

# INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY



**Yo, tú, él, nosotros, ustedes y ellos:  
En México, ¿quiénes votan? y ¿por quién?**

**Alejandro Pastrana Valls**

Maestría en Administración Pública y Política Pública  
Asesor Dr. Miguel Ángel Valverde Loya

Diciembre 2010

La evidencia estadística de esta investigación sugiere que, *ceteris paribus*, la participación electoral en la elección presidencial de 2006 es determinada por la identificación partidista del elector. En este documento se concluye que la decisión de voto, manteniendo el resto de las variables constantes, es fundamentalmente un reflejo de la pertenencia social del ciudadano. En esta lógica, la clase social define la preferencia electoral y; por lo tanto, al final del camino la disputa política se convierte en una lucha de clases.

La política de los partidos políticos y sus plataformas se centra en la disputa de clases sociales. Las fuerzas políticas se configuran a partir de esta diferenciación social. Los partidos buscan maximizar su utilidad electoral a partir de representar los intereses de la sociedad: en este estudio se concluye que un factor real de decisión electoral es la desigualdad económica; por ende, los partidos representan a clases sociales en constante competencia.

Otro alcance de esta investigación es la utilización de micro información (encuestas) para conocer cuáles son las características de la política nacional. Por ello, esta tesis apoya la continuidad de proyectos utilizando encuestas. Éstas facilitan el análisis y la comprensión de los votantes y de los mexicanos en general. Además enriquecen la implementación de políticas públicas eficaces y eficientes.

El presente documento soporta las teorías de la escuela de Columbia y de la Universidad de Michigan. Por ello, en México la identificación partidista es un indicador fuerte de la participación electoral del ciudadano. La clase social, en cambio, es un buen pronóstico de la preferencia electoral en la elección de 2006.

# Índice

1. Introducción .....	1
2. Revisión Literaria .....	4
<b>2.1 Democracia</b> .....	4
<b>2.2 Partidos Políticos: Materialismo y Pos materialismo</b> .....	7
<b>2.3 Las campañas políticas</b> .....	10
<b>2.4 Teorías Del Voto</b> .....	14
2.4.1 La escuela de Columbia .....	17
2.4.2 La escuela de Michigan .....	19
2.4.3 Análisis de elección racional.....	21
<u>2.4.3.1 Hipótesis de Voto Económico</u> .....	22
<u>2.4.3.2 Hipótesis Sociotrópico y Egocéntrica</u> .....	23
<u>2.4.3.1.3 Hipótesis Retrospectiva y Prospectiva</u> .....	24
<b>2.5 El deber cívico</b> .....	25
<b>2.6 La información</b> .....	26
<b>2.7 Participación Política</b> .....	29
<b>2.8 Contexto actual</b> .....	32
<b>Gráfica no. 1. Participación Electoral en Elección de Diputados Federales</b> .....	33
3. Datos, Hipótesis, Modelo y Variables.....	34
<b>3.1 Datos</b> .....	34
<b>3.2 Hipótesis</b> .....	35
3.2.1 Especulaciones Modelo Logit: ¿Quiénes participan?.....	35
3.2.2 Especulaciones Modelo Multilogit: ¿Cuál es la decisión electoral: PAN, PRI o PRD? .....	37
<b>3.3 Voto: Modelo Logit y Multilogit</b> .....	38
<b>3.4 Variables</b> .....	39
3.4.1 Variables Dependientes .....	39
3.4.2 Variables Independientes.....	40
<b>Tabla 1. Codificación de las Variables Dependientes e Independientes</b> .....	40
<b>Tabla 2. Descripción de Variables</b> .....	41

4. Resultados .....	42
<b>Tabla 3. Predicciones Modelo Logit</b> .....	42
<b>Tabla 4. Modelo Logit</b> .....	42
<b>Gráfica 2. Efectos Marginales (Identificación Partidista)</b> .....	44
<b>Tabla 5. Predicción Modelo Multilogit</b> .....	45
<b>Tabla 6. Resultados del Modelo Multilogit</b> .....	48
<b>Gráfica3. Efectos Marginales</b> .....	49
5. Conclusiones.....	50
6. Discusión .....	52
<b>Gráfica4. Localidades mayores de 40 mil habitantes, 2007</b> .....	60
7. Referencias .....	62

## 1. Introducción

La elección intermedia de 1997 marcó un cambio en el contexto político e histórico del país. El PRI (Partido Revolucionario Institucional) perdió la mayoría en el Congreso y el PAN (Partido Acción Nacional) y el PRD (Partido de la Revolución Democrática) tomaron gran relevancia política a nivel nacional. El dominio del partido oficial, como se le conocía al PRI, terminó con el triunfo de Vicente Fox Quezada, candidato del PAN, en la elección presidencial de 2000.

La elección de 2 de julio de 2000 se diferenció por una competencia política cerrada. Los dos partidos que tenían mayor probabilidad de ganar eran: el PAN y el PRI. Esta elección fue la primera en la que el PRI no obtuvo el triunfo. Por lo tanto, el país ya no es administrado ni gobernado por un único partido, ahora se tiene un sistema multipartidista. Esta elección presidencial se caracterizó por un debate agresivo en temas como la economía, la seguridad y la corrupción. El candidato del PAN, Vicente Fox, constantemente llamaba a Francisco Labastida, candidato del PRI, *“como más de lo mismo”* haciendo referencia a los setenta años de gobierno priista en México. Vicente Fox utilizó el slogan de *“cambio”* para identificar su propuesta política como algo novedoso, un gobierno que inyectaría una innovación en todos los aspectos de la política mexicana. El *“cambio”* implicaría una nueva forma de aplicar políticas públicas en el ámbito de la economía (un nuevo programa económico). Por su parte, Francisco Labastida, candidato del PRI, utilizó el slogan *“que el poder sirva a la gente”* con la finalidad de convencer a los mexicanos de la existencia de un nuevo PRI. Los dos candidatos consideraron que la evaluación del desempeño del gobierno anterior era decisiva para establecer la intención del voto en la competencia electoral de 2000.

La elección del 2 de julio de 2006 fue una contienda cerrada y competitiva. El candidato del PAN, Felipe Calderón, ganó por un margen muy reducido. La competición se intensificó en los medios de comunicación. Los dos candidatos punteros, Felipe Calderón (PAN) y Andrés Manuel López Obrador (PRD) intercambiaron críticas sobre el desempeño del presidente saliente, Vicente Fox (PAN). El candidato del PRD argumentaba que durante su administración “*habría crecimiento económico y generación de empleo*” (Weisbrot y Sandoval, 2006, p. 3). En cambio, Calderón señaló que “en su gobierno se mantendría la estabilidad económica y esto se convertiría en mayor crecimiento económico y se generarían más empleos a partir de la inversión o, si se elegía al partido de oposición, se perdería todo lo que se había alcanzado” (Weisbrot y Sandoval, 2006, p. 6).

La publicidad en los medios masivos de comunicación resaltaba esta disputa económica. Por ejemplo, el slogan de Calderón fue “*el presidente del empleo*” y el de López Obrador “*un nuevo modelo económico*”. Ambos candidatos buscaban persuadir al electorado a partir de una evaluación de la situación económica.

