisis económica, la corrupción política, el problema de la inseguridad y el narcotráfico.

Los desafíos son claros para la democracia en México. Primero, la migración reduce un importante capital humano y una fuente de organización política relevante. Segundo, el déficit democrático en las actitudes políticas es disonante dadas las señales de consolidación en las instituciones y el sistema de partidos en México. Quien crea que no es importante la convicción democrática para avanzar en la democracia se equivoca.

¿Por qué ganó el PRI en 2012?

La elección de 2012 confirmó algunos patrones de votaciones pasadas y abrió otras vías de conducta nueva. Plantear la pregunta sobre el resultado electoral de manera distinta puede evocar explicaciones diferentes: ¿Por qué ganó Enrique Peña Nieto? ¿Por qué los electores devolvieron Los Pinos al PRI? ¿Por qué perdió el PAN? ¿Por qué no ganó López Obrador? El electorado priista es de baja escolaridad, más rural, conservador y está menos interconectado en las nuevas tecnologías de la información. La movilización de votantes jóvenes y escolarizados a través de movimientos como #YoSoy132 atrajo simpatías al candidato de izquierda, pero no tuvo un efecto desmovilizador en ese nicho priista. Si en 2000 ganó electoralmente un México urbano y educado, en 2012 la coalición ganadora fue muy distinta. El PAN tuvo un desgaste tras los últimos seis años de gobierno, el cual se acentuó por las condiciones económicas y de inseguridad previas a los comicios de 2012. Algunos

piensan que la candidatura presidencial de una mujer fue decisiva en la derrota, pero no está del todo claro. El desencanto por la administración pudo pesar más que la figura política. Resultaba difícil esperar que el PAN quedara rezagado a un tercer lugar, pero así fue. La contienda de los punteros se definió entre el PRI y la izquierda.

El PRI volvió a la Presidencia gracias a sus bases sociales más tradicionales. Ese partido se confirma como la opción con más seguidores en el país, no sólo el día de la elección, sino en la distribución de los partidismos y del espectro ideológico. El PRI atrajo en 2012 a mexicanos que habían votado por el PAN anteriormente, algunos por desgaste y otros por ser antiizquierdistas; también logró pasar la barrera de la edad acercándose a los nuevos electores que históricamente habían sido un factor de rechazo. Además, a un sector del electorado independiente. La imagen de Peña ayudó. En cuanto a López Obrador, su ascenso en las encuestas fue trepidante, pero no suficiente. Convenció a la izquierda y a un bloque importante de independientes pero no a panistas desertores, y mucho menos a los priistas que veían en su candidato una opción ganadora. El candidato de las izquierdas tuvo, sin embargo, un déficit en el DF, donde se ha concentrado su mayor fuerza —el candidato a Jefe de Gobierno obtuvo más votos que él. Pareciera que al final el PRI ganó no porque haya innovado o porque se haya reinventado, sino porque como partido ha contado con una base más leal, más estable y más nutrida que la de sus principales oponentes. Habrá que ver si su regreso al Poder Ejecutivo afianza o debilita esa masa partidaria.

Apéndice 1. Reporte metodológico de la Encuesta CESOP-CNEP México

El estudio CNEP (Comparative National Elections Project, por sus siglas en inglés) es un proyecto internacional diseñado para analizar el comportamiento electoral y los procesos de comunicación política durante las campañas electorales desde una perspectiva comparativa. Éste se ha realizado en México en dos ocasiones: la primera, bajo el contexto de las elecciones presidenciales de 2006, siguiendo un formato de encuesta tipo panel con entrevistas previas y posteriores a la elección (Fuentes-Beraín y Moreno, 2007), y la segunda, como una encuesta pos-electoral realizada inmediatamente después de los comicios presidenciales de 2012. En este apartado se describen las características técnicas del estudio. Más información acerca del proyecto internacional puede consultarse en la página de la Universidad de Lisboa <http://www.cnep.ics.ul.pt> o en la página del coordinador internacional, el Dr. Richard Gunther, en el Mershon Center for International Security Studies de la Universidad Estatal de Ohio (OSU): <http://mershoncenter.osu.edu/research/2012-2013/comparative-national-elections-project.html>.

Estudio CESOP-CNEP, México, 2012

El estudio CESOP-CNEP, México, 2012, consiste en una encuesta nacional realizada después de las elecciones presidenciales celebradas el 1 de julio de ese año. Se realizaron entrevistas personalmente, cara a cara, en la vivienda de los entrevistados, del 14 al 22 de julio, a una muestra de 1,600 adultos con credencial para votar vigente. Se utilizó un muestreo probabilístico multietápico en el cual se seleccionaron 100 secciones electorales como puntos de levantamiento a partir del listado de secciones del Instituto Federal Electoral (IFE) vigentes para las elecciones de ese año. En la clasificación de secciones se utilizó la estratificación de éstas según los criterios urbano-mixto-rural definidos por el propio IFE. Los 100 puntos corresponden a 78 municipios en 30 de los 31 estados del país y a 6 delegaciones del Distrito Federal. En cada punto se realizaron 16 entrevistas.

En cada sección electoral seleccionada se hizo también una selección de cuadras o zonas residenciales con base en la cartografía del IFE, y en cada cuadra se seleccionaron sistemáticamente hogares. Finalmente, en cada hogar se aplicó una entrevista a una persona elegible. En esta última etapa de selección se aplicaron cuotas por sexo y edad. La tasa total de no respuesta a la encuesta, calculada con base en los criterios de AAPOR (American Association for Public Opinion Research) fue de 51% (21 correspondiente a no contacto, 29 a rechazo y 1% de suspensiones).

El cuestionario utilizado en la encuesta 2012 corresponde a la etapa IV del cuestionario internacional CNEP, con algunas adecuaciones y preguntas adicionales para México. La mayoría de las preguntas son las mismas que se aplicaron en 2006, por lo que se pueden hacer comparaciones de las opiniones, actitudes y conducta electoral en las dos elecciones. No obstante, algunos fraseos cambiaron para reflejar el contenido del cuestionario internacional y hacer comparables los resultados con los de otros países. Para la pregunta sobre voto o preferencia electoral se utilizó un método de boleta secreta y urna.

El estudio 2012 en México contó con la colaboración y apoyo del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. Gustavo Meixueiro, director de Estudios de Opinión Pública del CESOP, y Alejandro Moreno, profesor en el Departamento de Ciencia Política del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM),

fungieron como investigadores principales. Sergio C. Wals, profesor de la Universidad de Nebraska, contribuyó al proyecto añadiendo una batería de preguntas sobre personalidad con el apoyo del Research Council Layman Award de la propia universidad, lo cual permitió aumentar el tamaño de muestra originalmente planeado de 1,400 entrevistas a 1,600 en total. El levantamiento estuvo a cargo de la empresa Varela y Asociados, y en éste participaron 40 encuestadores, 10 supervisores, dos coordinadores de campo, un director general de campo, un analista de sistemas, ocho capturistas y un supervisor de captura. Tanto en las etapas de diseño y realización de la encuesta, como en la edición y revisión del presente volumen, el proyecto contó con la ayuda de Karla Yuritzi Mendizábal.

Los datos de la Encuesta CESOP-CNEP, México, 2012, están disponibles para consulta en las páginas web del CESOP y del Departamento de Ciencia Política del ITAM.

El estudio de 2006 contó con el apoyo de la Dirección de Estudios Económicos y Sociopolíticos del Banco Nacional de México (Banamex) y los resultados y detalles técnicos pueden consultarse en el reporte disponible en las páginas antes mencionadas.

El siguiente cuadro resume las características técnicas de la encuesta y, además, ofrece la información del estudio panel realizado en 2006 como referente.

A1. Información sobre las muestras de la encuesta CNEP México en 2006 y 2012

	CNEP México 2006			CNEP México 2012
	<i>Preelectoral</i>	<i>Poselectoral</i>	<i>Transversal</i>	<i>Poselectoral</i>
Número de puntos muestrales	101	101	101	100
Entrevistas por punto muestral	20	15 (aprox.)	6	16
Número de entrevistas realizadas	2,014	1,516	600	1,600
Margen de error (nivel de confianza de 95%)	+/- 2.2%	+/- 2.5%	+/- 4.0%	+/- 2.6%
Fechas de levantamiento	19 de junio al 1 de julio de 2006	19 de julio al 31 de agosto de 2006	19 de julio al 31 de agosto de 2006	14 al 22 de julio de 2012
Encuestadores	86	78	78	40
Supervisores	19	18	18	10

Apéndice 2. Cuestionario CNEP, MÉXICO, 2012

*CNEP-COMPARATIVE NATIONAL ELECTION PROJECT/
PROYECTO DE ELECCIONES NACIONALES COMPARADAS*
Cuestionario postelectoral, fecha de realización: Inicio 14 de julio
ENCUESTA NACIONAL, MEXICO, 2012

Estado:.....

Tipo de localidad: 1) Urbana..... 2) Rural.....

Folio.....

Municipio:..... Encuestador:.....

Hola, me llamo..... y vengo del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP. Estamos haciendo una encuesta para académicos de varias universidades sobre las opiniones de los ciudadanos acerca de las pasadas elecciones presidenciales. No necesito saber su nombre, solamente sus respuestas sinceras. ¿Me permite hacerle unas preguntas?

FILTRO: ¿Tiene usted credencial para votar vigente?

Sí >>> CONTINUAR / No >>> SUSPENDER

A. Hora de inicio de la entrevista: [.....] : [.....]

B. SEXO (ANOTAR SIN PREGUNTAR)

1. Masculino 2. Femenino [.....]

C. ¿Qué edad tiene usted? (ANOTAR DIRECTO): [.....]

D. ¿En qué año nació? (ANOTAR DIRECTO): 19 [.....][.....]

1. En su opinión, ¿cuál es el principal problema que hay en el país hoy en día? (ANOTAR)

2. Me podría decir, ¿qué tan interesado estuvo en seguir las campañas de los candidatos a la Presidencia de la República? (LEER) (5=NS/NC)

1. Muy interesado 3. Poco interesado
2. Algo interesado 4. Nada interesado [.....]

3. Por lo general, ¿qué tanto se interesa usted en la política, ¿diría que suele estar muy interesado, algo, poco o nada interesado en política? (5=NS/NC)

1. Muy interesado 3. Poco interesado
2. Algo interesado 4. Nada interesado [.....]

4. Cuando usted tiene una fuerte opinión acerca de un asunto político, ¿con qué frecuencia trata de convencer a sus amigos, familiares o compañeros de trabajo de compartir sus puntos de vista? (LEER) (5=NS/NC)
1. Frecuentemente
 2. Algunas veces
 3. Rara vez
 4. Nunca
- [.....]
5. Sabemos que algunas veces las personas no pueden ir a votar el día de la elección. ¿Usted votó en las elecciones presidenciales del pasado 1 de julio?
1. Sí
 2. No (PASE A 12)
 3. NS/NC (PASE A 12)
- [.....]
6. (BOLETA PRESIDENTE) Podría por favor marcar en esta boleta, ¿por quién votó usted para Presidente de la República?
1. Vázquez Mota/PAN
 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
 5. Candidato no registrado
 6. No sabe/ No recuerda
 7. Anuló su voto
 8. Ninguno / No votó
- [.....]
7. ¿Cuándo decidió su voto para Presidente de la República? (LEER)
1. El mismo día de la elección
 2. La última semana antes de la elección
 3. Algunas semanas antes de la elección
 4. Un mes antes de la elección
 5. Desde antes de las campañas/Siempre vota por el mismo partido
 6. NS/NC (NO LEER)
- [.....]
8. De los candidatos a la Presidencia, ¿cuál era su segunda opción? (LEER)
1. Vázquez Mota/PAN
 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
 5. Ninguno
 6. No sabe
 8. No votó
- [.....]
9. ¿Por cuál candidato presidencial usted nunca hubiera votado?
1. Vázquez Mota/PAN
 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
- [.....]
10. (BOLETA SENADORES) Por favor use esta boleta para marcar: ¿por quién votó usted para senadores de la República?
1. PAN

- 2. PRI-PVEM (Coalición Compromiso por México)
- 3. PRD-PT-MC (Coalición Movimiento Progresista)
- 4. Nueva Alianza
- 5. No sabe/ No recuerda
- 6. Anuló su voto
- 7. Ninguno / No votó [.....]

11. (BOLETA DIPUTADOS) Por favor, use esta boleta para marcar: ¿por quién votó usted para diputados federales?

- 1. PAN
- 2. PRI-PVEM (Coalición Compromiso por México)
- 3. PRD-PT-MC (Coalición Movimiento Progresista)
- 4. Nueva Alianza
- 5. No sabe/ No recuerda
- 6. Anuló su voto
- 7. Ninguno / No votó [.....]

12. Durante las campañas electorales, ¿con qué frecuencia siguió las noticias en...? (LEER INCISOS Y OPCIONES) (NS/NC=6)

(1=Todos los días o casi todos los días / 2=Tres o cuatro días por semana / 3=Uno o dos días por semana / 4=Con menor frecuencia / 5=Nunca)

- a. Los periódicos [.....]
- b. La televisión [.....]
- c. La radio [.....]
- d. Internet [.....]
- e. Redes sociales [.....]
como Facebook y Twitter

PERIÓDICOS

13. Durante las recientes campañas electorales, ¿cuál periódico leía con más frecuencia? (NO LEÍA PERIÓDICO=0 / PASE 17)

ANOTAR:..... [.....][.....]

14. En promedio, ¿cuántos días por semana leía ese periódico? (ANOTAR DIRECTO) (8=NS/NC) [.....]

15. ¿En el periódico se favorecía a algún candidato o partido?
 1. Sí 2. No (PASE A 17) 3. NS/NC (PASE A 17) [.....]

16. ¿A cuál candidato o partido favorecía? (5=NS/NC)
 1. Vázquez Mota /PAN
 2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]

NOTICIAS EN RADIO

17. Durante las campañas electorales, ¿usted escuchaba las noticias en la radio?
1. Sí 2. No (PASE A 22) 3. NS/NC [.....]
18. ¿Cuál estación de radio escuchaba con más frecuencia?
ANOTAR:.....
19. En promedio, ¿cuántos días por semana escuchaba esa estación?
(ANOTAR DIRECTO) (8=NS/NC) [.....]
20. ¿En la estación se favorecía a algún candidato o partido?
1. Sí 2. No (PASE A 22) 3. NS/NC (PASE A 22) [.....]
21. ¿A cuál candidato o partido favorecía? (5=NS/NC)
1. Vázquez Mota /PAN
2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]

NOTICIAS EN TELEVISIÓN

22. Durante las campañas electorales, ¿veía noticieros de televisión?
1. Sí 2. No (PASE A 28) 3. NS/NC [.....]
23. ¿Cuál noticiero solía usted ver más?
ANOTAR:.....
24. ¿Cuál televisora es la que transmite ese noticiero? (5=NS/NC)
1. Televisa 2. TV Azteca 3. Cable 4. Otra [.....]
25. En promedio, ¿cuántos días por semana veía el noticiero?
(ANOTAR DIRECTO) (8=NS/NC) [.....][.....]
26. ¿En el noticiero se favorecía a algún candidato o partido?
1. Sí 2. No (PASE A 28) 3. NS/NC (PASE A 28) [.....]
27. ¿A cuál candidato o partido favorecía el noticiero? (5=NS/NC)
1. Vázquez Mota /PAN
2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]

INFORMACIÓN EN INTERNET Y CORREO ELECTRÓNICO

28. ¿Utilizó internet para obtener información sobre las recientes campañas electorales?

1. Sí 2. No (PASE A 31) 3. NS/NC (PASE A 31) [.....]
29. En promedio, ¿cuántos días por semana consultaba noticias sobre las campañas en internet?
(ANOTAR DIRECTO) (8=NS/NC) [.....]
30. ¿Qué tan importante fue para usted el internet como fuente de información durante las recientes campañas electorales? (LEER) (5=NS/NC)
1. Muy importante 3. Poco importante
2. Algo importante 4. Nada importante [.....]
31. ¿Tiene cuenta de correo electrónico?
1. Sí 2. No (PASE A 33) 3. NS/NC (PASE A 33) [.....]
32. ¿Recibió usted mensajes vía correo electrónico de alguno de los candidatos o partidos?
1. Sí 2. No 3. NS/NC [.....]
33. ¿Vio usted información en internet de alguno de los candidatos o partidos? (3=NS/NC)
1. Sí 2. No (PASE A 37) 3. NS/NC (PASE A 37) [.....]
34. ¿De cuál candidato o partido visitó usted páginas de internet o recibió correos electrónicos? (5=NS/NC)
1. Vázquez Mota /PAN
2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]
35. ¿Vio usted información en internet de algún otro candidato o partido? (3=NS/NC)
1. Sí 2. No (PASE A 37) 3. NS/NC (PASE A 37) [.....]
36. ¿De cuál candidato o partido? (5=NS/NC)
1. Vázquez Mota /PAN
2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]
37. Durante las recientes campañas electorales, ¿recibió usted información de algún conocido a través de correo electrónico o de las redes sociales como Facebook o Twitter?
1. Sí 2. No (PASE A 40) 3. NS/NC(PASE A 40) [.....]
38. En general, ¿diría que la información que le enviaron sus conocidos por correo electrónico o por redes sociales favorecía a algún partido o candidato en particular?
1. Sí 2. No (PASE A 40) 3. NS/NC (PASE A 40) [.....]

39. ¿A cuál candidato o partido favorecía? (5=NS/NC)
1. Vázquez Mota /PAN
 2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]
40. ¿Recibió usted información política, de análisis o de opinión en internet, que no proviniera de partidos o candidatos?
1. Sí
 2. No
 3. NS/NC [.....]
41. ¿Usted compartió o envió información política a través de redes sociales o correo electrónico?
1. Sí
 2. No
 3. NS/NC [.....]

CONVERSACIONES

42. ¿Con qué frecuencia hablaba usted acerca de las campañas electorales con... (LEER) ; frecuentemente, algunas veces, rara vez o nunca? (5=NS/NC)
(1=Frecuentemente / 2=Algunas veces / 3=Rara vez / 4=Nunca)
- a. Los miembros de su familia [.....]
 - b. Sus amigos [.....]
 - c. Sus vecinos [.....]
 - d. Sus compañeros de trabajo [.....]
43. Cuando hablaba acerca de las elecciones con... (LEER), ¿generalmente estaban de acuerdo o tenían diferencias importantes?
(1=Acuerdo / 2=Diferencias / 3=NS/NC)
- a. Los miembros de su familia [.....]
 - b. Sus amigos [.....]
 - c. Sus vecinos [.....]
 - d. Sus compañeros de trabajo [.....]
44. ¿Usted cree que... (LEER) votaron por el mismo partido que usted o votaron por un partido distinto?
(1=Por el mismo / 2=Por otro distinto / 3=El voto se dividió entre varios partidos / 4=NS/NC)
- a. Los miembros de su familia [.....]
 - b. Sus amigos [.....]
 - c. Sus vecinos [.....]
 - d. Sus compañeros de trabajo [.....]
45. Entre las personas con las que usted convive cotidianamente, ¿de cuál de los candidatos presidenciales se hablaba más favorablemente?
1. Vázquez Mota /PAN

- 2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
- 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
- 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
- 5. Ninguno
- 6. NS/NC [.....]

46. Entre las personas con las que usted convive cotidianamente, ¿de cuál de los candidatos presidenciales se hablaba más desfavorablemente?

- 1. Vázquez Mota /PAN
- 2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
- 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
- 4. Gabriel Quadri /Nueva Alianza
- 5. Ninguno
- 6. NS/NC [.....]

CONTACTO

47. Por lo que usted siguió en los medios de comunicación, ¿de cuál de los candidatos presidenciales se hablaba más desfavorablemente? (5=Ninguno; 6=NS/NC)

- 1. Vázquez Mota /PAN
- 2. Peña Nieto/ PRI-PVEM
- 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
- 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza [.....]

48. ¿Lo contactó en persona, durante las campañas electorales, algún representante de los siguientes partidos políticos? (LEER) (1=Sí / 2=No / 3=NS/NC)

- a. PAN [.....]
- b. PRI-PVEM [.....]
- c. PRD-PT-MC [.....]
- d. Panal [.....]

49. ¿Lo contactó por teléfono, durante las campañas electorales, algún representante de los siguientes partidos políticos? (LEER) (1=Sí / 2=No / 3=NS/NC)

- a. PAN [.....]
- b. PRI-PVEM [.....]
- c. PRD-PT-MC [.....]
- d. Panal [.....]

50. ¿Lo contactó por correo postal, durante las campañas electorales, algún representante de los siguientes partidos políticos? (LEER) (1=Sí / 2=No / 3=NS/NC)

- a. PAN [.....]
- b. PRI-PVEM [.....]
- c. PRD-PT-MC [.....]
- d. Panal [.....]

51. ¿Lo contactó por correo electrónico, durante las campañas electorales, algún representante de los siguientes partidos políticos? (LEER) (1=Sí / 2=No / 3=NS/NC)

- a. PAN [.....]
- b. PRI-PVEM [.....]
- c. PRD-PT-MC [.....]
- d. Panal [.....]

52. ¿Algún representante de los siguientes partidos políticos lo contactó por mensaje de texto durante las campañas electorales? (LEER) (1=Sí / 2=No / 3=NS/NC)
- | | | | |
|--------------|---------|-------------|---------|
| a. PAN | [.....] | b. PRI-PVEM | [.....] |
| c. PRD-PT-MC | [.....] | d. Panal | [.....] |
53. ¿Acudió usted a algún mitin durante las recientes campañas electorales?
- | | | | |
|-------|-------------------|----------------------|---------|
| 1. Sí | 2. No (PASE A 55) | 3. NS/NC (PASE A 55) | [.....] |
|-------|-------------------|----------------------|---------|
54. ¿De qué partidos? (ESPERAR RESPUESTA)
(1=Sí mencionó / 2=No mencionó / 3=NS/NC)
- | | | | |
|--------------|---------|-------------|---------|
| a. PAN | [.....] | b. PRI-PVEM | [.....] |
| c. PRD-PT-MC | [.....] | d. Panal | [.....] |
55. ¿Participó en una marcha o protesta en los últimos 12 meses?
- | | | | |
|-------|-------|----------|---------|
| 1. Sí | 2. No | 3. NS/NC | [.....] |
|-------|-------|----------|---------|
56. ¿Trabajó para algún partido o candidato durante las campañas electorales?
- | | | | |
|----|-------|----------|---------|
| Sí | 2. No | 3. NS/NC | [.....] |
|----|-------|----------|---------|
57. ¿Contribuyó usted con dinero a algún partido o candidato durante las campañas electorales?
- | | | | |
|----|-------|----------|---------|
| Sí | 2. No | 3. NS/NC | [.....] |
|----|-------|----------|---------|
58. ¿Por quién votó para Presidente en la elecciones de 2006?
- | | | | |
|------------------------|------------------------|------------|---------|
| 1. Felipe Calderón/PAN | 2. Roberto Madrazo/PRI | | |
| 3. López Obrador/PRD | 4. Otro | | |
| 5. No recuerda | 6. No contestó | 7. No votó | [.....] |
59. ¿Cómo describiría la situación política actual en México? (LEER)
- | | | | |
|--------------------|-------------|------------|---------|
| 1. Muy buena | 2. Buena | 3. Regular | |
| 4. Mala | 5. Muy mala | | |
| 6. NS/NC (NO LEER) | | | [.....] |
60. ¿Cómo describiría la situación económica actual en México? (LEER)
- | | | | |
|--------------------|-------------|------------|---------|
| 1. Muy buena | 2. Buena | 3. Regular | |
| 4. Mala | 5. Muy mala | | |
| 6. NS/NC (NO LEER) | | | [.....] |
61. En su opinión, ¿la situación económica del país en los últimos 12 meses: ha mejorado mucho, ha mejorado algo, sigue igual, ha empeorado algo o ha empeorado mucho?
- | | | | |
|----------------------|-----------------------|----------------|---------|
| 1. Ha mejorado mucho | 2. Ha mejorado algo | 3. Sigue igual | |
| 4. Ha empeorado algo | 5. Ha empeorado mucho | 6. NS/NC | [.....] |
62. En general, ¿usted aprueba o desaprueba la forma como Felipe Calderón está haciendo su trabajo como presidente de la república? (INSISTIR): ¿lo (APRUEBA / DESAPRUEBA) totalmente o algo? (NS/NC=5)

1. Aprueba totalmente 2. Aprueba algo
3. Desaprueba algo 4. Desaprueba totalmente [.....]
63. ¿Cómo calificaría la forma en que el gobierno manejó los siguientes asuntos en el último año: Muy bien, bien, regular, mal o muy mal? (6=NS/NC)
(1=Muy bien / 2= Bien / 3=Regular / 4=Mal / 5=Muy mal)
- a. Crimen organizado [.....]
b. Economía y empleos [.....]
c. Combate a la pobreza [.....]
d. Corrupción [.....]
64. En la guerra del gobierno de Calderón contra el crimen organizado se han registrado cerca de 60 mil muertos. En su opinión, ¿los esfuerzos del gobierno para combatir el crimen organizado deben aumentar, seguir igual, disminuir o teminar?
1. Aumentar 2. Seguir igual 3. Disminuir
4. Terminar 5. NS/NC [.....]
65. Mucha gente se siente cercana a algún partido político durante un largo periodo de tiempo, aún y cuando a veces vote por uno diferente. En su caso, ¿usted se siente más cercano a un partido político que a otros?
1. Sí 2. No (PASE A 71) 3. NS/NC (PASE A 71) [.....]
66. ¿Hacia cuál partido se siente más cercano? (NS/NC=9)
1. PAN 2. PRI 3. PRD 4. PVEM 5. PT
6. Movimiento Ciudadano 7. Nueva Alianza
8. Otro [.....]
67. ¿Qué tan cercano se siente usted a ese partido? Diría que es... (LEER)?
1. Muy cercano 2. Algo cercano
3. No muy cercano 4. NS/NC (NO LEER) [.....]
68. ¿Hay otro partido al que se sienta cercano?
1. Sí 2. No (PASE A 71) 3. NS/NC (PASE A 71) [.....]
69. ¿Hacia cuál partido? (NS/NC=9)
1. PAN 2. PRI 3. PRD
4. PVEM 5. PT 6. Movimiento Ciudadano
7. Nueva Alianza 8. Otro [.....]
70. ¿Qué tan cercano se siente usted a ese partido? Diría que es...(LEER)?
1. Muy cercano 2. Algo cercano
3. No muy cercano 4. NS/NC (NO LEER) [.....]
71. Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista? (INSISTIR) ¿Se considera muy o algo...? (9=NS/NC)

e. Por lo general, la política parece tan complicada
que la gente como yo no entiende lo que sucede [.....]

77. (TARJETA C) Hay varias maneras de gobernar un país. Para cada una de las siguientes alternativas, ¿diría usted que está totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, o totalmente en desacuerdo?
(1= totalmente de acuerdo; 2= de acuerdo; 3= Ni uno ni otro; 4= en desacuerdo; 5= totalmente en desacuerdo; 6= NS/NC)

a. Permitir sólo a un partido competir
en las elecciones y ocupar cargos públicos [.....]

b. Que el ejército intervenga en cómo gobernar al país [.....]

c. Que las elecciones y el Congreso sean abolidos de manera
que el gobierno pueda decidir todo por sí solo [.....]

78. En su opinión, ¿qué tan democrático es México hoy día? ¿Diría que...? (LEER)

1. Es una democracia plena

2. Es una democracia con problemas menores

3. Es una democracia con problemas severos

4. No es una democracia

5. NS/NC (NO LEER) [.....]

79. En general, ¿diría que usted está muy satisfecho, algo satisfecho, poco satisfecho o nada satisfecho con la manera como la democracia está funcionando en nuestro país?

1. Muy satisfecho

2. Algo satisfecho

3. Poco satisfecho

4. Nada satisfecho

5. NS/NC

[.....]

80. La gente asocia la democracia con significados distintos como los que ahora le voy a mencionar. Para que una sociedad sea considerada como una democracia, ¿diría que cada uno de los siguientes aspectos es absolutamente esencial, es importante, es poco importante o no es nada importante?

(1=Absolutamente esencial; 2=Importante; 3= Poco importante; 4= Nada importante; 5= NS/NC)

a. Libertad para criticar al gobierno [.....]

b. Empleo para todos [.....]

c. Elecciones libres y equitativas [.....]

d. Una menor brecha de ingreso entre ricos y pobres [.....]

81. (TARJETA D) Para cada una de las afirmaciones que le voy a leer a continuación, dígame por favor si usted está muy de acuerdo, algo de acuerdo, algo en desacuerdo o muy en desacuerdo.

(1=Muy de acuerdo; 2=Algo de acuerdo; 3= Algo en desacuerdo; 4= Muy en desacuerdo; 5=NS/NC)

a. En nuestro país, las elecciones son libres y justas [.....]

- b. En México, todas las personas son iguales ante la ley [.....]
- c. El voto de los ciudadanos es plenamente respetado [.....]
- d. Las diferencias entre los partidos frenan el avance del país [.....]
- e. Algunos conflictos políticos se resuelven mejor movilizand
a la gente que a través de las instituciones [.....]
- f. Si la opinión de una persona es minoría, generalmente no cuenta [.....]
- g. La democracia puede tener problemas, pero es el mejor sistema de gobierno [.....]

82. ¿Usted cree que el [LEER NOMBRE DE PARTIDO] se ocupa de los intereses de toda la gente en México o solamente de los intereses de un grupo o grupos... [PAUSA], o no ha oído lo suficiente de esto para opinar? (1=De toda la gente / 2=De un grupo o grupos/ 3=NS/NC)

- a. PRI [.....]
- b. PAN [.....]
- c. PRD [.....]

83. Cuánto respeto considera usted que hay a los derechos humanos en nuestro país hoy día? (LEER) (5=NS/NC)

- 1. Mucho respeto
- 2. Algo de respeto
- 3. Poco respeto
- 4. Nada de respeto [.....]

84. (TARJETA E) De las siguientes formas para organizar al Estado y al gobierno en México, ¿con cuál está usted más de acuerdo?

- 1. Un Estado centralizado: un solo gobierno nacional sin gobiernos estatales
- 2. Un Estado parcialmente descentralizado: un gobierno nacional y gobiernos estatales con algo de autonomía
- 3. Un Estado federal: un gobierno nacional y gobiernos estatales con mucha autonomía
- 4. Un Estado confederado con derecho a la autodeterminación
- 5. Un Estado en el cual grupos nacionales tengan el derecho de establecer sus estados independientes
- 6. NS/NC [.....]

85. (TARJETA F) Ahora le voy a leer algunas frases. Usando esta tarjeta, dígame por favor con cuál de las dos frases está usted más de acuerdo. El 1 significa que está completamente de acuerdo con la primera frase y 10 que está completamente de acuerdo con la segunda frase. También puede escoger del 2 al 9 como opiniones intermedias (11=NS/NC)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a. Nuestras creencias religiosas deben servir como base para las leyes de nuestro país					Ningún conjunto de creencias religiosas debería imponerse en nuestro país				

a. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
b. Defender nuestros valores religiosos y morales					Respetar la libertad de los individuos de ser y creer lo que desean				

b. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
c. Defender el medio ambiente y tratar de hacer las ciudades y el campo más hermosos					Promover el crecimiento económico sin restricciones ecológicas a las industrias				

c. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
d. Mejorar la asistencia social y los servicios del gobierno aún si esto significa incrementar los impuestos					Reducir los impuestos aun si esto significa reducir los servicios del gobierno y la asistencia social				

d. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
e. Debería haber una distribución más equitativa de la riqueza					Debería haber más incentivos para la iniciativa individual				

e. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f. Mantener la ley y el orden					Defender las libertades civiles				

f. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
g. Privatizar las empresas públicas					Mantener las empresas públicas actuales				

g. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
h. El aborto debe ser siempre ilegal					El aborto debe ser legalizado				

h. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
i. Trabajar duro y competir para salir adelante en el trabajo					Evitar la competencia con los compañeros de trabajo para mantener buenas relaciones				

i. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
j. Aumentar la participación ciudadana en la toma de decisiones del gobierno					El gobierno debe tomar las decisiones rápidamente con base en el conocimiento de expertos				

j. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
k. Debemos poner el bienestar de la comunidad por delante de nuestros propios intereses					El individuo es más importante y va antes que la comunidad				

k. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
l. Nuestro país debe defender su forma de vida en vez de parecerse más a otros países					Lo óptimo es adoptar las buenas costumbres de otros pueblos del mundo				

l. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
m. Las personas son como niños y el gobierno debe cuidar de ellos como sus padres					El gobierno es un empleado y la gente es el jefe que lo controla				

m. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n. Los conflictos se deben evitar a toda costa en nuestra sociedad					Los conflictos son parte de nuestra sociedad				

n. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
o. La mayoría de los problemas se pueden resolver con el tiempo					Cuando enfrentamos problemas debemos resolverlos lo más pronto posible				

o. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
p. El gobierno debe ser el principal responsable del bienestar de la gente					La gente debería ocuparse de sí misma y ser responsable de su propio éxito en la vida				

p. [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
q. Lo mejor para una sociedad es que los distintos grupos raciales y étnicos mantengan sus propias costumbres y tradiciones					Lo mejor es que los grupos étnicos se adapten e integren a la sociedad en su conjunto				

q. [.....] [.....]