La evidencia estadística sugiere que: la decisión de voto en la elección presidencial de 2006 fue definida por la identificación partidista del elector (PID). Esta PID está conformada por las características sociodemográficas del electorado, especialmente, por la clase social. En otras palabras, la política en México se reduce a una disputa entre clases sociales. El análisis de preferencias políticas estudia el pensamiento electoral (psicológico). Este tipo de estudios intenta explicar el comportamiento político a partir de análisis individuales (encuestas) o agregados. Este proyecto se llevará a cabo a partir del estudio de información individual, tratando desde esta perspectiva, definir cuáles son las características del votante en México en la elección presidencial de 2006.

La tesis está organizada de la siguiente manera. En la sección 2 se presenta una revisión de la literatura de las teorías del voto, comportamiento político y las características de los partidos en México. El apartado 3 describe los datos, la hipótesis y el modelo utilizado en esta investigación. El capítulo 4 presenta los resultados. Las conclusiones del modelo se comentan en la parte 5. La sección 6 discute las conclusiones establecidas en este documento. En los apartados 7 y 8 se presentan las referencias y los anexos utilizados, respectivamente.

## 2. Revisión Literaria

### 2.1 Democracia

La democracia como forma de gobierno tiene su origen en la antigüedad. Ésta se contraponía a la monarquía y a la aristocracia<sup>1</sup>; pero, podía mezclarse con ambas en el gobierno mixto o reclasificarse en la república<sup>2</sup>. A finales del siglo XVIII y principio del XIX esta forma de gobierno fue considerada también como un movimiento político. A través de intrincadas vicisitudes históricas y teóricas, la democracia fue adquiriendo una serie de rasgos que, ciertamente, en un inicio le fueron ajenos. Las influencias que recibió provinieron de otros regímenes o de líneas de pensamiento de diferente origen, pero que supo adoptar sin perder su naturaleza esencial.

La democracia es primordialmente una cuestión política. En este sentido, no es la mejor forma de gobierno cuando los propósitos que se persiguen son la eficiencia y el orden. Pero cuando se presenta el problema político bajo el binomio opresión –libertad y se pide un Estado más libre y participativo, por lo tanto, la democracia.

La mejor manera de lograr que la democracia fructifique es la de acercar, cada vez más, a la representatividad de las corrientes políticas que operan en una sociedad, reduciendo al mínimo las fricciones. Un requisito para que ésta funcione es que las partes acepten dirimir sus controversias por la vía del diálogo. La democracia como tal no sólo se alimenta del consenso (la libre y voluntaria aceptación del mandato por parte del individuo:

---

<sup>1</sup> Hans Kelsen definió que cuando las decisiones fluyen predominantemente de arriba hacia abajo se tiene una autocracia; cuando ellas proceden preferentemente de abajo hacia arriba se tiene una democracia.

<sup>2</sup> Montesquieu señaló que cuando en la república el poder supremo reside en el pueblo entero, es una democracia. Cuando el poder supremo está en manos de un parte del pueblo es aristocracia.



pacto social) sino también del disenso. En este sentido, la democracia moderna no es la asamblea, donde el pueblo participa directamente, sino el parlamento, donde llegan personas elegidas de acuerdo con las postulaciones que hicieron previamente los partidos políticos. Con todo, la democracia moderna es una democracia de ciudadanos, porque son éstos los verdaderos depositarios del mayor de los derechos políticos, que es el de seleccionar y remover, si es el caso, a las personas que los representarán y gobernarán. Ésta reposa sobre una concepción individualista de la sociedad.

En la literatura siempre se debate sobre la efectividad política de los sistemas o regímenes democráticos. Sin embargo, cuándo se busca establecer una conexión entre democracia y desarrollo político se generan dudas sobre el alcance que éste tiene para promover el desarrollo económico y social de los ciudadanos.

La democracia en su definición mínima, como lo sugiere Robert Dahl, es un sistema político en el cual se eligen representantes a través de elecciones libres y competitivas. En esta conceptualización, la democracia tiene como objetivo proteger los derechos y las libertades de los individuos.

La democracia tiene como objetivo fundamental la solución de los problemas sociales. En cuanto más desarrollada esté, mayor probabilidad de mejorar las condiciones de vida de los habitantes. Sin embargo, esta relación aparentemente positiva no aplica en la totalidad de los casos. Pranab Bardhan sugiere tres aspectos definitorios de la democracia: derechos políticos y civiles mínimos, rendición de cuentas y ejercicios periódicos de representación electoral.

La democracia es la forma de gobierno que establece la relación más estrecha entre los gobernados y los gobernantes. El vínculo existente entre los ciudadanos y los partidos

es la base fundamental de la democracia representativa (Luther y Mueller Rommel 2002, Webb, Farrell y Holliday 2002). En otras palabras, el electorado influye en el gobierno a través de los partidos políticos (Dalton 2005, p 127). Sidney Verba, Norman Nie y Joe-on Kim (1971,78) establecen que hay cuatro formas de participación política: 1) por medio de elecciones; 2) participando en las campañas políticas 3) directamente como funcionario público o 4) a partir de actividades para el beneficio de la comunidad.

Las elecciones son mecanismos para generar un consenso social sumando las preferencias individuales: el voto de cada elector. En otras palabras, la suma de los votos totales señalará al vencedor dentro de la contienda política (leer Dalton 2005). Las elecciones son importantes porque determinan quiénes formarán gobierno y por ende los creadores de las nuevas políticas públicas. Además, es el método más directo para reflejar las necesidades sociales de una población (Dalton 2005, p 127). En la actualidad, éstas son el instrumento más importante de la vida democrática de un país. Para que un sistema político democrático sea pensable es necesario tener un sistema de partidos (Schattschneider 1942) ya que estos son inevitables (Bryce 1921).

Verba, Scholozman y Brady (1995) concluyeron que la ciudadanía en un sistema democrático considera que no votar está mal, la coexistencia de los miembros de la sociedad genera presiones para sufragar. Este modelo es conocido como “**voluntarismo cívico**”, en donde votar es un deber cívico. En éste, el ciudadano al sufragar tendrá la satisfacción de apoyar a una corriente política, partido político o, en su caso, formar parte en la decisión en la selección del nuevo gobierno.

En los años sesenta, el análisis del comportamiento y la participación política se centraba en el estudio de clases sociales. Durante la época de los setenta, ésta se transformó

y consideró que la sociedad estaba experimentando un giro a otros intereses. Por lo que el electorado se transformó de un ciudadano interesado en la disputa de clases a un ente consumidor de información y alternativas políticas (leer Sanders 1997).

## **2.2 Partidos Políticos: Materialismo y Pos materialismo**

Los partidos políticos son élites que compiten entre ellas para la obtención del voto del pueblo (Dalton 2005). Estas agrupaciones buscan que la población se identifique con ellos; a partir de vínculos ideológicos, históricos, familiares, de clases sociales (Lypset y Rokkan 1967), por oposición al gobierno vigente (Fiorina 1981) o por definición de alguna política pública.

Wallas (1910) señaló que el electorado busca una unidad simple y permanente a lo largo del tiempo, un actor político que pueda amar u odiar, el cual puede ser reconocido por los éxitos o fracasos políticos, y esto es sin duda un argumento a favor de la existencia de los partidos políticos.