86. (TARJETA G) ¿Me podría decir si usted pertenece a alguna de las organizaciones que se enlistan en esta tarjeta? (SI NO PERTENECE A NINGUNA PASAR A P. 90) (1= Sí pertenece; 0= No pertenece)

- a. Sindicato (1) [.....]
- b. Asociación profesional o gremial (2) [.....]
- c. Grupo religioso (3) [.....]
- d. Grupo educativo artístico o cultural (4) [.....]
- e. Partido o grupo político (5) [.....]
- f. Grupo ambientalista (6) [.....]
- g. Grupo de jóvenes, mujeres o tercera edad (7) [.....]
- h. Club deportivo (8) [.....]
- i. Organización feminista (9) [.....]
- j. Asociación de vecinos (10) [.....]
- k. Organización de padres de familia (11) [.....]
- l. Asociaciones de grupos étnicos (12) [.....]
- m. Asociaciones de productores agrícolas (13) [.....]
- n. Asociaciones de veteranos de guerra (14) [.....]
- o. Organizaciones de fraternidades,
como Rotarios o Club de Leones (15) [.....]
- p. Alguna otra organización (16) [.....]

87. (TARJETA G) ¿Cuál de estas organizaciones a las que pertenece es la más importante para usted? ANOTAR CÓDIGO DIRECTO (No. DE INCISO A LA DERECHA DE LA LISTA)

[.....]

88. ¿Con qué frecuencia participa en reuniones u otras actividades de esa organización? (LEER) (5=NS/NC)

1. Frecuentemente 3. Rara vez
2. Algunas veces 4. Nunca

[.....]

89. ¿Recibió información sobre las campañas electorales de alguna de estas organizaciones? (ANOTAR EL NO. DE INCISO A LA DERECHA DE LA LISTA)

[.....][.....]

90. (TARJETA G bis) ¿Cuál de estos tipos de organizaciones lo contactaron durante las campañas electorales? (SI NO LO CONTACTÓ NINGUNA PASAR A P. 94) (1= Sí lo contactó; 0= No lo contactó)

- a. Sindicato [.....]
b. Asociación profesional o gremial [.....]
c. Grupo religioso [.....]
d. Grupo educativo, artístico o cultural [.....]
e. Partido o grupo político [.....]
f. Grupo ambientalista [.....]
g. Grupo de jóvenes, mujeres o tercera edad [.....]
h. Club deportivo [.....]
i. Organización feminista [.....]
j. Asociación de vecinos [.....]
k. Organización de padres de familia [.....]
l. Asociaciones de grupos étnicos [.....]
m. Asociaciones de productores agrícolas [.....]
n. Asociaciones de veteranos de guerra [.....]
o. Organizaciones de fraternidades, como Rotarios o Club de Leones [.....]
p. Alguna otra organización [.....]

91. ¿Cómo recibió la información de ese grupo durante las campañas electorales? (PRIMER GRUPO MENCIONADO) (LEER) (5=NS/NC)

1. Correo 2. Llamada telefónica
3. Correo electrónico 4. Contacto personal [.....]

92. ¿Este contacto se dio con una persona que usted conoce o con algún otro representante del grupo?

1. Conocido 2. Representante 3. NS/NC [.....]

93. ¿A cuál partido o candidato apoya ese grupo? (LEER)
1. Vázquez Mota / PAN
 2. Peña Nieto / PRI-PVEM
 3. López Obrador / PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri / Panal
 5. Ninguno (NO LEER)
 6. NS/NC (NO LEER) [.....]

94. ¿Algún familiar que vive en su casa pertenece a un sindicato?
1. Sí
 2. No (PASE A 96)
 3. NS/NC (PASE A 96) [.....]

95. ¿A cuál sindicato? ANOTAR TEXTUALMENTE:

96. Nos gustaría saber qué tan familiarizados están los mexicanos con algunas personalidades públicas. Por ejemplo, ¿me podría decir el nombre de... (LEER CARGOS PERO NO LEER NOMBRES)? (1=Mencionó; 0=No mencionó)

- a. El Presidente del IFE (LEONARDO VALDÉS) [.....]
- b. El Jefe de Gobierno del DF (MARCELO EBRARD) [.....]
- c. El conductor del noticiario nocturno de Televisa (JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA) [.....]
- d. La lideresa del Sindicato de maestros (ELBA ESTHER GORDILLO) [.....]
- e. El Presidente de Estados Unidos (BARACK OBAMA) [.....]

97. En una escala del 0 al 10, donde 0 es muy mala y 10 muy buena, ¿cuál es su opinión acerca de...?. (LEER) (NS/NC= 11)

- a. Josefina Vázquez Mota [.....][.....]
- b. Enrique Peña Nieto [.....][.....]
- c. Andrés Manuel López Obrador [.....][.....]
- d. Gabriel Quadri [.....][.....]
- e. Felipe Calderón [.....][.....]
- f. Barack Obama [.....][.....]
- g. Elba Esther Gordillo [.....][.....]
- h. Hugo Chávez [.....][.....]
- i. Vicente Fox [.....][.....]
- j. El movimiento de estudiantes #Yosoy132 [.....][.....]

98. ¿Usted cree que, lo siguiente que le voy a leer, siempre es aceptable, algunas veces aceptable, o nunca debe ser aceptable? (LEER)
 (1=Siempre es aceptable/ 2=Algunas veces es aceptable/ 3=Nunca es aceptable/
 4= NS/NC)

- a. Obstruir las actividades de campaña de los partidos [.....]
- b. El uso de la violencia para prevenir la llegada de otro partido al poder [.....]

99. En general, ¿diría que las elecciones presidenciales del 1 de julio fueron... (LEER)? (4=NS/NC)

1. Libres y equitativas con problemas severos
2. Libres y equitativas con problemas menores
3. Totalmente libres y equitativas [.....]

100. En las recientes campañas electorales, ¿a usted o a alguien conocido le ocurrió lo siguiente? (LEER)

(1=No / 2=Sí, una o dos veces / 3=Sí, varias veces / 4=NS/NC)

- a. Le impidieron sacar su credencial para votar [.....]
- b. Le impidieron asistir a eventos de campaña, como mítines, a través de la intimidación [.....]
- c. Le impidieron que votara porque su nombre no aparece en la lista nominal [.....]
- d. Lo intimidaron para evitar que votara [.....]
- e. Le ofrecieron algún regalo o compensación para votar por un candidato o partido específico [.....]
- f. Lo presionaron para votar por un candidato o partido con el que usted no simpatiza [.....]

101. Además de sus propias experiencias, ¿usted escuchó o leyó que durante las campañas electorales a alguien... (LEER)?

(1=No / 2=Sí, una o dos veces / 3=Sí, varias veces / 4=NS/NC)

- a. Le impidieron sacar su credencial para votar [.....]
- b. Le impidieron asistir a eventos de campaña, como mítines, a través de la intimidación [.....]
- c. Le impidieron que votara porque su nombre no aparece en la lista nominal [.....]
- d. La intimidación para evitar que votara [.....]
- e. Le ofrecieron algún regalo o compensación para votar por un candidato o partido específico [.....]
- f. Lo presionaron para votar por un candidato o partido con el que usted no simpatiza [.....]

102. ¿En qué forma considera usted que las elecciones pudieron no ser ni libres ni equitativas? Diría que... (LEER)

(1=Sí mencionó / 0=No mencionó)

- a. Los recursos del gobierno fueron usados para apoyar al partido gobernante [.....]
- b. Los recursos de personas o grupos poderosos fueron injustamente usados para apoyar a un partido [.....]
- c. Los medios fueron parciales en favor de un partido específico [.....]
- d. Algunas actividades de campaña de algunos partidos fueron reprimidas [.....]

- e. Los votos no fueron contados justamente [.....]
- f. Algún partido se excedió en el tope de gastos de campaña [.....]
- g. Hubo una compra masiva de votos [.....]

103. Recibió usted algún regalo u obsequio de algún candidato o partido durante las elecciones (SÍ) ¿De qué candidato o partido?

- 1. Vázquez Mota / PAN
- 2. Peña Nieto / PRI-PVEM
- 3. López Obrador / PRD-PT-Movimiento Ciudadano
- 4. Gabriel Quadri / Panal
- 5. No recibí (PASE A 106)
- 6. NS/NC (PASE A 106) [.....]

104. ¿Qué le dieron? (ESPERAR RESPUESTA Y CODIFICAR)

- | | | |
|--|-----------------------|---------|
| 1. Artículos promocionales | 2. Dinero | |
| 3. Monedero electrónico de alguna tienda | 4. Un bien o servicio | |
| 5. Lo inscribieron a un programa social | 6. Despensa | |
| 7. Regularizaron su predio | 8. Trabajo | |
| 9. Otro, ¿cuál?..... | 10. NS/NC | [.....] |

105. ¿El hecho de que le ofrecieran algo hizo que votara por ese candidato o partido o no?

- 1. Sí 2. No 3. NS/NC [.....]

106. ¿Recibió consejo de algún líder de su comunidad local acerca de cuál candidato o partido sería el mejor en las elecciones del 1 de julio?

- 1. Sí 2. No (PASE 108) 3. NS/NC (PASE A 108) [.....]

107. ¿Cuál candidato o partido le aconsejó que sería mejor? (ESPERAR RESPUESTA)

- 1. Vázquez Mota/PAN
- 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
- 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
- 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
- 5. Otro
- 6. Ninguno
- 7. NS/NC [.....]

108. ¿Cómo calificaría usted las elecciones presidenciales del 1 de julio? ¿Diría que...? (LEER) (4=NS/NC)

- 1. Se llevaron a cabo en forma plenamente confiable
- 2. En general estuvieron bien, aunque hubo algunas irregularidades menores
- 3. La elección estuvo llena de irregularidades y los resultados no son confiables [.....]

109. ¿Usted cree que los resultados de la elección presidencial son plenamente confiables o cree que hay razones serias para dudar de los resultados que anunció el IFE?

1. Son plenamente confiables
 2. Sí hay razón para dudar
 3. NS/NC [.....]
110. En su opinión, ¿qué es lo que más divide políticamente a los mexicanos hoy en día? (LEER Y ROTAR)
1. Las ideologías de izquierda y derecha
 2. La división social entre ricos y pobres
 3. La división regional entre el norte y el sur del país
 4. La diferencia de valores entre jóvenes y viejos
 5. NS/NC (NO LEER) [.....]
111. Y de esos mismos, ¿cuál es el segundo aspecto que más divide políticamente a los mexicanos hoy día?
- (CODIFICAR SEGÚN LAS OPCIONES DE ARRIBA) [.....]
112. ¿Tiene usted familiares o parientes cercanos que viven en Estados Unidos?
1. Sí
 2. No (PASE A 120)
 3. NS/NC (PASE A 120) [.....]
113. Pensando en el familiar que vive en Estados Unidos con el que usted mantiene un mayor contacto, ¿cuál es su relación con esa persona; qué parentesco tienen? (NS/NC=7)
1. Esposo(a)
 2. Hijo(a)
 3. Hermano(a)
 4. Tío(a)/Primo(a)/Sobrino(a)
 5. Compadre/Cuñado/Padrino/Yerno
 6. Otro:..... [.....]
114. ¿Hace cuánto tiempo vive en Estados Unidos su pariente? (LEER)
1. Menos de un año
 2. De 1 a 5 años
 3. De 6 a 10 años
 4. 10 a 20 años
 5. Más de 20 años
 6. NS/NC (NO LEER) [.....]
115. ¿Con qué frecuencia habla usted de política con su pariente en Estados Unidos? (LEER) (NS/NC=5)
1. Frecuentemente
 2. Algunas veces
 3. Rara vez
 4. Nunca [.....]
116. ¿Diría que su pariente tenía preferencia por algún candidato o partido en las recientes elecciones presidenciales que hubo en México?
1. Sí
 2. No (PASE A 118)
 3. NS/NC (PASE A 118) [.....]
117. ¿A cuál candidato o partido prefería su pariente?
1. Vázquez Mota/PAN
 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri, Nueva Alianza
 5. NS/NC [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a. Reservado					Sociable				

a [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
b. Tímido					Extravertido				

b [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
c. Descortés					Cordial o amable				

c [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
d. Frío					Cálido				

d [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
e. Nada imaginativo					Imaginativo				

e [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f. Cauteloso ante nuevas experiencias					Abierto a nuevas experiencias				

f [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
g. Desorganizado					Organizado				

g [.....] [.....]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
h. Descuidado					Confiable				

h [.....] [.....]

8. No habla con nadie (NO LEER) (PASE A 143)
9. NS/NC (NO LEER) (PASE A 143) [.....]
132. ¿Qué tan frecuentemente platicaban sobre las campañas? (LEER) (5=NS/NC)
1. Frecuentemente 2. Algunas veces
3. Rara vez 4. Nunca [.....]
133. Cuando platica de política con esa persona, ¿están de acuerdo...? (LEER) (5=NS/NC)
1. Frecuentemente 2. Algunas veces
3. Rara vez 4. Nunca [.....]
134. Por lo general, ¿qué tan informada está esa persona sobre asuntos políticos actuales? (LEER) (5=NS/NC)
1. Muy informada 2. Algo informada
3. Poco informada 4. Nada informada [.....]
135. ¿Por cuál candidato cree que esa persona votó para Presidente de la República? (ESPERAR RESPUESTA)
1. Vázquez Mota/PAN
2. Peña Nieto/PRI-PVEM
3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
5. No sabe
6. No votó/ Ninguno
7. Anuló su voto [.....]
136. ¿Esa persona es... (LEER)?
1. Hombre 2. Mujer 3. NS/NC (NO LEER) [.....]
137. Ahora me gustaría que piense en otra persona con la que frecuentemente habla acerca de asuntos importantes. ¿Cuál es su relación con esa persona? (LEER)
1. Familiar cercano
2. Pariente
3. Compañero de trabajo
4. Vecino
5. Líder prominente de su comunidad
6. Amigo
7. Alguien más.....
8. No habla con nadie (PASE A 143)
9. NS/NC (NO LEER) (PASE A 143) [.....]
138. ¿Qué tan frecuentemente platicaban sobre las campañas electorales? (LEER) (NS/NC=5)
1. Frecuentemente 3. Rara vez
2. Algunas veces 4. Nunca [.....]

139. Cuando platica de política con esa persona, ¿están de acuerdo...? (LEER) (NS/NC=5)
- | | | |
|-------------------|------------------|---------|
| 1. Frecuentemente | 2. Algunas veces | |
| 3. Rara vez | 4. Nunca | [.....] |
140. Por lo general, ¿qué tan informada está esa persona sobre asuntos políticos actuales? (LEER) (5=NS/NC)
- | | | |
|-------------------|-------------------|---------|
| 1. Muy informada | 2. Algo informada | |
| 3. Poco informada | 4. Nada informada | [.....] |
141. ¿Por cuál candidato cree que esa persona votó para Presidente de la República? (ESPERAR RESPUESTA)
1. Vázquez Mota/PAN
 2. Peña Nieto/PRI-PVEM
 3. López Obrador/PRD-PT-Movimiento Ciudadano
 4. Gabriel Quadri/Nueva Alianza
 5. No sabe
 6. No votó/ Ninguno
 7. Anuló su voto
- [.....]
142. ¿Esa persona es... (LEER)?
- | | | | |
|-----------|----------|--------------------|---------|
| 1. Hombre | 2. Mujer | 3. NS/NC (NO LEER) | [.....] |
|-----------|----------|--------------------|---------|
143. ¿En qué estado de la república nació usted? ANOTAR:
- [.....] [.....]
144. ¿Cuánto tiempo ha vivido en esta ciudad/localidad? (LEER)
- | | | |
|--------------------|-------------------|---------|
| 1. Hasta 1 año | 2. Hasta 2 años | |
| 3. De 3 a 5 años | 4. De 6 a 10 años | |
| 5. De 11 a 20 años | 6. Más de 20 años | |
| 7. NS/NC (NO LEER) | | [.....] |
145. Con respecto a la religión, ¿usted se considera... (LEER)?
1. Católico
 2. Cristiano/Evangélico
 3. Otra denominación cristiana.....
 4. Otra religión.....
 5. Sin religión
 6. Ateo
 7. NS/NC (NO LEER)
- [.....]
146. ¿Con qué frecuencia ha asistido a servicios religiosos durante el último año? (LEER)
0. Nunca
 1. Dos o tres veces al año
 2. Una vez al mes
 3. Dos o tres veces al mes

4. Al menos una vez por semana
5. NS/NC (NO LEER) [.....]

147. ¿Qué tan religioso se considera usted? (LEER) (5=NS/NC)
1. Muy religioso 2. Algo religioso
3. Poco religioso 4. Nada practicante [.....]

148. ¿Hasta qué grado de educación estudió? (LEER)
1. Ninguno 2. Primaria incompleta
3. Primaria terminada 4. Secundaria no terminada
5. Secundaria terminada 6. Preparatoria o equivalente
7. Universidad sin terminar 8. Universidad terminada
9. Posgrado 10. NS/NC [.....]

149. ¿Tiene usted un empleo o trabajo remunerado, que le genera ingresos? (SÍ) ¿Es de tiempo completo o de medio tiempo? (NO) ¿Está usted actualmente buscando un empleo o trabajo remunerado?
1. No trabaja
2. No trabaja pero está buscando empleo
3. Tiene empleo o trabajo de medio tiempo
4. Tiene empleo o trabajo de tiempo completo
5. Otro
6. NS/NC [.....]

150. ¿Cuál es su principal ocupación?.....
(SI ES DESEMPLEADO O RETIRADO PREGUNTAR CUÁL FUE SU OCUPACIÓN ANTERIOR) (20=NS/NC)
1. Ama de casa
2. Jubilado
3. Estudiante
4. Nunca ha tenido empleo
5. Desempleado, buscando trabajo
6. Empleado, trabajador manual no especializado
7. Empleado, trabajador manual, especializado o semiespecializado
8. Empleado, trabajador en ventas, comercio
9. Empleado, trabajador no manual de nivel medio
10. Empleado, trabajador no manual a nivel supervisor, capataz
11. Empleado, profesionista de nivel medio
12. Empleado, profesionista de nivel alto
13. Empleado, profesionista con cargo directivo
14. Trabaja por cuenta propia: tiene su propia granja pequeña
15. Trabaja por cuenta propia: tiene su propia granja, mediana o grande
16. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio pequeño
17. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio o empresa mediana o grande
18. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio o empresa profesional pequeña
19. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio
o empresa profesional mediana o grande [.....]

151. ¿Trabaja o trabajó en el sector público o privado?
 1. Público 2. Privado 3. NS/NC 4. No aplica [.....]
152. ¿Trabaja o trabajó en sector agrícola, industrial, manufacturero, de construcción o de servicios?
 1. Agrícola 2. Industria/Manufacturera/Construcción
 3. Servicios 4. NS/NC 5. No aplica [.....]
153. ¿Es usted jefe de hogar, la persona que más sueldo gana en este hogar?
 1. Sí (PASE A 158) 2. No 3. NS/NC [.....]
154. ¿La persona que más ingreso gana en su hogar actualmente tiene un empleo o trabajo remunerado, que le genera ingresos? (SÍ) ¿Es de tiempo completo o de medio tiempo? (NO) ¿Está actualmente buscando un empleo o trabajo remunerado?
 1. No trabaja
 2. No trabaja pero está buscando empleo
 3. Tiene empleo o trabajo de medio tiempo
 4. Tiene empleo o trabajo de tiempo completo
 5. Otro
 6. NS/NC [.....]
155. ¿Cuál es la principal ocupación del jefe de hogar? (20=NS/NC)
 1. Ama de casa
 2. Jubilado
 3. Estudiante
 4. Nunca ha tenido empleo
 5. Desempleado, buscando trabajo
 6. Empleado, trabajador manual no especializado
 7. Empleado, trabajador manual, especializado o semiespecializado
 8. Empleado, trabajador en ventas, comercio
 9. Empleado, trabajador no manual de nivel medio
 10. Empleado, trabajador no manual a nivel supervisor, capataz
 11. Empleado, profesionista de nivel medio
 12. Empleado, profesionista de nivel alto
 13. Empleado, profesionista con cargo directivo
 14. Trabaja por cuenta propia: tiene su propia granja pequeña
 15. Trabaja por cuenta propia: tiene su propia granja, mediana o grande
 16. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio pequeño
 17. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio o empresa mediana o grande
 18. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio o empresa profesional pequeña
 19. Trabaja por cuenta propia: tiene un negocio o empresa profesional mediana o grande [.....]
156. ¿Esa persona trabaja o trabajó en el sector público o privado?
 1. Público 2. Privado 3. NS/NC [.....]

157. ¿Trabaja o trabajó en sector agrícola, industrial, manufacturero, de construcción o de servicios?
- | | | |
|--------------|---|---------|
| 1. Agrícola | 2. Industria/Manufacturera/Construcción | |
| 3. Servicios | 4. NS/NC | [.....] |
158. ¿Usted se identifica con una clase social en particular?
- | | | | |
|-------|--------------------|-----------------------|---------|
| 1. Sí | 2. No (PASE A 160) | 3. NS/NC (PASE A 160) | [.....] |
|-------|--------------------|-----------------------|---------|
159. ¿A qué clase social diría usted que pertenece? (LEER)
- | | | | |
|---------|--------------------|---------------|---------|
| 1. alta | 2. media alta | 3. media baja | |
| 4. baja | 5. NS/NC (NO LEER) | | [.....] |
160. (TARJETA D) Le voy a mostrar una tarjeta con distintos niveles de ingreso. ¿En cuál categoría queda comprendido el ingreso mensual de su hogar, contando todos los sueldos, salarios, pensiones y demás ingresos? (NS/NC=11)
- | | | |
|--------------------|--------------------|----------------|
| 1) 0 a 2,700 | 2) 2,701 a 4,100 | |
| 3) 4,101 a 5,300 | 4) 5,301 a 6,600 | |
| 5) 6,601 a 8,100 | 6) 8,101 a 10,000 | |
| 7) 10,001 a 12,500 | 8) 12,501 a 16,600 | |
| 9) 16,601 a 30,000 | 10) 30,000 o más | [.....][.....] |
161. ¿Usted o algún familiar cercano recibe beneficios del programa Oportunidades o del Seguro Popular? (LEER) (5=NS/NC)
- | | | |
|----------------------|-----------------------|---------|
| 1. Sí, Oportunidades | 2. Sí, Seguro Popular | |
| 3. Sí, ambos | 4. No, ninguno | [.....] |
162. ¿Cuántas personas viven en este domicilio? [.....][.....]
163. En su casa, ¿qué idioma se habla principalmente... (LEER)?
- | | | |
|------------|--------------------|--------------------------|
| 1. Español | 2. Inglés | 3. Lengua indígena:..... |
| 4. Otro | 5. NS/NC (NO LEER) | [.....] |
164. ¿A cuál de los siguientes grupos geográficos diría usted que pertenece principalmente? (LEER) (7=NS/NC)
- | | |
|---|---------|
| 1. A la ciudad o municipio donde vive | |
| 2. Al estado o región del país donde vive | |
| 3. A México como un todo | |
| 4. A América del Norte | |
| 5. A América Latina | |
| 6. Al mundo entero | [.....] |
165. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones expresa mejor sus sentimientos de pertenencia geográfica?
- | |
|--|
| 1. Me siento totalmente mexicano |
| 2. Me siento más mexicano que (gentilicio del Estado: Ej. Chiapaneco/ Chilango/ Oaxaqueño) |
| 3. Me siento tanto mexicano como (gentilicio del Estado) |

- 4. Me siento más (gentilicio del Estado) que mexicano
- 5. Me siento totalmente (gentilicio del Estado) [.....]

166. Ya por último, ¿me permitiría ver las marcas que le pusieron a su credencial para votar en esta elección?

- 1. Está marcada
- 2. No está marcada
- 3. No la mostró [.....]

ENCUESTADOR POR FAVOR LLENE LO SIGUIENTE:

167. Tipo de vivienda donde se realizó la entrevista

- 1. Choza
- 2. Pobre
- 3. Media baja
- 4. Media (pequeño-burgués)
- 5. Semilujosa
- 6. Lujosa [.....]

168. Tipo del vecindario

- 1. Clase alta
- 2. Clase media alta
- 3. Clase media baja
- 4. Clase baja [.....]

169. ¿Qué tan informado está el entrevistado sobre política?

- 1. Muy informado
- 2. Algo informado
- 3. Poco informado
- 4. Nada informado [.....]

Hora de finalización de la entrevista: [.....] [.....] : [.....] [.....]

Duración de la entrevista: (EN MINUTOS) [.....] [.....]

Fecha de la entrevista: Día: [.....] [.....] Mes: [.....] [.....]

Dirección: Calle.....

No..... Interior:.....

Bibliografía

- Aarts, Kees y Holly A. Semetko (2003), "The divided electorate: Media use and political involvement", *The Journal of Politics*, vol. 65, núm. 3, pp. 759-784.
- Abrajano, Marisa A., Jonathan Nagler y Michael R. Álvarez (2005), "A natural experiment of race-based and issue voting: The 2001 City of Los Angeles elections", *Political Research Quarterly*, vol. 58, núm. 2, pp. 203-218.
- Abundis Luna, Francisco y Sandra J. Ley Gutiérrez (2009), "Votos y votantes en la elección federal de 2006", *Política y Gobierno*, volumen temático 2, pp. 177-199.
- Adler-Lomnitz, Larissa (1988), "Informal exchange networks in formal systems: A theoretical model", *American Anthropologist*, vol. 90, pp. 42-55.
- Aguilar, Rubén y Guillermo Zermeño (1992), *Religión, política y sociedad. El sinarquismo y la Iglesia en México*, México, Universidad Iberoamericana.
- Allardt, Erik y Yrjo Littunen (1964), *Cleavages, ideologies and party systems: Contributions to comparative political sociology*, Helsinki, Westermarck Society.
- Alonso, Jorge (1993), *El rito electoral en Jalisco (1942-1992)*, México, El Colegio de Jalisco.

- Álvarez, R. Michael (1997), *Information and elections*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- American National Election Survey (1952), en [<http://www.electionstudies.org/studypages/1952prepost/1952prepost.htm>] (fecha de consulta: noviembre de 2013).
- Ames, Barry (1970), “Bases de apoyo del partido dominante en México”, *Foro Internacional*, vol. 11, núm. 1, pp. 50-76.
- , Miguel García-Sánchez y Amy Erica Smith (2012), “Keeping up with the Souzas: Social influence and electoral change in a weak party system, Brazil 2002-2006”, *Latin American Politics and Society*, vol. 54, pp. 51-78.
- Anduiza, Eva y Agustí Bosch (2004), *Comportamiento político y electoral*, Barcelona, Editorial Ariel.
- , Marta Cantijoch y Aina Gallego (2009), “Political participation and the Internet”, *Information, Communication and Society*, vol. 12, núm. 6, pp. 860-878.
- Aruguete, Natalia y Carlos Muñiz (2012), “Medios de comunicación y actitudes políticas. Un análisis de los efectos del consumo mediático en la población mexicana”, *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, vol. 10, núm. 20, pp. 129-146.
- Atkeson, Lonna Rae (2003), “Not all cues are created equal: The conditional impact of female candidates on political engagement”, *Journal of Politics*, vol. 65, núm. 4, pp. 1040-1061.
- Bachmann, Ingrid, Kelly Kaufhold, Seth C. Lewis y Homero Gil de Zúñiga (2010), “News platform preference: Advancing the effects of age and media consumption on political participation”, *International Journal of Internet Science*, vol. 5, núm. 1, pp. 34-47.
- Baker, Andy, Barry Ames y Lucio R. Renno (2006), “Social context and campaign volatility in new democracies: Networks and neighborhoods in Brazil’s 2002 election”, *American Journal of Political Science*, vol. 50, pp. 382-399.
- Baker, Andy (2009), “Regionalized voting behavior and political discussion in Mexico”, en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico’s democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Bakker, Tom P. y Claes de Vreese (2011), “Good news for the future? Young people, internet use, and political participation”, *Communication Research*, vol. 38, núm. 4, pp. 451-470.

- Balardini, Sergio (2000), "De los jóvenes, la juventud y las políticas de la juventud", *Última Década*, vol. 13, pp. 11-24.
- Barnes, Samuel H. (1971), "Left, right, and the Italian voter", *Comparative Political Studies*, vol. 2, núm. 4, pp. 157-175.
- (1993), "Electoral behavior, and comparative politics", en Mark Irving Lichbach y Alan S. Zuckerman, *Comparative politics: rationality, culture and structure*, Cambridge, Cambridge University Press.
- y Roy Pierce (1971), "Public opinion and political preferences in France and Italy", *Midwest Journal of Political Science*, vol. 15, núm. 4, pp. 643-660.
- Bean, Clive y Anthony Mughan (1989), "Leadership effects in parliamentary elections in Australia and Britain", *American Political Science Review*, vol. 83, pp. 1165-1179.
- Beck, Paul A. (2002), "Encouraging political defections: The role of personal discussion networks in partisan desertions to the opposition party and Perot votes in 1992", *Political Behavior*, vol. 24, pp. 309-338.
- , Russell J. Dalton, Steven Greene y Robert Huckfeldt (2002), "The social calculus of voting: Interpersonal, media, and organizational influences on presidential choices", *American Political Science Review*, vol. 96, pp. 57-74.
- Beck, Ulrich (1997), *The reinvention of politics*, Cambridge, Polity Press.
- Bello, Jason (2012), "The dark side of disagreement? Revisiting the effects of disagreement on political participation", *Electoral Studies*, vol. 31, pp. 782-795.
- Beltrán, Ulises (2007), "Contextos institucionales y decisiones individuales: Cuarta Encuesta Nacional CIDE-CSES", *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 2, pp. 467-490.
- (2009), "Ideología y polarización en la elección de 2006", *Política y Gobierno*, volumen temático Elecciones en México, pp. 83-106.
- Bennett, Lance W (coord.) (2007), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Berinsky, Adam J., y Tali Mendelberg (2005), "The indirect effects of discredited stereotypes in judgments of jewish leaders", *American Journal of Political Science*, vol. 49, núm. 4, pp. 845-864.
- Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld y William N. McPhee (1954), *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*, Chicago IL, University of Chicago Press.

- Bhavnnani, Rikhil R. (2009), "Do electoral quotas work after they are withdrawn? Evidence from a natural experiment in India", *American Political Science Review*, vol. 103, núm. 1, pp. 23-35.
- Bimber, Bruce (2001), "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level", *Political Research Quarterly*, vol. 54, núm. 1, pp. 53-67.
- Blancarte, Roberto (1992), *Historia de la Iglesia Católica en México*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Bligh, Michelle C., Michèle M. Schlehofer, Bettina J. Casad, y Amber M. Gaffney (2012), "Competent enough, but would you vote for her? Gender stereotypes and media influences on perceptions of women politicians", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 42, núm. 3, pp. 560-597.
- Bobbio, Norberto (1996), *Left and right: The significance of a political distinction*, University of Chicago Press.
- Boulianne, Shelley (2009), "Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research", *Political Communication*, vol. 26, pp. 193-211.
- Boyd, Monica (1989), "Family and personal networks in international migration: Recent developments and new agendas", *International migration review*, vol. 23, núm. 3, pp. 638-670.
- Bruhn, Kathleen y Kenneth Breene (2009), "The absence of common ground between candidates and voters", en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno, (eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative Perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Bryce, James (1888/1995), *The American Commonwealth*, Reimpreso por Liberty Fund, Indianápolis, Indiana.
- Buckingham, David (coord.) (2007), *Youth, identity and the digital media*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Buendía, Jorge (1997), "Incertidumbre y comportamiento electoral en la transición democrática: la elección mexicana de 1988", *Política y Gobierno*, vol. 7, núm. 2, pp. 317-352.
- y Fernanda Somuano (2003), "Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México", *Política y Gobierno*, vol.10, núm. 2, pp. 289-323.
- Burns, Nancy, Kay Lehman Schlozman y Sidney Verba (2001), *The private roots of public action: Gender, equality, and political participation mass*, Cambridge, Harvard University Press.