Estas instituciones intentan maximizar el número de votos posibles con el mínimo de costos: economizando el voto (leer Downs 1957, Fiorina 1981). Cuando esto ocurre, estos intermediarios de la democracia definen qué porcentaje de la población simpatiza con la ideología del partido y qué proporción del electorado puede votar por ellos. Aquí surgen los conceptos de votante duro e indeciso. Los partidos se enfocarán exclusivamente a sus simpatizantes (votante duro), ya que esto reducirá considerablemente sus costos económicos y políticos. La misma inercia de la elección empujará a una parte del electorado inseguro (votante indeciso) a votar a favor de ellos (Fiorina 1981). Sin embargo, los partidos políticos no se transformarán a la misma velocidad con lo que evoluciona el electorado, ya que el costo político y económico es muy alto: por lo tanto, los nuevos

votantes y el electorado con nuevas demandas no se verán representados con ningún partido; generando una insatisfacción política en las nuevas generaciones-

Los ciudadanos tienen varias formas de influir en la política. Sin embargo, la participación electoral es una de las más utilizadas. Los partidos políticos son instituciones que constituyen una parte fundamental en el desarrollo de las democracias representativas. En la actualidad, no hay regímenes democráticos en donde no existan elecciones y partidos políticos (Shattschneider 1942). La representatividad democrática no se puede concebir sin partidos políticos (Bryce 1921).

Para Luther y Mueller Rommel (2002) y Webb, Farrell y Holliday (2002), los partidos políticos son instituciones que facilitan el desenvolvimiento de las democracias representativas. Estos definen cuáles son las opciones políticas del electorado. También establecen los contenidos de las campañas políticas. Los estatutos y los objetivos de los partidos definen el rumbo que toman estos en los temas de mayor importancia para el país (Klingermann, Hofferbert y Budge 1994, Budge, Robertson y Hearl 1987).

Para Lipset y Rokkan (1976), la orientación política de los partidos está relacionada con sus antecedentes históricos. Por lo tanto, el sistema de partidos está vinculado con las condiciones de desarrollo histórico y socioeconómico del país. Los partidos políticos surgen o se transforman a partir del cambio en los valores políticos de la sociedad. Ronald F. Inglehart, catedrático de la Universidad de Michigan y director de la encuesta de valores, jerarquiza los valores en materialistas y pos materialistas.

Dalton (2005, página 168) señala que los valores materialistas son: seguridad y estabilidad económica, ley y orden, defensa nacional y todos los temas que garantizan la cobertura de las necesidades básicas de la sociedad. Por su parte, los valores pos

materialistas están relacionados a conceptos como el cuidado del medio ambiente, la contaminación, combate a las desigualdades de género, libertad de expresión, desarrollo comunitario, igualdad de oportunidades, mejoras en la calidad de vida, etc. Los valores materialistas están vinculados a la política antigua (“old politics”). Los temas políticos más importantes de esta visión son: el crecimiento y desarrollo económico, la seguridad y un estilo de vida tradicional. En contra parte, los valores pos materialistas están conceptualizados en una nueva forma de definir a la política: nueva política (“new politics”). En esta visión los temas son: libertad individual, equidad social y mejor calidad de vida (leer Dalton 2005, 1973).

La mayoría de los partidos políticos tienen la orientación política encaminada a los temas de la “política antigua” [“Old Politics”] (Lipset y Rokkan 1967). La relación entre partidos y clases sociales está muy arraigada al interior, debido a que estos tratan de maximizar el número total de simpatizantes al ocuparse de los temas más importantes que están en la cabeza de los individuos (usualmente, temas económicos).

Los partidos políticos relacionados con la corriente de la “nueva política” [“New Politics”] son los partidos de formación reciente (por ejemplo, el Partido Social Demócrata, PSD y el Partido Verde Ecologista de México, PVEM). Para Dalton (2005) estos partidos tienen como simpatizantes a jóvenes educados con intereses pos materialista. En el mismo canal están los nuevos partidos de derecha, los cuales representan valores conservadores, buscan el orden social y hay una crítica constante a la inmigración (por ejemplo, el Tea Party en Estados Unidos).

Sin embargo, en México la política nacional se centra exclusivamente en los componentes materialistas. Los partidos fuertes, PAN, PRI y PRD, se enfocan a una visión

de política antigua dado que el electorado (en la mayoría de los casos) está preocupado por asuntos de carácter económico. En este sentido, el supuesto político que tiene mayor sustento es la posición social que generalmente indica cuales son los valores políticos del votante. Por lo que, la política en México se puede explicar a partir de analizar el fenómeno de la lucha de clases.

Por ejemplo, haciendo un análisis retrospectivo de las dos últimas elecciones presidenciales. En las dos campañas se comprueba que los partidos políticos; y por lo tanto, el electorado, están interesados en conceptos materialistas. En este sentido, la viabilidad de los partidos nuevos es muy remota, poniendo en duda la representatividad política de un sistema multipartidista.

### **2.3 Las campañas políticas**

En términos generales, los mexicanos suelen poner poco interés a la política. Sin embargo, las competencias políticas, especialmente las presidenciales, incrementan el interés político de los ciudadanos mexicanos. A pesar de ello, estos consideran que las elecciones son muy caras y, además, que la información que se proporcionan es mínima.

El votante mexicano promedio señala que las campañas políticas incrementan el costo de la democracia. La única defensa real que existe es la idea de que es la única oportunidad que tienen los partidos políticos y candidatos de comunicarse de manera directa con el electorado.

Los partidos políticos anticiparán las estrategias de los votantes. Por lo tanto, las campañas políticas serán utilizadas como mecanismos para generar información (heurísticos) rápida y sencilla, reduciendo los costos de adquirirla por otros medios o mecanismos. Las campañas políticas juegan por ello un papel determinante en la búsqueda

de votos. Los partidos políticos la utilizarán para buscar la mayor cantidad de votos “volátiles” o indecisos.

El efecto de los medios de comunicación es menor, pero significativo. El mayor porcentaje de los votantes sufragan a partir de su identificación partidista. El elector que se identifica con la ideología o la estructura de un partido siempre votará por él. Sin embargo, el porcentaje de votantes sin identificación partidista o votantes independientes va en incremento, aproximadamente el 30% del total del electorado. Los electores indecisos (independientes) utilizan las campañas políticas para informarse sobre las plataformas políticas y las propuestas partidistas. En este sentido, las campañas utilizan los medios masivos de comunicación (radio, televisión, internet y prensa escrita) para estimular al electorado a participar en la vida política del país, al menos en el período electoral.

Las campañas juegan un papel determinante para la generación de información. Las campañas políticas se dividen en: positivas, negativas y mixtas. Las campañas negativas<sup>3</sup> se basan en ataques y agravios a los contrincantes. En tanto, las positivas tienen como sustento propuestas en los temas más importantes del país. Por último, las campañas mixtas, son una mezcla de mensajes positivos y negativos.

Los medios de comunicación se interesan mucho más por las campañas negativas ya que el rating es mayor; sin embargo, esto no implica que la participación política (votar) se incremente. El costo de las campañas negativas está asociado a que los electores se pueden alejar de la esfera de lo político, a que los electores no voten, a que la población se divida en bloques partidistas. En el mismo sentido, las campañas negativas decepcionan

---

<sup>3</sup> West (1997) concluyó que en la década de los ochenta éstas se convirtieron en la estrategia predominante en la arena electoral.

al electorado, le restan importancia al deber cívico y debilitan la legitimidad de los procesos electorales (leer Jamieson 1992; Basil, Schooler y Byron 1991). Sin embargo, autores como Wattenberg y Brianis (1999) concluyeron que las campañas negativas tienen la intención de cambiar el voto; por ende, favorecen la participación política. Aunque este análisis ha generado otro debate, si en realidad el efecto de las campañas negativas está en el impacto que tiene sobre el electorado independiente o con poco interés en los asuntos políticos (leer Kahn y Kenney 1999; Wattenberg y Brianis 1999). Por estas contradicciones, el uso de las campañas negativas se centrará en aquellos candidatos que no son punteros, ya que para estos el incentivo se ubica en ser propositivos. Para los candidatos que llevan cierta ventaja, la campaña positiva será la mejor opción (Damore 2002).

Las campañas son el medio por el cual los partidos políticos y los candidatos buscan desesperadamente el voto del elector. En este festín de propuestas y discursos se comercializa un producto (el candidato) que tiene las 4 p's de la mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción. Producto se refiere a ¿qué vendo?; en tanto precio es ¿cuánto pagarán por él; en tercer lugar, plaza cuestiona ¿cómo se los haré llegar?; y, por último la promoción, ¿cómo lo conocerán y comprarán los clientes? Al responder estas interrogantes tiene como consecuencia candidatos que tienen un gran posicionamiento en medios antes de las campañas; por ejemplo, artistas y deportistas, los cuales cuentan con poca o nula trayectoria política. Sin embargo, el común denominador entre los candidatos es la ausencia de líderes sociales y estadistas.

La mayor utilidad de las campañas negativas se dio en la elección presidencial de 2006. El PAN, partido vencedor, afirmó repetidamente que el candidato del PRD, segundo lugar en las encuestas, era *“Un peligro para México”*. En contra parte, Andrés Manuel en



su campañas criticó constantemente al cuñado de Felipe Calderón y a Vicente Fox (al llamarlo “chachalaca”).

El país vecino, Estados Unidos, también utiliza las campañas negativas en sus elecciones. Por ejemplo, el equipo del candidato Republicano, McCain, definía a Obama como una celebridad al estilo Paris Hilton o Britney Spears, poniendo en duda su capacidad de liderazgo; por otro parte, constantemente se le señalaba de un peligroso musulmán encubierto, publicándose el libro “The Obama Nation”, y la idea de que Obama se refería a el mismo como un político mesiánico.

Dada la disputa frívola en los medios, el Instituto Federal Electoral realizó algunas reformas. La reforma electoral de 2007 se enfocó a una mejor fiscalización a los partidos políticos y el uso de los tiempos del Estado para la difusión de “spots” y a limitar las campañas, eliminando las campañas negativas. En síntesis, la última reforma electoral prohíbe las campañas negativas en la radio y la televisión.

La reforma electoral trae consigo campañas negativas en medios masivos alternativos: el internet. Las nuevas campañas negativas serán anónimas y; por lo tanto, existirá un menor control del origen de la crítica. Los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, han utilizado otros esquemas para obtener recursos económicos de las campañas; por ejemplo, México Verde, campaña de Tv Azteca, está estrechamente ligada a la publicidad del Partido Verde. Hay camiones públicos en el Distrito Federal con anuncios del Partido Verde, en donde también se hace mención a México Verde. En tanto, Televisa, ha utilizado los programas de “revista” (ejemplo, Hoy) para dar tiempo aire a los gobernadores exhibiendo los avances de su gestión; ejemplo de esto, los motociclistas (Javier Poza y Jaime Camil) quiénes están realizando la Ruta del Bicentenario.

Las campañas negativas no desaparecerán, éstas se publicarán en otros medios (evitando la radio y televisión). La radio y la televisión, al ver reducido los niveles de ratings por la eliminación de las campañas negativas, están utilizando nuevos mecanismos para mantener las utilidades económicas que la política y las campañas les generan. Las campañas políticas en este nuevo sistema jurídico se están redefiniendo.

#### **2.4 Teorías Del Voto**

Los académicos han encontrado cuatro explicaciones en la toma de decisión del elector al momento de sufragar: la escuela de Columbia, el modelo de Michigan, el análisis de elección racional y la teoría de los clivajes políticos. Estas teorías del voto se estudian en democracias avanzadas, ya que es necesario contar con información cualitativa y cuantitativa que den validez y sustento científico.

La escuela de Columbia<sup>4</sup> hace referencia al análisis sociológico del elector, explicando el voto a partir del entorno social del ciudadano y por el intercambio de ideas dentro del proceso de comunicación. Ello se da principalmente a través de contactos personales. En éste, los líderes de opinión juegan un papel importante, ya que interfieren en la decisión electoral. Esta intervención se genera en las redes sociales y el contacto cara a cara entre los individuos, divulgándose así la información necesaria para elegir una opción política. En síntesis, la decisión de voto proviene de la familia, los amigos, los compañeros de trabajo y de la gente del entorno o patrimonio social.

---

<sup>4</sup> Para mayores detalles leer Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) y Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954).

El modelo de Michigan<sup>5</sup> es una teoría de perspectiva social-psicológica. En este análisis se diferencian las preferencias que tienen los electores hacia los candidatos y partidos en el corto y largo plazo. Las actitudes de largo plazo están relacionadas con la identificación partidista. Esta identificación se da en el proceso de socialización política y se transmite de padres a hijos a partir de los valores y principios. En esta lógica, la influencia social (de la escuela de Columbia) desempeña un papel secundario. El efecto más importante en la decisión de voto se da a partir de la identificación política de cada elector.

La crítica más mencionada en este modelo es la estabilidad de la identificación partidista, ya que es susceptible al desarrollo de la administración actual y al progreso económico de la comunidad. Además, estudiosos europeos concluyen que tienen un mayor peso en la decisión de voto la pertenencia a los grupos sociales y la posición ideológica que la propia afinidad partidista. En esta misma lógica, Butler y Stokes (1974) y Crewe, Sarlvik y Alt (1977) encontraron que los votantes tienen mayor probabilidad de cambiar su intención de voto que modificar su identificación partidista. Los ciudadanos que están fuertemente identificados con una opción política, partido político, no cambiarán esta simpatía; sin embargo, pueden cambiar su intención de voto entre distintas competiciones políticas. La crítica de la inestabilidad de la identificación partidista depende de la nación

---

<sup>5</sup> Para más información leer Campbell, Converse, Miller y Stokes (1960), Jennings y Niemi (1968) Converse y Markus (1979), Fiorina (1981), Allsop & Weisberg (1988), Millar (1991), Miller y Shanks (1996) y Thomassen (2005).

que se estudia. Por ejemplo, Schickler y Green (1997) encontraron que la identificación partidista de los británicos es más estable en comparación a otras creencias política.

El análisis de elección racional<sup>6</sup> es un enfoque económico de la decisión de voto. El voto es el resultado de un cálculo racional de los votantes en donde analizan los beneficios y los costos de su decisión; por lo tanto, buscan maximizar su utilidad. En este estudio la información de los candidatos y partidos juegan un papel fundamental, ya que están incluidas en la función de obtener el máximo de resultados apegados a la utilidad esperada. En esta teoría el voto refleja un análisis de la percepción de la condición económica del país y de los individuos. Por lo que, si la evaluación es positiva se decidirá a favor del partido en el gobierno. Si ésta es negativa, se votará por cualquier otra opción política.