- Butler, David y Donald Stokes (1974), *Political change in Britain*, Londres, Mcmillan.
- Cameron, David, Stephen Hendricks y Richard Hofferbert (1972), "Urbanization, social structure and mass politics: a comparison within five countries", *Comparative political studies*, vol. 5, núm. 3, pp. 259-290.
- Camp, Roderic Ai. (1997), *Crossing swords. Politics and religion in Mexico*, Nueva York, Oxford University Press.
- Campbell, Angus y Robert L. Kahn (1952), *The people elect a president*, Ann Arbor, University of Michigan.
- , Gerald Gurin y Warren E. Miller (1954), *The voter decides*, Evanston, Illinois, Row, Peterson and Co.
- , 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, Donald T., y Julian C. Stanley (1963), *Experimental and quasi-experimental designs for research*, Dallas, Houghton Mifflin.
- Canache, Damarys, Matthew Hayes, Jeffery J. Mondak, y Sergio C. Wals (2013), "Openness, extraversion, and the intention to emigrate", *Journal of Research in Personality*, vol. 47, núm. 4, pp. 351-355.
- Cappella, Joseph N. y Kathleen H. Jamieson (1997), *Spiral of cynicism: The press and the public good*, Nueva York, Oxford University Press.
- Carman, Christopher J. (2006), "Public preferences for parliamentary representation in the UK: an overlooked link?", *Political Studies*, vol. 54, núm. 1, pp. 103-122.
- (2007), "Assessing preferences for political representation in the US. Journal of Elections", *Public Opinions and Parties*, vol. 17, núm. 1, pp. 1-19.
- Carmines, Edward G. (1992), "Psychological antecedents of adolescent political involvement: Personal competence and political behavior", *International Journal of Adolescence and Youth*, vol. 3, pp. 79-98.
- y Robert Huckfeldt (2001), "Political Behavior: An Overview", en Robert E. Goodin y Hans-Dieter Klingemann (coords.), *A new handbook of political science*, Oxford, Oxford University Press.
- Carpini, Michael y Scott Keeter (1996), *What Americans know about politics and why it matters*, New Haven, Yale University Press.
- Castañeda, Gonzalo e Ignacio Ibarra (2011), "Campañas, redes de discusión y volatilidad de las preferencias políticas: Un análisis de las elecciones mexicanas de 2006", *Foro Internacional*, vol. 51.

- Castells, Manuel (2010), *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press.
- Cohen, Aaron, Eran Vigoda y Aliza Samorly (2001), "Analysis of the mediating effect of personal-psychological variables on the relationship between socioeconomic status and political participation: A structural equations framework", *Political Psychology*, vol. 22, núm. 4, pp. 727-757.
- Coleman, Stephen y Jay Blumler (2009), *The internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*, Cambridge, Inglaterra, Cambridge University Press.
- Coleman, Stephen, David Morrison y Michael Svennevig (2008), "New media and political efficacy", *International Journal of Communication*, vol. 2, pp. 771-791.
- Colombo, Clèlia, Carolina Galais y Aina Gallego (2009), "Internet use and political attitudes: Qualitative and quantitative evidence from Spain", ponencia presentado en la Conferencia General del Consorcio Europeo de Investigación Política, Postdam, Alemania, septiembre de 2009.
- Converse, Philip E. (1964), "The nature of belief systems in mass publics", en David Apter, (coord.), *Ideology and discontent*, Nueva York, Free Press of Glencoe.
- (1969), "Of time and Partisan stability", *Comparative Political Studies*, vol. 2, pp. 139-171.
- Corduneanu, Victoria Isabela (2012), "Jóvenes, ¿un lujo de clase? Juventud y actitudes políticas hacia el 2012", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, vol. 12, pp. 77-95.
- y Carlos Muñiz (2011), "¿Autoritarismo superado? Medios y actitudes políticas en el contexto mexicano", en Carlos Muñiz (coord.), *Comunicación, política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política*, México, Fontamara.
- Costa Lobo, Marina, Paolo Bellucci, Richard Gunther y Marco Lisi (en prensa), "The changing determinants of the vote", en *Comparative national elections project*.
- Craig, Stephen C., Richard G. Niemi y Glenn E. Silver (1990), "Political efficacy and trust: A report on the NES Pilot Study Items", *Political Behavior*, vol. 12, pp. 289-314.
- Crotty, William y Gary Jacobson (1980), "Television and the politics of media", en William Crotty y Gary Jacobson, *American parties in decline*, Boston, Brown, Little and Company.

- Cuna Pérez, Enrique (2007), “Democracia electoral y participación política juvenil. Análisis de la propuesta partidista dirigida a los jóvenes en las elecciones presidenciales de 2006”, *El Cotidiano*, vol. 22, núm. 145, pp. 23-36.
- Curtice, John (1994), “Great Britain: Imported ideas in a changing political landscape”, *European Journal of Political Research*, vol. 25, pp. 267-286.
- Dahlgren, Peter (2005), “The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation”, *Political Communication*, vol. 22, pp. 147-162.
- (2006), “Doing citizenship. The cultural origins of civic agency in the public sphere”, *European Journal of Cultural Studies*, vol. 9, pp. 267-286.
- (2009), *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*, Nueva York, Cambridge University Press.
- (2011), “Young citizens and political participation online media and civic cultures”, *Taiwan Journal of Democracy*, vol. 7, pp. 11-25.
- Dalton, Russell J. (1998/2006), *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, 4a. edición, Washington, Congressional Quarterly Press.
- (1998/2008), *Citizen politics. Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, 5a. edición, Washington, Congressional Quarterly Press.
- (2002), “Political cleavages, issues, and electoral change”, en Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (coords.), *Comparing Democracies 2. New Challenges in the Study of Elections and Voting*, London, Sage.
- (2004), *Democratic challenges, democratic choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- (2013), *The Apartisan American: Dealignment and the Transformation of Electoral Politics*, Washington, Congressional Quarterly Press.
- , Scott Flanagan y Paul Beck (1984), *Electoral change in advanced industrial democracies*, Princeton, Princeton University Press.
- y Martin Wattenberg (2000), “Parties without partisans: Political change in advanced industrial democracies”, Oxford, Oxford University Press.
- y Hans-Dieter Klingemann (2007), “Citizens and political behavior”, en Russell Dalton y Hans-Dieter Klingemann (coords.), *The Oxford handbook of political behavior*, Oxford, Oxford University Press.

- De la Torre, Renée (1996), “Pinceladas de una ilustración etnográfica: La luz del mundo en Guadalajara”, en Gilberto Giménez (coord.), *Identidades religiosas y sociales en México*. México, UNAM.
- Dell, Melissa (2012), “Trafficking networks and the Mexican drug war”, manuscrito en [http://scholar.harvard.edu/files/dell/files/121113draft_0.pdf].
- Delli Carpini, Michael X. (2004), “Mediating democratic engagement: ‘The impact of communications on citizens’ involvement in political and civic life’”, en Lynda L. Kaid (coord.), *Handbook of political communication*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum.
- Dennis, Jack (1988), “Political independence in America, Part II: Towards a theory”, *British Journal of Political Science*, vol. 18, núm. 2, pp. 197-219.
- De Sola Pool, Ithiel (1983), *Forecasting the telephone*, Nueva York, Ablex.
- De Vreese, Claes, y Hajo Boomgaarden (2006), “News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation”, *Acta Política*, vol. 41, núm. 4, pp. 317-341.
- Díaz Cayeros, Alberto, Beatriz Magaloni, Jorge Olarte y Édgar Franco (2012), “La geografía electoral de 2012”, México, reporte realizado en colaboración con el Centro de Estudios México-Estados Unidos de la Universidad de California, en San Diego, el Programa de Pobreza y Gobernanza de la Universidad de Stanford y México Evalúa.
- Díaz Domínguez, Alejandro (2006), “¿Influyen los ministros de culto sobre la intención de voto?”, *Perfiles Latinoamericanos*, vol. 28, núm. 2, pp. 33-57.
- DiNardo, John (2008), “Natural experiments and quasi-natural experiments”, en S. N. Durlauf y L. E. Blume (coords.), *The new palgrave Dictionary of Economics*, edición en línea: Palgrave Macmillan.
- Dogan, Mattei (2003), “Conceptions of legitimacy”, en Mary Hawkesworth y Maurice Koganeds, *Encyclopedia of Government and Politics*, 2ª ed., vol. 2, Londres, Routledge.
- Domínguez, Jorge I. y James McCann (1995), “Shaping Mexico’s electoral arena: Construction of partisan cleavages in the 1988 and 1991 National Elections”, *American Political Science Review*, vol. 89, pp. 34-48.
- y James McCann (1996), *Democratizing Mexico: Public opinion and electoral choices*, Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press.
- y Chapell Lawson (coords.) (2004), *Mexico’s pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press.

- , Chapell Lawson y Alejandro Moreno (2009), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Došek, Tomáš (2011), "Do left and right differentiate citizens and politicians in Latin America?", *Boletín PNUD & Instituto de Iberoamérica*, Universidad de Salamanca.
- Downs, Anthony (1957), *An economic theory of democracy*, Nueva York, Harper Collins.
- Drew, Dan y David Weaver (2006), "Voter learning in the 2004 presidential elections: Did the media matter?", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 83, pp. 25-42.
- Druckman, James N. y Kjersten R. Nelson (2003), "Framing and deliberation: How citizens' conversations limit elite influence", *American Journal of Political Science*, vol. 47, pp. 729-745.
- Eijk, Cees van der (2005), "Election forecasting: A sceptical view", *The British Journal of Politics & International Relations*, vol. 7, núm. 2, pp. 210-214.
- ENCUP 2008 (2009), Secretaría de Gobernación, México. Los resultados y las bases de datos se pueden descargar en [http://encup.gob.mx/es/Encup/Cuarta_ENCUP_2008]
- Encuesta Sociedad: Jóvenes en México (2012), México, UNESCO-UIA-Gabinete de Comunicación Estratégica.
- Estévez, Federico y Alejandro Poiré (2001), *Early campaign dynamics in the 2000 Mexican presidential election*, Documento de trabajo en Ciencia Política del Departamento Académico de Ciencia Política (Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM), núm. 1.
- Estrada, Luis (2005), "Party identification in Mexico", tesis doctoral, California, UCSD.
- Eurobarómetro 2011 (2012), Comisión Europea, "Análisis de resultados", en [http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm] (fecha de consulta: 15 de marzo 2013).
- Eveland William y Dietram Scheufele (2000), "Connecting news media use with gaps in knowledge and participation", *Political Communication*, vol. 17, núm. 3, pp. 215-237.
- Evans, Jocelyn A. J. (2004), *Voters and voting: An introduction*, Londres, Sage Publications.
- Eysenck, Hans Jurgen (1964), *Psicología de la decisión política*, Barcelona, Ariel.

- Fairchild, Henry Pratt (1936), "International Migration." *Annals of the American Academy of political and social sciences*, vol. 188, pp. 290-296.
- Fawcett, James T. (1986), "Migration Psychology: New behavioral models", *Population and Environment*, vol. 8, núms. 1 y 2, pp. 5-14.
- (1989), "Network, linkages, and migration systems." *International Migration Review*, vol. 23, núm. 3, pp. 671-680.
- Fiorina, Morris (1981), *Retrospective voting in American national elections*, New Haven, Yale University Press.
- (2002), "Parties and partisanship: A forty year retrospective", *Political Behavior*, vol. 24, núm. 2, pp. 93-115.
- Fiske, John (1987), *Television culture*, Londres, Methuen.
- 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 Politic*, vol. 55, núm. 4, pp. 1100-1109.
- Flores-Macías, Francisco (2009), "Electoral volatility in 2006", en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Fortuny Loret de Mola, Patricia (1994), "Cultura política entre los protestantes en México", en Jorge Alonso (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, UNAM.
- Freire, André (2006), "Left-right ideological identities in new democracies", *Pôle Sud*, vol. 2, pp. 153-173.
- (2008), "Party polarization and citizens' left—right orientations", *Party Politics*, vol.14, núm. 2, pp. 189-209.
- Fuchs, Dieter y Hans-Dieter Klingermann (1990), "The left-right schema", en M. Kent Jennings, Jan W. van Deth *et al.*, *Continuities in political action: a longitudinal study of political orientation in three western democracies*, Berlín, Walter de Gruyter.
- Furtak, Robert (1969), "El Partido Revolucionario Institucional: integración nacional y movilización electoral", *Foro Internacional*, vol. 9, núm. 4, pp. 339-353.
- Galán, José (2006), "Según un sondeo, en cuatro meses se desplomó la confianza en el IFE", *La Jornada*, 11 de noviembre de 2006. Nota consultada

- en [<http://www.jornada.unam.mx/2006/11/11/index.php?section=politica&article=010n1pol>] (fecha de consulta: 16 de marzo de 2013). La encuesta referida se puede consultar en [<http://www.parametria.com.mx/Mobile/DetalleEstudio.php?i=4246>].
- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan y Nancy Signorielli (1986), "Living with television: The dynamics of the cultivation process", en Bryant Jennings y Dolf Zillman, (coords.), *Perspectives on media effects*, Hillsdale, New Jersey, Erlbaum.
- Gibson, James L. (2001), "Social networks, civil society, and the prospectus for consolidating Russia's democratic transition", *American Journal of Political Science*, vol. 45, pp. 51-69.
- Gibson, Rachel (2002), "Elections online: Assessing internet voting in light of the Arizona democratic primary", *Political Science Quarterly*, vol. 116, núm. 4, pp. 561-83.
- Gill, Anthony (1999), "The politics of regulating religion in Mexico: the 1992 Constitutional reforms in historical context", *Journal of Church and State*, vol. 41, núm. 4, pp. 761-794.
- Glamser, Francis (1974), "The importance of age to conservative opinions: A multivariate analysis", *Journal of Gerontology*, vol. 29, pp. 549-554.
- González, Luis A. y Rosario Queirolo (2009), *Understanding right and left in Latin America*, Paper presentado en xxviii Meeting of the Latin American Studies Association. Brasil, Río de Janeiro, 11-14 de junio.
- González Sancho, Carlos (2007), "Intermediarios personales, conversaciones políticas y voto", en José Ramón Montero, Ignacio Lago y Mariano Torcal (coords.), *Elecciones generales 2004*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gosling, Samuel D., Peter J. Rentfrow y William B. Swann, Jr. (2003), "A very brief measure of the big-five personality domains", *Journal of Research in Personality*, vol. 37, núm. 6, pp. 504-528.
- Graber, Doris (1989), "Contents and meaning: What's it all about?", *American Behavioral Scientist*, vol.32, núm. 6, pp. 144- 152.
- Graves, Phillip E., y Peter D. Linneman (1979), "Household migration: Theoretical and empirical results", *Journal of Urban Economics*, vol. 6, núm. 3, pp. 383-404.
- Greene, Kenneth F. (2009), "Images and issues in Mexico's 2006 presidential election", Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno

- (coords.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- (2011), “Campaign persuasion and nascent partisanship in Mexico's new democracy”, *American Journal of Political Science*, vol. 55, núm. 2, pp. 398-416.
- Green-Pedersen, Christoffer y Stubager, Rune (2010), “The political conditionality of mass media influence: When do parties follow mass media attention”, *British Journal of Political Science*, vol. 40, núm. 3, pp. 663-677.
- Gross, Kimberly y Paul Brewer (2004), “A panel study of media effects on political and social trust after September 11, 2001”, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 9, núm. 4, pp. 49-73.
- Guardado Rodríguez, Jenny (2009), “La identidad partidista en México. Las dimensiones políticas de la competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006”, *Política y Gobierno*, volumen temático 1, pp. 137-175.
- Guerrero, Manuel Alejandro (2010), “Broadcasting and democracy in Mexico: From corporatist subordination to State capture”, *Policy and Society*, vol. 29, pp. 23-35.
- y Mónica Luengas (2012), “Media literate *prodigences*: Binding the knot of news content and production for an open society”, en Paul Mihailidis (coord.), *News Literacy. Global perspectives for the newsroom and the classroom*, Nueva York, Peter Lang.
- Guggenheim, Lauren, Nojin Kwak y Scott Campbell (2011), “Nontraditional news negativity: The relationship of entertaining political news use to political cynicism and mistrust”, *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 23, núm. 3, pp. 287-314.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle (2007), “Introduction: Intermediation, information, and electoral politics”, en Richard Gunther, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle (coords.), *Democracy, intermediation, and voting on four continents*, Nueva York, Oxford University Press.
- Gutiérrez Madrigal, María Concha (1991), “El Partido Acción Nacional. Origen y destino”, tesis de licenciatura, México, ITAM.
- Hagopian, Frances (2009), “Social justice, moral values, or institutional interests? Church responses to the democratic challenge in Latin America”, en Frances Hagopian, *Religious pluralism, democracy, and the Catholic Church in Latin America*, Notre Dame, IN, University of Notre Dame Press.