Las tres teorías analizadas anteriormente hacen una revisión del voto a partir del individuo. La cuarta teoría, de los clivajes políticos, referencia la importancia que tienen los grupos de electores y su relación con los partidos políticos (Denver 2003). La hipótesis de esta teoría señala que la decisión del voto refleja las divisiones sociales y estructurales existentes. En esta lógica, Dalton (2002) concluye que los conflictos sociales definen las bases ideológicas de la intención electoral.

Por lo tanto, en la decisión electoral - la intención del voto- los ciudadanos se ven influenciados por muchos factores. Entre los cuales destacan: la identificación partidista, las relaciones sociales, el entorno político, económico y social, los medios de información y el activismo político de las organizaciones que integran.

---

<sup>6</sup> Para mayor información leer Von Neuman & Morgenstern (1947), Arrow (1951), Downs (1957), Ricker & Ordeshook (1968) y Evans (2004).

Las teorías descritas destacan la importancia del voto en los sistemas democráticos. No hay democracia sin elecciones, ni elecciones sin votos (libres y secretos). Por lo tanto, votar es el primer paso (y no el último) de la participación política de los ciudadanos. Éste debe ser considerado como el gran derecho cívico de los mexicanos.

#### 2.4.1 La escuela de Columbia

El texto más significativo de la escuela de Columbia fue realizado en 1954 por Berelson, Lazarsfeld y McPhee. El documento utilizó un panel data durante la elección presidencial de 1948 en la ciudad de Elmira en Nueva York (50,000 entrevistados). Estos autores concluyeron que la decisión de voto se ve afectada mayoritariamente por el contexto social. En otras palabras, el sustento de la decisión del voto es la familia. Ésta transforma y orientan los intereses y las preferencias de cada individuo en cuanto a los “issues” políticos.

Los grupos (sindicatos, partidos y los medios de comunicación) no tuvieron efecto en esta campaña. En este modelo, los partidos políticos fueron actores administrativos y no fueron considerados como grupos proselitistas; por otro lado, los medios de comunicación reforzaron la decisión y predisposición de los votantes y no generaron cambios en la preferencia electoral. Por todo ello, la afiliación social (ejemplo; la familia, religión y las amistades) determinan la decisión del voto. La investigación sugiere que si la opinión de los grupos sociales difiere, la decisión de voto se hará en el último momento y la probabilidad de no votar será mucho mayor.

Este modelo sugiere que la familia es la fuente más importante de identificación partidista del votante. Cuando el votante decide por quién votar, esto está fundamentado

por el contexto social del individuo<sup>7</sup>. En este sentido, preferimos socializar con grupos que simpatizan con nuestros intereses e ideas y con ello reforzamos nuestra posición política. En esta lógica, los medios de comunicación fortalecen la posición política del elector. Las campañas políticas tienen “efectos mínimos”.

Una de las teorías más importantes en el estudio del comportamiento político es el estudio psicológico o sociológico. El modelo más importante es el presentado por Dahrendorf (1968). El autor concluyó que el hombre “se comporta de acuerdo a sus funciones y obligaciones en un entorno social determinado” (Dahrendorf 1968, p 90-91). Por lo tanto, este análisis se centra en las actividades que el individuo realiza de acuerdo a la posición social que tiene (homo sociologicus). El modelo supone una estructura social y de intereses con los cuales se puede asumir el comportamiento del votante. Sin embargo, los estudios de este tipo son muy complicados ya que no se cuenta con información agregada.

Las investigaciones sociológicas realizadas por Lazarsfeld, Berelson and Gaudet en el libro “*The People’s Choice*” publicado en 1948 señalan que es posible estimar cómo votará un elector, i, a partir de conocer cuáles son sus características sociales. Una persona piensa políticamente como actúa socialmente. Las características sociales de una persona determinarán su preferencia política [“A person thinks, politically, as he is socially”] (Lazarsfeld, Berelson and Gaudet 1948, p. 27). El elector tendrá información y

---

<sup>7</sup> Butler and Stokes (1974) investigaron como se establece la relación entre las clases sociales y los partidos políticos. Los partidos políticos pueden representar la lucha de clases o simplemente reflejar las preferencias de clases sin existir un conflicto. Por otra parte, pueden ser un reflejo de un comportamiento de una clase social determinado. En otras palabras, votar por una opción x’s ya que es lo que la clase social y está acostumbrada o habituada a hacer.

características sociales las cuales determinaran su decisión política. Por lo tanto, las implicaciones de pertenecer a un grupo social u organización tendrán consecuencia en sus preferencias políticas y por ende en su decisión de voto. Por ejemplo, se esperaría que individuos que estén en asociaciones religiosas que estén en contra del aborto no voten a favor de políticos que apoyen este tema.

Sin embargo, este tipo de estudio comete varios errores. Por ejemplo, no toma en cuenta las comunidades con poca afinidad y además omite el papel que desempeñan los partidos políticos, los cuales pueden ser determinantes a la hora de decidir por quién votar.

#### 2.4.2 La escuela de Michigan

A partir de un corte longitudinal de las elecciones presidenciales de 1948, 1952 y 1960, Campbell, Converse, Miller y Stokes en el libro “The American Voter” publicado en 1960 determinaron cómo surge la identificación partidista (Miller 1991) el elector y las preferencias políticas del electorado norteamericano.

Los autores argumentan que la mejor manera de determinar la decisión de voto del elector es a partir del “*funnel model*”. Este túnel está organizado por espacios a través del tiempo. En el primer momento el individuo genera su identificación partidista (PID) a partir de la relación con sus padres (Hess y Torney 1967, p. 90) y del proceso de socialización que este tiene (“psychological attachment”). Posteriormente, esta simpatía transformará las actitudes ya que el apoyo del partido sesgará tu posición y reforzará tu ideología a favor de esta opción política, afirmando tu posición en los temas más importantes (“issue positions”). Por último, la posición en los temas políticos definirá tu decisión de voto (Campbell et al. 1960, 1966). En otras palabras, el texto sugiere que los ciudadanos tendrán

un afecto a un partido político, un sentimiento de compromiso y de apoyo, lo cual no se verá reflejado, exclusivamente, en las jornadas electorales. En cambio, este apego se dará a lo largo del tiempo.

Recientemente, Weisberg y Greene (2003) determinaron que la identificación partidista es un hilo conductor importante para comprender el sistema electoral moderno y debe entenderse como un tema fundamental para el desarrollo del pensamiento político contemporáneo.

La percepción de los temas políticos está altamente correlacionada con la identificación partidista del individuo. En este texto, la PID es analizada como un tema psicológico, facilitando la interpretación de los temas políticos. En esta lógica, la PID cumple un papel simplificador de la simpatía en temas políticos; por lo tanto, estos temas son de poca importancia en la decisión electoral. En muy pocas ocasiones el electorado conoce la postura de los partidos políticos en los asuntos más relevantes. Por lo tanto, se puede concluir que la PID es fundamental para la decisión política y electoral. Dalton (2006) señala que las elecciones son competencias partidistas; por lo tanto, aquellos ciudadanos que se identifiquen fuertemente con un partido político tendrán mayor probabilidad de votar.