- Hayes, Bernadette (1995), "The impact of religious identification on political attitudes: An international comparison", *Sociology of Religion*, vol. 56, núm. 2, pp. 177-194.
- y Clive Bean (1993), "Political efficacy: A comparative study of the United States, West Germany, Great Britain and Australia", *European Journal of Political Research*, vol. 23, pp. 261-280.
- Heering, Liesbeth, Rob van der Erf y Leo van Wissen (2004), "The role of family Networks and migration culture in the continuation of moroccan emigration: A gender perspective", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 30, núm. 2, pp. 323-337.
- Hill, Davis B., y Norman R. Luttbeg (1983), *Trends in American electoral behavior (Rev.)*, Itasca, Illinois, Peacock.
- Hirschman, Albert O. (1981), "Exit, voice, and the State", en Albert O. Hirschman, *Essays in trespassing. Economics to politics and beyond*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Hiskey, Jonathan (2011), "The return of 'the local' to Mexican politics", en Roderic Ai Camp (coord.), *Oxford handbook of Mexican politics*, Nueva York, Oxford University Press.
- Hoffman, Lindsay y TiffanyThompson (2009), "The effect of television viewing on adolescents' civic participation: Political efficacy as a mediating mechanism", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 53, pp. 3-21.
- Huber, John D (1989), "Values and partisanship in left right orientations: measuring ideology", *European Journal of Political Research*, vol. 17, núm. 5, pp. 599-621.
- Huckfeldt, Robert (2007), "Information, persuasion, and political communication networks", en Russell Dalton y Hans-Dieter Klingemann, *Oxford handbook of political behavior*, Nueva York, Oxford University Press.
- y John Sprague (1990), "Social order and political chaos: The structural setting of political information", en John Ferejohn y James H. Kuklinski (coords.), *Information and Democratic Processes*, Chicago, University of Illinois Press.
- y John Sprague (1995), *Citizens, politics, and social communication: Information and influence in an election campaign*, Nueva York, Cambridge University Press.
- , Paul E. Johnson y John Sprague (2004), *Political disagreement. The survival of diverse opinions within communication networks*, Nueva York, Cambridge University Press.

- Huerta, Juan Enrique y Eduardo García (2008), “La formación de los ciudadanos: el papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política”, *Comunicación y Sociedad*, vol. 10, pp. 163-189.
- Hughes, Sallie y Manuel Alejandro Guerrero (2009), “The disenchanted voter. Emotional attachment, social stratification, and mediated politics in Mexico’s 2006 presidential election”, *International Journal of Press/Politics*, vol. 14, pp. 353-375.
- Hutchings, Vincent L. (2003), “Political Context, issue salience, and selective attentiveness: Constituent knowledge of the Clarence Thomas confirmation vote”, *Journal of Politics*, vol. 63, núm. 3, pp. 846-868.
- Inglehart, Ronald (1977), *The silent revolution: Changing values and political styles among western publics*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- (1979), “Political action: The impact of values, cognitive level, and social background”, en Samuel H. Barnes (coord.), *Political action: Mass participation in five western democracies*, Beverly Hills, Sage Publications.
- (1990), *Culture shift in advanced industrial society*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- y Hans-Dieter Klingemann (1976), “Party identification, ideological preference and the left-right dimension among Western mass publics”, en Ian Budge (coord.), *Party identification and beyond: Representations of voting and party competition*, Nueva York, Wiley.
- Iversen, Torben (1994), “The logics of electoral politics spatial, directional, and mobilizational effects”, *Comparative Political Studies*, vol. 27, núm. 2, pp. 155-189.
- Iyengar, Shanto, y Donald Kinder (1987), *News that matters: Agenda-setting and priming in a television age*, Chicago, University of Chicago Press.
- Jaime Castillo, Antonio M. (2008), “Trayectorias de participación política de la juventud europea: ¿Efectos de cohorte o efectos de ciclo vital?”, *Revista de Estudios de Juventud*, vol. 81, pp. 67-93.
- Jaeho Cho, Dhavan V. Shah, Jack M. McLeod, Douglas M. McLeod, Rosanne M. Scholl y Melissa R. Gotlieb (2009), “Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an o-s-r-o-r model of communication effects”, *Communication Theory*, vol. 19, núm. 1, pp. 66-88.
- Seungahn Nah, Melissa R. Gotlieb, Hyunseo Hwang, Nam-Jin Lee, Rosanne M. Scholl y Douglas M. McLeod (2007), “Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model”, *Journal of Communication*, Vol. 57(4): 676-703.

- , William P. Eveland y Nojin Kwak (2005), “Information and Expression in a Digital Age. Modeling Internet Effects on Civic Participation”, *Communication Research*, Vol. 32(5): 531-565.
- , Jack M. McLeod y So-Hyang H. Yoon, (2001), “Communication, Context, and Community An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences”, *Communication Research*, Vol. 28(4): 464-506.
- , Nojin Kwak y R. Lance Holbert (2001), “ ‘Connecting’ and ‘Disconnecting’ with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital”, *Political Communication*, vol. 18, pp. 141-162.
- Jian, Gouwei y Leo Jeffres (2008), “Spanning the boundaries of work: workplace participation, political efficacy, and political involvement”, *Communication Studies*, vol. 59, pp. 35-50.
- Johnson, Thomas y Barbara Kaye (1998), “Cruising is believing?: Comparing internet and traditional sources on media credibility measures”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 75, núm. 2, pp. 325-340.
- y Barbara Kaye (2002), “We believe ability: A path model examining how convenience and reliance predict online credibility”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 79, núm. 3, pp. 619-643.
- Jou, Willy (2011), “How do citizens in East Asian democracies understand left and right”, *Japanese Journal of Political Science*, vol. 12, núm. 1, pp. 33-55.
- Jung, Nakwon, Yonghwan Kim y Homero Gil de Zúñiga (2011), “The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation”, *Mass Communication & Society*, vol. 14, núm. 4, pp. 407-430.
- Katz, Elihu y Paul F. Lazarsfeld (1955), *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*, Glencoe, Illinois, The Free Press.
- Keith, Bruce E., David B. Magleby, Candice J. Nelson, Elizabeth A. Orr, Mark C. Westlye, y Raymond E. Wolfinger (1992), *The myth of the independent voter*, Berkeley, University of California Press.
- Kerbel, Matthew Robert (1995), *Remote and controlled: Media politics in a cynical age*, Boulder, CO, Westview 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.

- Kim, Daekyung y Thomas Johnson (2009), "A shift in media credibility: Comparing internet and traditional news sources in South Korea", *International communication gazette*, vol. 71, pp. 283-302.
- Kim, Jooham, Robert O. Wyatt y Elihu Katz (1999), "News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy", *Political Communication*, vol. 16, núm. 4, pp. 361-385.
- King, Anthony (2002), "Do leaders' personalities really matter?", en Anthony King (coord.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*, Oxford, Oxford University Press.
- Kiousis, Spiro (2001), Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age, *Mass Communication & Society*, vol. 4, núm. 4, pp. 381-403.
- , Soo-Yeon Kim, Michael McDevitt y Ally Ostrowski (2009), "Competing for attention: Information subsidy influence in agenda building during election campaigns", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 86, núm. 3, pp. 545-562.
- Klesner, Joseph (1987), "Changing patterns of electoral participation and official party support in Mexico", en Judith Gentleman (coord.), *Mexican Politics in Transition*, Boulder, CO, Westview.
- (1993), "Modernization, economic crisis, and electoral alignment in Mexico", *Mexican Studies*, vol. 9, núm. 2, pp. 187-223.
- (2004), "The structure of the Mexican electorate: Social, attitudinal, and partisan bases of Vicente Fox's victory", en Jorge I. Domínguez y Chappell Lawson (coords.), *Mexico's pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press.
- (2007a), "The 2006 Mexican election and Its aftermath", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, pp. 11-14.
- (2007b), "The 2006 Mexican elections: Manifestation of a divided society?", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 47, pp. 11-14.
- (2007c), "The July 2006 presidential and congressional election in Mexico", *Electoral Studies*, vol. 26, núm. 4, pp. 803-808
- (2009), "A Sociological analysis of the 2006 elections", en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Knutsen, Oddbjørn (1997), "The partisan and the value-based component

- of left-right self-placement: A comparative study”, *International Political Science Review*, vol. 18, núm. 2, pp. 191-225.
- Kosuke Imai, Gary King y Olivia Lau (2007), “mlogit: Multinomial logistic regression for dependent variables with unordered categorical values”, en Kosuke Imai, Gary King y Olivia Lau (coords.), *Zelig: Everyone’s statistical software*, en [<http://gking.harvard.edu/zelig>].
- Krassa, Michael (1990), “The structure of interaction and the transmission of political influence and information”, en John Ferejohn y James H. Kuklinski (coords.), *Information and democratic processes*, Chicago, University of Illinois Press.
- Lamadrid, José Luis (1994), *La larga marcha a la modernidad en materia religiosa*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Lane, Robert E. (1959), *Political life: Why people get involved in politics*, Glencoe, Illinois, Free Press.
- Langston, Joy (2009), “Las reformas al Cofipe, 2007”, *Política y Gobierno*, volumen temático 2, pp. 245-272.
- Laponce, Jean A. (1981), *Left and right: The topography of political perceptions*, Toronto, University of Toronto Press.
- Lau, Richard y David P. Redlawsk (2001), “Advantages and disadvantages of cognitive heuristics in political decision making”, *American Journal of Political Science*, vol. 45, núm. 4, pp. 951-971.
- (2006), *How voters decide. Information processing during elections campaigns*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Lawson, Chappell (1999). “Why Cárdenas won: The 1997 elections in Mexico City”, en Jorge Domínguez y Alejandro Poiré (coords.), *Toward Mexico’s democratization: Parties, campaigns, elections, and public opinion*, Nueva York, Routledge.
- y Joseph L. Klesner (2004), “Political reform, electoral participation, and the campaign of 2000”, en Jorge I. Domínguez y Chappell Lawson (coords.), *Mexico’s pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press.
- y Alejandro Moreno (2007), “El estudio Panel México 2006: Midiendo el cambio de opiniones en la campaña presidencial”, *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 2, pp. 437-465.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard R. Berelson y Hazel Gaudet (1944), *The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Nueva York, Columbia University Press.

- Leal, David L., Byung-Jae Lee, y James A. McCann (2012), "Transnational absentee voting in the 2006 Mexican presidential election: The roots of participation", *Electoral Studies*, vol. 31, núm. 3, pp. 540-549.
- Lehoucq, Fabrice (2009), "Ingresos y cálculos electorales en 2006", *Política y Gobierno*, volumen temático 1, pp. 107-136.
- Lijphart, Arend (1979), "Religious *vs.* linguistic *vs.* class voting: The 'crucial experiment' of comparing Belgium, Canada, South Africa, and Switzerland", *American Political Science Review*, vol. 73, núm. 2, pp. 442-458.
- (1990), "Dimensions of ideology in European party systems", en Peter Mair (coord.), *The West European party system*, Inglaterra, Oxford University Press.
- Lipset, Seymour M. (1960/1983), *Political Man: The social bases of politics*. 2ª ed., Londres, Heinemann.
- y Stein Rokkan (1967), "Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction", en Seymour Martin Lipset y Stein Rokkan (coords.), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*, Nueva York, Free Press.
- y Stein Rokkan (coords.) (1967), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*, Nueva York, Free Press.
- Listhaug, Ola, Stuart Elaine Macdonald y George Rabinowitz (1994), "Ideology and party support in comparative perspective", *European Journal of Political Research*, vol. 25, núm. 2, pp. 111-149.
- Liu, James H., Ken'ichi Ikeda y Marc Stewart Wilson (1998), "Interpersonal environment effects on political preferences. The middle path for conceptualizing social structure in New Zealand and Japan", *Political Behavior*, vol. 20, pp. 183-212.
- Livingstone, Sonia (2005), "On the relation between audiences and publics", en Sonia Livingstone (coord.), *Audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere*, Bristol, Intellect.
- y Peter Lunt (1993), *Talk on television. Audience, participation and public debate*, Kentucky, Routledge.
- Lynch, Edward A. (1993), *Latin America's christian democratic parties: A political economy*, Wesport, CT, Praeger.
- Lujambio, Alonso (2000), *El poder compartido. Un ensayo sobre la democratización mexicana*, México, Océano.

- Lup, Oana (2006), "The role of political talk in developing democracies: Evidence from Hungary", Paper presented in Central Europea Universidad ty Political Science-Annual Doctoral Conference.
- Lupia, Arthur y Matthew D. McCubbins (1998), *The democratic dilemma. Can citizens learn what they need to know?*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MacDonald, John S. y Leatrice D. MacDonald (1964), "Chain migration: Ethnic neighborhood formation and social networks", *The milbank memorial fund quarterly*, vol. 42, núm. 1, pp. 82-97.
- Mackay, Jenn B. y Lowrey Wilson (2007), *The credibility divide: Reader trust of online newspapers and blogs*, investigación presentada en la Convencion Annual International Communication Association, San Francisco, CA.
- y Wilson Lowrey (2011), "The credibility divide: Reader trust of online newspapers and blogs", *Journal of Media Sociology*, vol. 3, núms. (1 al 4, pp. 39-57.
- MacKuen, Michael (1990), "Speaking of politics: Individual conversation choice, public opinion, and the prospects for deliberative democracy", en John Ferejohn y James H. Kuklinski (coords.), *Information and democratic processes*, Chicago, University of Illinois Press.
- Magalhães, Pedro (2007), "Voting and intermediation: Informational biases and electoral choices in comparative perspective", en Richard Gunther, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle (coords.), *Democracy, intermediation, and voting on four continents*, Oxford, Oxford University Press.
- Magaloni, Beatriz (1994), "Elección racional y voto estratégico: algunas aplicaciones para el caso mexicano", *Política y Gobierno*, vol. 1, núm. 2, pp. 309-344.
- (2006), *Voting for autocracy: Hegemonic party survival and its demise in Mexico*, Nueva York, Cambridge University Press.
- y Alejandro Moreno (2003), "Catching all souls: the PAN and the politics of religion in Mexico", en Scott Mainwaring y Timothy R. Scully, *Christian democracy in Latin America: Electoral competition and regime conflicts*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- y Alejandro Poiré (2004), "Strategic coordination in the 2000 Mexican presidential race" en Jorge Domínguez y Chappell Lawson, *Mexico's pivotal elections*, Stanford, Stanford University Press.