Los autores resaltan que la identificación partidista se forma en la familia y en las relaciones sociales; sin embargo, pueden modificarse a lo largo del tiempo dependiendo del contexto que el elector enfrente; por ejemplo, una modificación en su grupo social o clase social o por eventos nacionales (crisis económicas). Denver (2007) concluyó que la identificación es algo psicológico y, en contra parte, votar está vinculado el comportamiento del elector. En otras palabras, la identificación partidista está en ubicada



dentro de la cabeza del elector y votar es una acción definida y acotada. Por otro lado, la identificación partidista puede variar a lo largo del tiempo y el votar no. Sin embargo, a pesar de todas estas críticas o limitaciones, cuando un ciudadano tiene una Identificación Partidista fuerte, mayor probabilidad de votar tiene en comparación con el resto de los ciudadanos (leer Crewe, Fox, Alt 1977).

#### 2.4.3 Análisis de elección racional

La teoría política considera que la economía influye de manera importante en las elecciones democráticas. El modelo de voto económico realizado por Key (1966) y aplicado por Kramer (1971) argumenta que los ciudadanos premian o castigan (en términos electorales a través del voto) al gobierno dependiendo del desarrollo de la economía. Este modelo asume al presidente como gran responsable de la economía; por lo tanto, el modelo de premio-castigo se ve reflejado directamente en la aprobación o desaprobación del partido en el gobierno. Este instrumento, votar, puede considerarse como “*accountability*” (rendición de cuentas).

Las teorías de Downs (1957) y Key (1966) dieron como resultado la hipótesis básica de lo que se conoce como voto económico: “*cuando la condición de la economía es mala, el votante votará en contra del partido en el gobierno; y, en cambio, si la economía está bien, el votante apoyará al partido oficial*”. Por lo tanto, los ciudadanos prestan atención al desarrollo económico que tiene la administración vigente.

El modelo de Downs asume que los votantes hacen un comparativo entre la utilidad obtenida del desempeño del gobierno y la utilidad que se espera obtener del partido que compite en la elección. Downs sugiere que este comparativo se da de tres maneras

diferentes: a) el desempeño del partido en el gobierno contra el desempeño esperado de la oposición; b) el desempeño del partido en el gobierno frente al desempeño probable que pudo haber tenido el partido opositor; y, por último, c) el desempeño futuro del “*incumbent*” y del partido de oposición. A pesar de esto, los votantes se enfocarán más en el desarrollo o desempeño del partido en el gobierno, siendo esto más simple.

Académicos han realizado estudios sobre las elecciones en Estados Unidos, concluyendo que la economía afecta la decisión de voto del ciudadano a nivel nación y estatal (Kramer 1971, Tufte 1975, Hibbs, Rivers y Vasilatos 1982). En el caso de Europa y Latinoamérica se tienen prácticamente los mismos resultados (ver Lewis-Beck y Stegmaier 2000, 2006).

#### 2.4.3.1 Hipótesis de Voto Económico

Los estudios del voto económico tienen varias hipótesis relacionadas a la decisión del sufragio. La “*policy-oriented hypothesis*” descrita por Kiewiet (1985) señala que los votantes escogen a su candidato a partir de un análisis diferencial entre las políticas públicas macroeconómicas de los partidos que compiten. En este sentido, Downs (1957) concluye que los partidos políticos incrementarán el número de simpatizantes al minimizar la distancia de la política pública que apoya el elector. En otras palabras, los votantes elegirán aquel partido político que se acerque más a su ideología o a la preferencia en determinado tema.

Powell and Whitten (1993) y Whitten and Palmer (1996) sugieren que el apoyo a los partidos de izquierda se ve afectada, principalmente, por el incremento en los niveles de

desempleo; en cambio, el apoyo de los partidos con ideología de derecha se ve modificada por incrementos en los niveles de inflación.

La “*incumbency-oriented hypothesis*” descrita por Kiewiet (1976) afirma que los actores políticos, en este caso, los votantes, decidirán su voto dependiendo del peso que le den a su situación económica (“*pocket voters*”) o a la situación de la economía nacional (“*sociotropic voters*”). Los votantes egocéntricos o “*pocket voters*” tiene información tangible e inmediata, por lo tanto necesitan poca o nula sofisticación política. En cambio, el votante sociotrópico o “*sociotropic voter*” necesitará mayor conocimiento político para poder hacer un análisis más profundo de la situación económica nacional. Estos votantes utilizan “atajos” (heurísticos) informativos para facilitar su toma de decisión. Estos “atajos” pueden ser variables económicas; por ejemplo, los niveles de inflación o desempleo, los cuales harán evidente si el desempeño del partido en el gobierno fue bueno o malo.

Dentro de esta hipótesis, se discute si el voto es el producto de un análisis económico de la situación del individuo (Kramer, 1971, 1983), de la situación nacional (Kinder y Kiewiet 1979, 1981) o de una combinación (Fiorina 1981 y Markus 1988).

#### 2.4.3.2 Hipótesis Sociotrópico y Egocéntrica

El votante sociotrópico es influenciado, en la mayoría de los casos, por la situación de la economía nacional. Éste decidirá su voto a partir de un análisis de la situación económica nacional. Fiorina (1981) concluye que el partido en el poder sufrirá en las urnas en tiempo de crisis económica. En cambio, para el votante egocéntrico lo más importante es su situación financiera. Klorman (1978) define que el votante egocéntrico hará una evaluación

de los cambios en los ingresos familiares. Kiewiet (1983) y Lewis-Beck (1988) concluyeron que la hipótesis sociotrópica es más fuerte que la egocéntrica.

#### 2.4.3.1.3 Hipótesis Retrospectiva y Prospectiva

MacKuen, Erickson y Stimson (1992) y Clarke y Stewart (1994) señalan la importancia de diferenciar las hipótesis retrospectivas y prospectivas del análisis de la situación económica.

Los electores racionales usan el voto como una decisión instrumental. Esta decisión se sustenta en un juicio retrospectivo (voto retrospectivo). Downs (1957) estableció esta hipótesis la cual fue probada con un modelo econométrico por Fiorina (1981). Tufte (1975), Fiorina (1981) y Kinder y Kiewiet (1979) concluyeron que si la situación económica en los años anteriores es buena, los votantes apoyarán al partido en el gobierno; en tanto, los votantes observan periodos de crisis e inestabilidad económica, el electorado apoyará a los partidos de oposición o “el partido contrincante”.

Sin embargo, MacKuen, Erikson y Stimson (1992) mencionan que los ciudadanos son más sofisticados, concluyendo que los votantes incorporan información para predecir el futuro y; por lo tanto, un juicio prospectivo. En el mismo sentido, Lockerbie (1991) argumenta que los votantes deciden por quién votar a partir de una valoración del futuro. Cagan (1956) menciona que los votantes utilizan información del pasado para hacer una predicción de la situación económica futura.

Investigadores como Fiorina y Lewis Beck consideran que el votante utiliza estas dos evaluaciones (retrospectiva y prospectiva) para decidir por quién sufragar. Fiorina

(1981) afirma que el voto es una decisión que tiene como sustento evaluaciones retrospectivas y prospectivas de la situación económica y la identificación partidista (PID).

Sin embargo, en la cotidianidad la información es imperfecta. Por lo tanto, el votante hará el comparativo en aquellas actividades en donde las diferencias son mayores. El elector utilizará atajos de información para hacer este análisis (Lupia and McCubbins, 1998).

En el caso de México, el sistema multipartidista hace que los individuos actúen estratégicamente. En otras palabras, el votante podrá votar por otro partido, no necesariamente su favorito, para impedir que el partido que menos simpatiza gane la elección, dando cabida a votar por partidos pequeños para apoyarlos en un futuro (Cox, 1997).

### **2.5 El deber cívico**

En esta disputa entre votar o no. La mayor parte de los ciudadanos ven el sufragio como un deber cívico. La participación electoral en periodos de competencia política se acentúa ya que la gente se ve presionada por un deber que está por encima de su racionalidad. Blais (2000, p.93) definió deber como “*la idea de que no votar en una democracia es erróneo*”. Por lo tanto, la decisión de sufragar satisfará una necesidad creada a partir de la coexistencia con los miembros de una sociedad. Los ciudadanos consideran fundamental el sistema democrático para poder vivir en tranquilidad; por lo que apoyan este sistema y sus principios básicos; por ejemplo, votar. La idea de que el voto es una obligación moral y que no hacerlo implica incumplir un deber cívico está fuertemente arraigada en la mayor parte de la población (Blais 2000, p. 99).

Riker y Ordshook (1968) describieron las satisfacciones del deber cívico: a) el agrado del cumplimiento de la ética del voto; b) complacencia de reafirmar la lealtad al sistema político; c) el disfrute de establecer una preferencia política o partidista; d) la satisfacción de acudir a las urnas; e) reafirmar la eficacia del sistema político. Por ello, la mayoría de los beneficios del deber cívico están vinculados a la satisfacción política (Riker and Ordeshook 1968, p. 28).

## **2.6 La información**

La competencia política se origina en un conflicto entre dos partes, principalmente en la lucha del equilibrio de clases o en la búsqueda de la aceptación del interés de un grupo sobre otro (Lipset, 1959). Sin embargo, cualquier elección o competición debe entrar al terreno de las campañas políticas y con ellos al terreno de la información.

Si se considera que la identificación partidista se forma a temprana edad, esta lealtad no se modificará a lo largo del tiempo. Los votantes con fuerte apego ideológico a un partido político, ya contarán con una cantidad importante de información, la cual, en la mayoría de los casos reforzará su creencia y apego político.

El electorado busca mecanismos para maximizar los beneficios del sufragio a partir de la optimización del costo de conocer y mantenerse informado de las plataformas políticas y los temas que representan las diferentes propuestas de campañas (Downs 1957). Sin embargo, la mayoría de los estudios concluye que los votantes carecen de información política (Lippman, 1922; Downs, 1957; Converse, 1964; Zeller, 1992). Por lo tanto, se infiere que el electorado mexicano no está informado plenamente de los asuntos de carácter político.

Heath (1985) concluyó que en las sociedades modernas, el ciudadano recibe información por una gran diversidad de medios. Existe una inmensa cantidad de información gratuita que hace que el costo de mantenerse “al tanto” se reduzca considerablemente. Sin embargo, cada votante elige la cantidad de información que desea “digerir”. En este sentido, el votante buscará que el costo marginal de la información recibida sea igual al beneficio marginal para ir a votar (leer Downs 1957).

Para reducir el costo de adquirir información (Popkin 1992 y Zaller 1992), el ciudadano racional usará información gratuita, “la cual probablemente obtendrá por otras personas en lugar de los medios masivos de comunicación” (Downs 1957, p.237). Otra forma para reducir los costos, es aceptar información de terceros.

Los votantes tendrán la misma oportunidad de acceder a la información; pero esto dependerá de sus habilidades y aptitudes. Los heurísticos<sup>8</sup> utilizados serán tan sofisticados como sea la capacidad del votante. Los ciudadanos minimizan sus costos al acceder a poca información ya que saben que con muy poca podrán emitir una decisión electora.

Downs (1957) argumentó que entre mayor sea la cantidad de información con la que un ciudadano cuenta mayor influencia tendrá sobre la política gubernamental. Por el contrario, si un elector sabe poco de las alternativas políticas, menor será la cantidad de preferencias que podrá tener (opciones); “por lo que tendrá mayor probabilidad de ignorar al gobierno y; por ende, no sufragará” (Downs 1957, p.249).

---

<sup>8</sup> Son accesos de información, directos, que se caracterizan por ser eficaces y simples. Resumen de manera eficiente las opciones políticas vigentes. Por lo tanto, se puede definir como información escasa que da respuestas sencillas y confiables a las alternativas electorales. Leer Sniderman, Brody and Tetlock (1992) página 19.

Dentro del estudio de la Ciencia Política hay un debate importante sobre el efecto que tienen los medios masivos de comunicación. Patterson (1993), Swanson y Mancini (1996) concluyen que los medios masivos de comunicación trivializan el contenido político enfatizando el clima negativo en la opinión pública. Por otro lado, Norris (2000) sugirió que los medios masivos; por ejemplo, la televisión, tiene un gran potencial (tanto positivo como negativo) y el objetivo de una democracia debe ser enaltecer los beneficios que este medio puede proporcionar.

El papel de los medios de comunicación en el desarrollo democrático del país ha crecido en las últimas décadas. Los medios son determinantes para los procesos electorales, siendo testigos del debilitamiento del PRI al perder la mayoría absoluta en el Congreso (en la década de los noventa) y participando como un factor clave en la victoria presidencial de Vicente Fox en el año 2000 y en el triunfo “agónico” de Calderón en 2006.

En la actualidad, la televisión, la radio, los medios impresos (revistas y periódicos) y el Internet juegan un papel fundamental en las campañas políticas (Dalton 2005). En este ámbito, estos tienen dos funciones: distribuyen información y movilizan a la opinión pública. El papel de la televisión es fundamental en la modificación del comportamiento de los ciudadanos y, en algunos casos, fomentan movilizaciones sociales.

El impacto de los medios en el desarrollo político de la nación es cada vez mayor. Trejo, en su artículo titulado “*el imperio del marketing político cuando las imágenes desplazan a las ideas*”, concluye que los medios de comunicación son omnipresentes y tienen más influencia que cualquier otro factor de poder en las sociedades contemporáneas.



Ante esto, Parametría, una de las encuestadoras de mayor reconocimiento a nivel nacional, realizó un estudio de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad mexicana. Para esta casa encuestadora, los medios de comunicación gozan de credibilidad y confianza. Más del 50% de los ciudadanos consideran que este medio de comunicación es confiable. Esta aceptación parece estar relacionada en la confiabilidad que la población tiene en los noticieros de televisión. Más del 70% de los mexicanos se informa de las noticias más importantes a través de la televisión. En cambio, 4 de 10 diez ciudadanos se entera del acontecer político, económico y social por los periódicos y en menos proporción por la radio (3 de cada 10 ciudadanos). Por su parte, los medios menos utilizados son las revistas y el Internet, este último con un impacto menor el 11 por ciento de la población.

En este sentido, los medios y la democracia están fuertemente relacionados. Un electorado informado será mucho más crítico y tendrá menos probabilidad de creer las “*falsas promesas*” de las figuras públicas. Estos son un poder real por su capacidad de penetración y de generar conciencia social.