- Mainwaring, Scott y Timothy R. Scully (2003), *Christian democracy in Latin America: Electoral competition and regime conflicts*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- y Mariano Torcal (2006), “Party system institutionalization and party system theory after the third wave of democratization”, en Richard S. Katz y William Crotty (coords.), *Handbook of party politics*, London, Sage Publications.
- Mair, Peter (2007), “Left-right orientations”, en Russell J. Dalton y Hans-Dieter Klingemann (coords.), *The Oxford handbook of political behavior*, Oxford, Oxford University Press.
- Mannarini, Terri, Monica Legittimo y Cosimo Talò (2008), “Determinants of social and political participation among youth. A preliminary study”, *Psicología y Política*, vol. 36, pp. 95-117.
- Margolis, Michael y David Resnick (2000), *Politics as usual: The cyberspace “Revolution”*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Markowski, Radoslaw (1997), “Political parties and ideological spaces in East Central Europe”, *Communist and Post-Communist Studies*, vol. 30, núm. 3, pp. 221-254.
- Markus, Hazel R. y Robert B. Zajonc (1985), “The cognitive perspective in social psychology”, en Gardner Lindzey y Elliot Aronson (coords.), *The handbook of social psychology*, 3ª ed., Nueva York, Random House.
- Martínez Valle, Adolfo (1995), *El Partido Acción Nacional. Una historia política, 1939-1976*, Tesis de licenciatura, México, ITAM.
- Marx, Carlos y Federico Engels (1974), *Manifiesto del Partido Comunista*, Buenos Aires, Ediciones Pluma.
- Massey, Douglas S. (1988), “Economic development and international migration in comparative perspective”, *Population and Development Review*, vol. 14, núm. 3, pp. 383-413.
- (1990), “Social structure, household strategies, and the cumulative causation of migration”, *Population Index*, vol. 56, núm. 1, pp. 3-26.
- McAllister, Ian (2007), “The personalization of politics”, en Russell Dalton y Hans-Dieter Klingemann, *Oxford handbook of political behavior*, Nueva York, Oxford University Press.
- McCann, James A. (2009), “Ideology in the 2006 Campaign”, en Jorge I. Domínguez, Chappell H. Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico’s democracy: the 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

- y Chappell H. Lawson (2003), “An electorate adrift?: Public opinion and the quality of democracy in Mexico”, *Latin American Research Review*, vol. 38, núm. 3, pp. 60-81.
- , Wayne A. Cornelius y David L. Leal (2009), “Absentee voting and transnational civic engagement among Mexican expatriates”, en Jorge I. Domínguez, Chappell H. Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico's democracy: the 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- McCombs, Maxwell y Donald Shaw (1972), “The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 2, pp.: 176-187.
- McLeod, Jack M., Katie Daily, Zhongshi Guo, William P. Eveland, Jan Bayer, Seungchan Yang, Hsu Wang (1996), “Community integration, local media use and democratic processes”, *Communication Research*, vol. 23, pp. 179-209.
- , Dietram A. Scheufele y Patricia Moy (1999), “Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation”, *Political Communication*, vol. 16, núm. 3, pp. 315-336.
- Medina, Lucía (2010), “Oferta partidista y ubicaciones en el eje izquierda-derecha: un estudio comparado”, en Mariano Torcal (coord.), *La ciudadanía europea en el siglo XXI. Estudio comparado de sus actitudes, opinión pública y comportamiento*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Mercado, Lauro (1997), “Una visita a la lealtad de los partidos de América Latina”, *Política y Gobierno*, vol. 4, pp. 285-346.
- Merolla, Jennifer J. y Elizabeth Zechmeister (2009), “Las percepciones de liderazgo en el contexto de las elecciones mexicanas de 2006”, *Política y Gobierno*, volumen temático 1, pp. 41-81.
- Meyer, Jean (1973), *La cristiada*, México, Siglo XXI.
- (1979), *El sinarquismo: ¿un fascismo mexicano?*, México, Joaquín Mortiz.
- Miller, Arthur H., Martin P. Wattenberg y Oksana Malanchuk (1986), “Schematic assessment of presidential candidates”, *American Political Science Review*, vol. 80, pp. 521-540.
- Miller, Warren E. y J. Merrill Shanks (1996), *The new american voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- Miller, William L. y Richard G. Niemi (2002), “Voting: Choice, conditioning, and constraint”, en Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris

- (coords.), *Comparing Democracies 2. New challenges in the study of elections and voting*, London, Sage.
- Molinar, Juan (1991), *El tiempo de la legitimidad*, México, Cal y Arena.
- y Leonardo Valdés (1987), “Las elecciones de 1985 en el Distrito Federal”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 49, núm. 2, pp. 183-215.
- y Jeffrey Weldon (1990), “Elecciones de 1988 en México: crisis del autoritarismo”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 52, núm. 4, pp. 229-262.
- Monsiváis, Carlos (1992), “Tolerancia religiosa, derechos humanos y democracia”, en A.A. V.V., *Las Iglesias Evangélicas y el Estado Mexicano*, México, CUPSA.
- Morán, Luis Rodolfo (1989), “El PDM en Jalisco, ¿Triunfo de una cultura católica?”, en Jorge Alonso (coord.). *El PDM: movimiento regional*, México, Universidad de Guadalajara.
- Moreno, Alejandro (1999a), *Political cleavages: Issues parties, and the consolidation of democracy*. Boulder, CO, Westview Press.
- (1999b), “Ideología y voto: dimensiones de competencia política en México en los noventa”, *Política y Gobierno*, vol. 6, núm. 1, pp. 45-81.
- (2003), *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas, conducta electoral* (primera edición), México, Fondo de Cultura Económica.
- (2004), “Nuestros valores: los mexicanos en México y en Estados Unidos al inicio del siglo xx”, en *25 años de desarrollo social en México: estudios económicos y sociopolíticos*, México, Banamex.
- (2006), “The coalition for change: Voters and parties in the 2000 Mexican election”, en Mary K Kirtz, Mark J. Kassoff, Rick Farmer y John C. Green (coords.), *The elections of 2000: Politics, culture, and economics in North America*, Akron, Ohio, University of Akron Press.
- (2007), “The 2006 Mexican presidential election: The economy, oil revenues, and ideology”, *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, pp. 15-19.
- (2009a), *La decisión electoral: votantes, partidos y democracia en México*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- (2009b), “Changing ideological dimensions of party competition in Mexico, 1990-2006”, en Yilmaz Esmer y Thorleif Petersson (coords.), *The international system, democracy and values*, Uppsala, Uppsala University.
- (2009c). “The activation of economic voting in the 2006 campaign”, en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

- (2010), “La transición política en México: el cambio de las dimensiones de la competencia electoral, 1976-2006”, VIII Seminario de Investigación, *Master en Democracia y Gobierno*, Universidad Autónoma de Madrid, 2010, en [<http://www.uam.es/wpcpolitica>], reproducido parcialmente en la *Gaceta de Ciencia Política*, ITAM, vol. 7, núm. 1, pp. 109-131.
- (2012), “Who is the Mexican voter?”, en Roderic A. Camp (coord.), *Oxford handbook of Mexican politics*, Oxford, Oxford University Press.
- Moreno, Alejandro y Elizabeth Zechmeister (2002), “Hacia una definición de la izquierda y la derecha en México”, *Este País*, núm. 141, pp. 1-7.
- y Rossana Fuentes-Berain (2006), *Procesos de intermediación política en México: el Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales en la contienda presidencial de 2006*, México, Banamex.
- 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. 41-74.
- y Karla Y. Mendizábal (2013), “Las redes sociales y el comportamiento político en México”, en Helcimara Telles y Alejandro Moreno (coords.), *Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina*, Belo Horizonte, Brasil, Universidade Federal de Minas Gerais.
- y Alejandro Díaz Domínguez (2013), “Effects of #YoSoy132 and social media use in Mexico’s 2012 presidential campaigns”, en Jorge Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (coords.), *Mexico’s 2012 presidential election*, Baltimore, Johns Hopkins University Press (en prensa).
- (de próxima publicación), “Value cleavages revisited”, trabajo presentado para el proyecto *Comparative National Election Project*, 10 de enero, 2013.
- Morley, David (1986), *Family television: Cultural power and domestic leisure*, Londres, Routledge.
- (1992), *Television, audiences and cultural studies*, Londres, Routledge.
- Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert y Mary Stansbury (2003), *Virtual inequity: Beyond the digital divide*, Washington, DC, Georgetown University Press.
- Moy, Patricia y John Gastil (2006), “Predicting deliberative conversation: The impact of discussion networks, media use, and political cognitions”, *Political Communication*, vol. 23, pp. 443-460.
- Muñiz, Carlos (2012), “El diálogo político juvenil. Cómo los medios y la sofisticación influyen en la conversación política”, *Comunicación y Ciudadanía*, vol. 5, pp. 36-52.

- Muro González, Víctor Gabriel (1994), *Iglesia y movimientos sociales en México*, México, El Colegio de Michoacán.
- Mutz, Diana C. (2002), "The consequences of cross-cutting networks for political participation", *American Journal of Political Science*, vol. 46, pp.838-855.
- (2002), "Cross-cutting social networks: Testing democratic theory in practice", *American Political Science Review*, vol. 96, núm. 1, pp. 111-126.
- y Martin, Paul S. (2001), "Facilitating communication across lines of political difference: The role of mass media", *American Political Science Review*, vol. 95, núm. 1, pp. 97-114.
- Myrdal, Gunnar (1957), *Rich lands and poor: The road to world prosperity*, Nueva York, Harper and Row.
- Negroponte, Nicholas (1995), *Being digital*, Nueva York, Random House.
- Neuman, Ruselle (1992), *Common Knowledge: News and the construction of political meaning*, Chicago, University of Chicago Press.
- Newton, Kenneth (2006), "May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics", *European Journal of Political Research*, vol. 45, núm. 2, pp. 209-234.
- y Pippa Norris (2000), "Confidence in public institutions: faith, culture, or performance", en Susan Pharr y Robert D. Putnam (coords.), *Disaffected democracies. What's troubling the trilateral countries*, Princeton, Princeton University Press.
- Nie, Norman, Sidney Verba y John Petrocick (1976/1979), *The changing american voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- Niemi, Richard G., Stephen C. Craig y Franco Mattei (1991), "Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election Study", *American Political Science Review*, vol. 85, núm. 4, pp. 1407-1413.
- Nir, Lilach (2011), "Disagreement and Opposition in Social Networks: Does Disagreement Discourage Turnout?", *Political Studies*, Vol. 59: 674-692.
- Norris Pippa (2000), *A virtuous circle: Political communications in post-industrial democracies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2001), *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*, Cambridge, MA, Cambridge University Press.
- (2004), *Electoral engineering: Voting rules and political behavior*, Nueva York, Cambridge University Press.

- (2004), *Young people and political activism: From the politics of loyalties to the politics of choice?* Ponencia presentada en la conferencia “Civic engagement in the 21st. Century: Toward a scholarly and practical agenda”, California, Estados Unidos.
- y Ronald Inglehart (2004), *Sacred and secular: Religion and politics worldwide*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios, AC. (2012), *Los medios y las elecciones en México 2012*. El reporte completo puede consultarse en [<http://elecciones2012mx.wordpress.com/>].
- Pattie, Charles P. y Ron J. Johnston (2001), “Talk as a political context: Conversation and electoral change in British Elections, 1992-1997”, *Electoral Studies*, vol. 20, pp. 17-40.
- Percheron, Annick, y M. Kent Jennings (1981), “Political continuities in French families: A new perspective on an old controversy”, *Comparative Politics*, vol. 13, núm. 4, pp. 421-436.
- Pérez Islas, José Antonio (2010), “Las transformaciones en las edades sociales. Escuela y mercados de trabajo”, en Rossana Reguillo (coord.), *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica/Conaculta.
- Pierce, Roy (1995), *Choosing the chief: Presidential elections in France and The United States*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Philips, Kevin (1982), *Post-Conservative America: People, politics, and ideology in a time of crisis*, Nueva York, Random House.
- Pinkleton, Bruce y Erica Weintraub Austin (2001), “Individual motivations, perceived media importance, and political disaffection”, *Political Communication*, vol. 18, núm. 3, pp. 321-334.
- (2002), “Exploring relationships among media use frequency, perceived media importance, and media satisfaction in political disaffection and efficacy”, *Mass Communication & Society*, vol. 5, pp. 141-163.
- Poiré, Alejandro (1995), *Lealtad partidista y desalineación electoral en la elección presidencial de 1994*. Tesis de licenciatura, México, ITAM.
- (2002), *Bounded ambitions: Party nominations, discipline and defection: Mexico's PRI in comparative perspective*. Tesis doctoral, Harvard University.
- Popkin, Samuel L. (1991), *The reasoning voter. Communication and persuasion in presidential campaigns*, Chicago, University of Chicago Press.
- Portes, Alejandro y Robert L. Bach (1985), *Latin journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States*, Berkeley, CA, University of California Press.

- Preacher, Kristopher J. y Andrew F. Hayes (2008), "Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models", *Behavior Research Method*, vol. 40, núm. 3, pp. 879-891.
- Presidencia de la República (2011), *Base de datos de fallecimientos ocurridos por presunta rivalidad delincuencia*, sitio espejo [<http://200.23.123.5/>].
- Przeworski, Adam y John D. Sprague (1986), *Paper stones: A history of electoral socialism*, Chicago, University of Chicago Press.
- Pulzer, P. (1967), *Political representation and elections in Britain*, Londres, George Allen & Urwin.
- Putnam, Robert D. (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, Nueva York, Simon & Schuster.
- (coord.) (2002), *Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society*, Oxford, Oxford University Press.
- Rabinowitz, George y Stuart Elaine Macdonald (1989), "A directional theory of issue voting", *The American Political Science Review*, vol. 83, núm. 1, pp. 93-121.
- Rainie, Lee, Aaron Smith, KayLehman Schlozman, Henry Brady y Sidney Verba (2012), *Social media and political engagement*, Documento de trabajo del PEW Research Center, Oct 19, en [<http://pewinternet.org/Reports/2012/Political-engagement/Summary-of-Findings/Overview.aspx>] (fecha de consulta: 18 de marzo 2013).
- Ravenstein, Ernest George (1885), "The Laws of Migration", *Journal of the Statistical Society of London*, Vol. 48(2): 167-235.
- (1889), "The laws of migration", *Journal of the Royal Statistical Society*, vol. 52, núm. 2, pp. 241-305.
- Reyna, José Luis (1971), *An empirical analysis of political mobilization: The case of Mexico*, Ithaca, N.Y, Cornell University Press.
- Rheingold, Howard (2000), *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic frontier*, Boston: MIT Press.
- Richardson, Bradley M. (1991), "European loyalties revisited", *American Political Science Review*, vol. 85, pp. 751-775.
- y Paul Allen Beck (2007), "The flow of political information: Personal Discussants, the media, and partisans", en Richard Gunther, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle, (coords.), *Democracy, intermediation, and voting on four continents*, Oxford, Oxford University Press.
- Rico, Guillerme (2007), "¡No nos falles! Los candidatos y su peso electoral", en José Ramón Montero, Ignacio Lago y Mariano Torcal (coords.), *Elecciones generales 2004*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

- (2010), *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Riemann, Rainer, Claudia Grubich, Susanne Hempel, Susanne Mergl, Manfred Richter (1993), “Personality and attitudes toward current political topics”, *Personality and Individual Differences*, vol. 15, núm. 3, pp. 313-321.
- Rimmer, Tony y David Weaver (1987), “Different questions, different answers? Media use and media credibility”, *Journalism Quarterly*, vol. 64, pp. 28-36.
- Roberts, Kenneth M. y Erik Wibbels (1999), “Party systems and electoral volatility in Latin America: a test of economic, institutional, and structural explanations”, *American Political Science Review*, vol. 93, núm. 3, pp. 575-590.
- Robinson, Michael (1976), “Public affairs television and the growth of political malaise: the case of the selling of the Pentagon”, *American Political Science Review*, vol. 70, pp. 409-432.
- Robinson, John P. (1976), “Interpersonal influence in election campaigns two step-flow Hypotheses”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, núm. 3, pp. 304-319.
- Rodríguez, Alejandra y Carlos Muñiz (2009), “Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial 2006”, *Comunicación y Sociedad*, vol. 11, pp. 99-134.
- Rojas, Hernando (2006), “Comunicación, participación y democracia”, *Universitas Humanística*, vol. 62, pp. 109-142.
- Rosenstone, Steven J., y John Mark Hansen (1993), *Mobilization, participation, and democracy in America*, Nueva York, Macmillan.
- Rubin, Jeffrey W. (1987), “State policies, leftist oppositions, and municipal elections: The Case of the COCEI in Juchitán”, en Arturo Alvarado, *Electoral patterns and perspectives in Mexico*, San Diego, CA, University of California San Diego.
- Sanders, David (1999), “Conservative incompetence, labour responsibility and the feel good factor: why the economy failed to save the conservatives in 1997”, *Electoral Studies*, vol. 18, núm. 2, pp. 251-270.
- Sani, Giacomo (1974), “A test of the least-distance model of voting choice. Italy, 1972”. *Comparative Political Studies*, vol. 7, núm. 2, pp. 193-208.
- y Giovanni Sartori (1983), “Polarization, fragmentation and competition in Western democracies”, en Hans Daalder (coord.), *Western European party systems*, Beverly Hills, SAGE Publications.

- y José R. Montero (1986), “El espectro político: izquierda, derecha y centro” en Juan J. Linz y José Ramón Montero (coords.), *Crisis y cambio: electores y partidos en la España de los años ochenta*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.
- Sapiro, Virginia y Pamela Johnston Conover (1997), “The variable gender basis of electoral politics: Gender and context in the 1992 us election”, *British Journal of Political Science*, vol. 27, núm. 4, pp. 497-523.
- Sartori, Giovanni (1976/1994), *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*, Edición de 1994, Madrid, Alianza.
- Scherman, Andrés, Arturo Arriagada y Sebastián Valenzuela (2012), “¿Hacia una nueva ciudadanía multifuncional? Uso de medios digitales, redes sociales online y participación política”, *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, vol. 2, pp. 159-191.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (2003), “Mass communication, personal communication, and vote choice: The filter hypothesis of media influence in comparative perspective”, *British Journal of Political Science*, vol. 33, pp. 233-256.
- Shadish, William R., Thomas D. Cook, y Donald T. Campbell (2002), *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*, Boston, MA, Houghton Mifflin Company.
- Sheufele, Dietram y Matthieu Nisbet (2002), “Being a citizen online: New opportunities and dead-ends”, *International Journal of Press/Politics*, vol. 7, pp. 55-75.
- Shively, W. Phillips (1979), “The development of party identification among adults: Exploration of a functional model”, *The American Political Science Review*, vol. 73, núm. 4, pp. 1039-1054.
- Schulz, Winfried (1998), “Media change and political effects of television: Americanization of the political culture?”, *Communication*, vol. 23, núm. 4, pp. 527-544.
- Singer, Matthew M. (2009), “Defendamos lo que hemos logrado. El voto económico en México durante la elección presidencial de 2006”, *Política y Gobierno*, volumen temático 1, pp. 199-235.
- Sommano Ventura, Ma. Fernanda y Ortega Ortiz, Reynaldo Yunuen (2003), “La identificación partidista de los mexicanos y el cambio electoral, 1994-2000”, *Foro Internacional*, vol. 43, pp. 10-38.
- Sotirovic, Mira y Jack M. McLeod (2001), “Values, communication behavior, and political participation”, *Political Communication*, vol. 18, núm. 3, pp. 273-300.

- Sunstein Cass R. (2003), *Why societies need dissent*, Harvard, Harvard University Press.
- Tait, D. Christie (1927), "International aspects of migration", *Journal of the Royal Institute of International Affairs*, vol. 6, núm. 1, pp. 25-46.
- Tavits, Margit (2006), "Party system change testing a model of new party entry", *Party Politics*, vol. 12, núm. 1, pp. 99-119.
- (2008), "Policy positions, issue importance, and party competition in new democracies", *Comparative Political Studies*, vol. 41, núm. 1, pp. 48-72.
- Telles Helcimara y Alejandro Moreno (coords.) (2013), *Comportamento eleitoral e Comunicação Política na América Latina*, Belo Horizonte, Brasil, Universidade Federal de Minas Gerais.
- Tilly, Charles (1990), "Transplanted networks", en Virginia Yans-McLaughlin (coord.), *Immigration reconsidered: History, sociology, and politics*, Nueva York, Oxford University Press.
- (2007), "Trust networks in transnational migration", *Sociological Forum*, vol. 22, núm. 1, pp. 3-24.
- Tinoco, Josué R., Manuel González Navarro y Salvador Arciga Bernal (2006), "Religiosidad y preferencia política en universitarios de la ciudad de México", *Liberabit*, vol. 12, pp. 123-134.
- Thomassen, Jacques (1976), "Party identification as a cross-national concept: Its meaning in the Netherlands", en Ian Budge *et al.*, *Party identification and beyond*, Londres, Wiley.
- (coord.) (2005), *The European voter: A comparative study of modern democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- Tolbert, Caroline J. y Ramona S. McNeal (2003), "Unraveling the effects of the internet on political participation?", *Political Research Quarterly*, vol. 56, núm. 2, pp. 175-185.
- Trejo, Raúl (2010), *Simpatía por el rating*, México, Cal y Arena.
- Valdivia, Marcos y Ulises Beltrán (2009), "Dilemas de estrategia: ¿Tierra o aire? Redes sociales y decisión electoral", *Política y Gobierno*, volumen temático 1, pp. 177-198.
- Van Dalen, Hendrik P., George Groenewold y Tineke Fokkema (2005), "The effect of remittances on emigration intentions in Egypt, Morocco, and Turkey", *Population Studies*, vol. 59, núm. 3, pp. 375-392.
- y Kène Henkens (2008), "Emigration intentions: Mere words or true plans?: Explaining international migration intentions and behavior", Tilburg University, Discussion Paper núm. 2008-60.

- Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman y Henry Brady (1995), *Voice and equality: Civic volunteerism in American politics*, Cambridge, Harvard University Press.
- , Nancy Burns y Kay Lehman Schlozman (1997), “Knowing and caring about politics: Gender and political engagement”, *Journal of Politics*, vol. 59, pp. 1051-1072.
- Wals, Sergio C. (2009), *Immigrants’ political suitcases: A theory of imported socialization*, University of Illinois, Urbana-Champaign.
- (2011), “Does what happens in Los Mochis stay in Los Mochis? Explaining post-migration political behavior”, *Political Research Quarterly*, vol. 64, núm. 3, pp. 600-611.
- (2013), “Made in the USA? Immigrants’ Imported ideology and political engagement”, *Electoral Studies*, en [<http://dx.doi.org/10.1016/j.electstud.2013.05.032>].
- y Alejandro Moreno (2013), “Assessing the validity and reliability of self-reported items on likelihood of migration”, AAPOR Meeting. Boston, MA.
- Walton, John y Joyce A. Sween (1971), “Urbanization, industrialization and voting in Mexico: A longitudinal analysis of official and opposition party support”, *Social Science Quarterly*, vol. 52, núm. 3, pp. 721-746.
- Walzer, Michael (1992), “The civil society argument”, en Chantal Mouffe (coord.), *Dimensions of radical democracy: pluralism, citizenship, community*, Londres, Verso.
- Weber, Max (1987/1922), “Sociología de la dominación”, en M. Weber, *Economía y sociedad*, México, FCE.
- Westley, Bruce H. y Werner J. Severin (1964), “Some correlates of media credibility”, *Journalism Quarterly*, vol. 41, pp. 325-335.
- Wittwen, Andreas (1995), *Infotainment. Fernsehnechtzwischen Information und Unterhaltung*, Bern, Nueva York, P. Lang.
- Ysmal, Colette (1994), “The history of electoral studies in France”, *European Journal of Political Research*, vol. 25, pp. 367-385.
- Zavala, Iván (1991), “Factores sociales de la votación por Carlos Salinas de Gortari”, *Estudios Políticos*, vol. 8, pp. 43-54.
- Zechmeister, Elizabeth J. (2013), “Ideology and the Latin American voter”, Paper presentado en *Annual Meeting of the Southern Political Science Association, The Latin American Voter Workshop*, Orlando, 4-5 enero.
- y Margarita Corral (2011), “Evaluando la representación por mandato en América Latina a través de las posiciones en la escala izquierda-derecha

- y de las preferencias económicas”, en Manuel Alcántara y Mercedes García (coors.), *Algo más que presidentes. El papel del Poder Legislativo en América Latina*, Zaragoza, Editorial Fundación Manuel Giménez Abad.
- y Margarita Corral (2013), “Individual and contextual constraints on ideological labels in Latin America”, *Comparative Political Studies*, vol. 46, núm. 6, pp. 675-701.
- Zermeño, Sergio (1989), “El regreso del líder: crisis, neoliberalismo y desorden”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 51, núm. 4, pp. 115-150.
- Zuckerman, Alan S. (coord.) (2005), *The social logic of politics: Personal networks as context for political behavior*, Temple University Press.
- Lawrence A. Kotler-Berkowitz y Lucas A. Swaine (1998), “Anchoring political preferences: The structural bases of stable electoral decisions and political attitudes in Britain”, *European Journal of Political Research*, vol. 33, pp. 285-321.

Acerca de los autores

Rosario Aguilar es Doctora en Ciencia Política por la Universidad de Michigan, Ann Arbor. Es profesora-investigadora en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Se especializa en psicología política, en la expresión y consecuencias políticas y sociales de la expresión de prejuicios, y en el análisis de las ventajas y desventajas de las encuestas como medios de medición de preferencias electorales. Ha publicado en el *Latin American Research Review* y en *Política y Gobierno*.

Victoria Isabela Corduneanu es Doctora en Historia y Civilización por el Instituto Universitario Europeo de Florencia. Es profesora investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Sus principales temas de investigación son “comunicación y juventud” y “comunicación política”. Se desempeña desde el 2004 en investigación aplicada en opinión pública y estudios electorales como consultora.

Alejandro Díaz es Doctor en Ciencia Política por la Universidad Vanderbilt. Ha impartido clases en el ITAM y sus temas de interés son la religión, la política y el comportamiento electoral. Ha publicado en *Política y*

Gobierno, Este País, Perfiles Latinoamericanos, Iberofórum, Economía, Sociedad y Territorio, Estudios Políticos y Sociedad y la Gaceta de Ciencia Política.

Georgina Flores-Ivich es Maestra en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso, México). Es profesora investigadora en la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana. Ha participado en diversos proyectos de consultoría e investigación académica nacionales e internacionales financiados por instituciones como Naciones Unidas, USAID, RAND Corporation, Fundación Telefónica y Flacso, entre otras. Sus trabajos más recientes han sido publicados en el *Journal of Comparative and International Education*, en la revista *Psicología Política* de la Universidad de Valencia y en libros como *Instituciones electorales, opinión pública y poderes políticos locales en México y América Latina: problemas centrales y oportunidades promisorias*. Sus temas de investigación son comportamiento político y electoral y psicología política.

Manuel Alejandro Guerrero es Doctor en Ciencia Política con especialidad en Comunicación Política por el Instituto Europeo Universitario, en Florencia, Italia. Es investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, del cual también ha sido director. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y forma parte de los consejos editoriales de prestigias revistas académicas como el *Journal of Communication*, el *International Journal of Press/Politics* y el Consejo Internacional de Palgrave-MacMillan. Una de sus recientes publicaciones es *Campañas negativas en 2006. ¿Cómo afectaron el voto?*, en coautoría con Marco Arellano.

Carlos Machuca es estudiante del Doctorado en Políticas Públicas de la Escuela de Graduados (EGAP) del ITESM-CEM.

Gerardo Maldonado es doctorante en Ciencias Políticas y Sociales por la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Es profesor investigador titular en la División de Estudios Internacionales del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), donde también es miembro de la Coordinación Regional de la Encuesta Latinoamericana Las Américas y el Mundo.

Gustavo Meixueiro es candidato a Doctor en Planeación Estratégica y Gestión del Desarrollo por la Universidad Anáhuac del Norte. Es profesor en la Universidad Anáhuac y en la Universidad Iberoamericana. Es coinvestigador en México en proyectos como Estudio Panel, México, 2012, y el Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP); e investigador principal en el estudio Encuesta Nacional de Migración. Es director de la *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*. Cuenta con publicaciones en revistas especializadas, capítulos de libros y ha coordinado textos referentes a políticas públicas y opinión pública. Desde 2003 colabora en el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (CESOP) donde se desempeña como Director de Estudios de Opinión Pública.

Alejandro Moreno es Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Michigan. Es profesor en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Entre sus libros están *Political Cleavages* (1999), *El votante mexicano* (2003), *La decisión electoral* (2009), *Confianza en las instituciones: México en perspectiva comparada* (coord., 2010) y *Opinión Pública. Representación política y democracia en México* (coord., 2013). Actualmente es Presidente de la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública (WAPOR) y Vicepresidente de la Asociación de la Encuesta Mundial de Valores (WVSA); ha sido el principal investigador en México del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP) desde 2006.

Carlos Muñoz es Doctor en Comunicación por la Universidad de Salamanca y profesor titular de la Universidad Autónoma de Nuevo León, donde coordina el Laboratorio de Comunicación Política y el Cuerpo Académico de Comunicación Política, Opinión Pública y Capital Social. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Sus líneas de investigación estudian los efectos mediáticos y la comunicación política.

Shannon K. O'Neil es Doctora en Gobierno por la Universidad de Harvard. Es Asociada *Senior* de Estudios de América Latina en el Consejo de Relaciones Exteriores (CFR). Su experiencia incluye las relaciones Estados Unidos-América Latina, el comercio, la energía y la inmigración. En sus publicaciones analiza las transformaciones políticas, económicas

y sociales que México ha experimentado en las últimas tres décadas y por qué estos cambios son importantes para Estados Unidos. Su trabajo ha sido publicado en *Foreign Affairs*, *Foreign Affairs Latinoamérica*, *Americas Quarterly*, *Política Exterior*, el *Washington Post*, *Los Angeles Times*, entre otros.

Eduardo Rodríguez-Oreggia es Doctor en Planeación Económica por la London School of Economics, Inglaterra. Es Director del Doctorado en Políticas Públicas de la Escuela de Graduados (EGAP) del ITESM, Campus Estado de México. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores y ha recibido diversos premios internacionales y nacionales —el más reciente de la Academia Mexicana de Ciencias— por la calidad de su trabajo. También dirige el programa de intercambio entre la EGAP y la Escuela Kennedy de Gobierno de la Universidad de Harvard.

María Fenanda Somuano es Doctora en Ciencia Política por la Universidad de Iowa. Es profesora-investigadora en El Colegio de México, desde enero de 2001, donde coordina la Maestría en Ciencia Política del Centro de Estudios Internacionales. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), miembro del Comité Editorial del Fondo de Cultura Económica y de las revistas *Foro Internacional* y *Política y Gobierno*. Autora de diversos artículos en libros y revistas académicas sobre temas como sociedad civil, participación política y movimientos sociales.

Benjamin Temkin es Doctor en Ciencias Políticas por la Universidad de Columbia, Nueva York, Estados Unidos. Es Profesor Investigador de la Flacso México, donde también es el coordinador de la especialidad en Política y Gestión Energética y Medioambiental. Ha sido catedrático en la Universidad de Columbia, Universidad de Tel-Aviv, Universidad Hebrea de Jerusalén, el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), entre otras. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Ha publicado artículos en el *British Journal of Political Science*, *Political Psychology*, *New Global Studies*, la *Revista Mexicana de Sociología*, *Política y Gobierno*.

Mariano Torcal es Doctor en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Madrid y Doctor en Ciencia Política por la Ohio State University.

Es catedrático de Ciencia Política de la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España, y Director del Centro de Investigación y Asesoramiento de Metodología de Encuesta (RECSM). Sus libros publicados recientes son: *Los europeos del siglo XXI: comportamiento político, actitudes y capital social* (Madrid, CIS, 2010), y *The europeanization of national politics? Citizenship and support in a post-enlargement*.

Sergio C. Wals es Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Illinois, Urbana-Champaign. Es miembro de las facultades del Departamento de Ciencia Política y el Instituto de Estudios Étnicos de la Universidad de Nebraska, en Estados Unidos, desde agosto de 2009. Sus intereses de investigación se concentran en el área de comportamiento político, incluyendo opinión pública y psicología política. Ha publicado artículos académicos en *The Journal of Politics*, *Political Research Quarterly*, *Journal of Research in Personality* y *Electoral Studies*.

El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012: análisis del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP), coordinado por Gustavo Meixueiro y Alejandro Moreno, terminó de imprimirse el 17 de enero de 2014. La edición consta de 1,000 ejemplares más sobrantes para reposición.

La elección presidencial de 2012 en México finiquitó 12 años de administraciones panistas, devolvió al PRI a Los Pinos y dejó a la deriva el segundo intento del izquierdista Andrés Manuel López Obrador por ganar la Presidencia. ¿Qué razonamientos emplearon los electores para definir su voto? ¿Qué factores pesaron en el apoyo electoral a una u otra opción política? ¿Qué lecciones nos deja esta elección para entender —o por lo menos intentar— de manera cabal los patrones de votación y las coaliciones electorales en México?

Este es un libro acerca de cómo votaron y cómo se informaron los mexicanos en la elección presidencial de 2012. Se basa fundamentalmente en la evidencia de la encuesta nacional poselectoral del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés). El CNEP es un proyecto de investigación por encuestas diseñadas para comprender y explicar el comportamiento electoral desde una perspectiva comparativa. El libro se compone de 11 capítulos preparados por diversos expertos en comportamiento electoral y en comunicación política, tanto nacionales como internacionales.