### **2.7 Participación Política**

Una de las preguntas más importantes en la ciencia política es ¿quién participa en política? Ésta se puede resolver a partir de conocer cuáles son las características de aquellos que participan, ya que es una manera simple de interpretar el activismo político de la población.

Por un lado, la insatisfacción política puede incentivar al ciudadano a participar ya que buscará reducir esta problemática, alineándola a las prioridades y necesidades de la población (Dalton 2006, p. 50). Por otro lado, los ciudadanos participarán cuando consideran que las decisiones electorales tienen un impacto real en los hacedores de

políticas públicas (funcionarios públicos). En este caso “*la voz de la ciudadanía será escuchada y realizada a partir de su preferencia electoral*”.

El modelo de voluntarismo cívico definido por Verba, Shlozman y Brady (1999) resume varias teorías de participación. En síntesis, éste concluye que los individuos participan en asuntos políticos dado que son influenciados por: características personales (socio demográfico), efectos de grupo (pertenencia a ciertos grupos; por ejemplo, clubs, asociaciones no lucrativas, etc.) y los valores políticos.

En cuanto a las características personales, los académicos señalan que la educación y el ingreso son determinantes para la participación política de la población. Aquellos con educación y nivel social alto tienen más tiempo, dinero y acceso a información política, teniendo mayor probabilidad de participar.

Peter Pulzer (1969, 98) concluyó que “la clase social es la base de la lucha de los partidos políticos británicos”. La clase social como tal no influye; sin embargo, las habilidades que se obtienen en niveles económicos más altos implican mayores habilidades y atribuciones para participar en cuestiones políticas (Nie, Junn y Stehlik-Barry 1996). Por ello, cualquier modelo de participación política deberá incluir la variable clase social o estatus social (Verba y Nie 1972, Capítulo 8) ya que simplifica de manera efectiva la vinculación con habilidades y aptitudes necesarias para comprender y analizar los temas políticos.

Dalton (2006) enfatizó que la edad juega un papel fundamental. Los jóvenes consideran la política como un tema fuera de su alcance; por lo tanto, la participación en temas políticos se incrementará a la par del desarrollo biológico del individuo. Conforme este va creciendo, el interés por lo político aumentará (Franklin 2004, Wattenberg 2003).

La variable género también tiene un efecto importante en el activismo político. Los hombres en comparación con las mujeres tienen mayor probabilidad de involucrarse en estos temas (Norris 2002) ya que la educación, el ingreso y los compañeros de trabajo tiene un efecto importante en la aproximación en temas políticos (leer Shlozman, Burns y Verba, 1994).

La influencia de los grupos sociales se da a partir de efectos psicológicos; por ejemplo, la simpatía por un partido político. La identificación partidista incentiva la participación electoral. Por ello, la población que no se identifica con algún partido político tendrá menor probabilidad de participar en las competiciones electorales (Dalton 2006, p. 51).

La suscripción en clubs sociales o asociaciones crea habilidades y aptitudes que facilitan la comprensión de la política y la importancia que tiene en el desarrollo de la sociedad (leer Uhlaner, 1989). Por ello, Putnam (2000) concluyó que el ciudadano que esté involucrado en uniones o asociaciones tendrá mayor probabilidad de participar.

Dalton (2006) señaló que la otra razón por la cual la gente participa en la vida política es por los valores políticos. La simpatía que el ciudadano tiene con el desempeño del gobierno y las políticas públicas implementadas incrementarán la probabilidad de que éste participe y vaya a las urnas. Niveles altos de participación electoral implica la aprobación de la gestión del gobierno.

En esta misma lógica, Verba, Nie y Kim (1978) y Verba, Shlozman y Brady (1995) concluyeron que la participación también está relacionada con las características políticas e ideológicas de los partidos políticos. Por lo tanto, es importante preguntarse: ¿los

priistas participan más que los panistas?, ¿los panistas más que los perredistas? o ¿los perredistas más que los priistas?

La creencia de que la participación política puede tener poca relevancia en el desarrollo político de la nación genera que la ciudadanía disminuya su probabilidad de votar<sup>9</sup>. En otras palabras, Pettie, Seyd y Whiteley (2004) y Dalton (2006) concluyeron que el elector que considera que su participación tendrá un efecto real en el proceso político tendrá mayor probabilidad de sufragar.

Por todo esto, la pregunta que queda en el aire es: En México, ¿quiénes tienen mayor probabilidad de votar? Pocos son los estudios (Moreno 2000, 2007) que han tratado de explicar esta problemática y muchas las posibles explicaciones. La democracia, el sistema de partidos<sup>10</sup> y el rezago político se podría comprender con mayor claridad si se tuviera una aproximación más precisa de quiénes en realidad están participando.

## **2.8 Contexto actual**

El individuo tiene la posibilidad de ir a votar; sin embargo es necesario contactar con una credencial para votar. Esta normatividad hace más compleja la participación ciudadana, ya que el trámite para registrarse en este padrón es muy laborioso. En esta lógica, “registrarse es usualmente más difícil que votar” (Wolfinger y Rosenstone 1980, p 61).

En elecciones concurrentes la participación política es mucho mayor ya que la misma sociedad presiona al elector. Adicionalmente, los costos para adquirir información

---

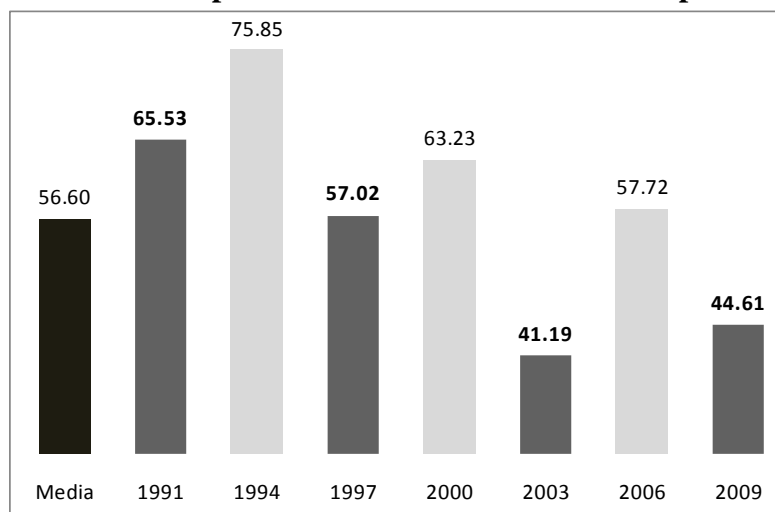
<sup>9</sup> Para más detalles leer Pattie, Seyd y Whiteley (2004), Parry, Moyser y Day (1992).

<sup>10</sup> Los partidos políticos son consideradas las primeras Instituciones representativas en un sistema democrático. Para más información leer (Luther y Mueller-Rommel 2002, Web, Farrell y Holliday 2002). Para conocer el desarrollo de los partidos políticos consultar Seymour Martin Lipset Y Stein Rokkan (1967).

se reducen considerablemente ya que los partidos políticos saturan las ciudades y los medios con información de sus plataformas políticas. En campañas presidenciales la información fluye con mayor facilidad que en contiendas locales o estatales.

En la actualidad, varios académicos han concluido que la reducción de la participación (ver gráfica 1) se sustenta en el incremento de la apatía social (Miller y Shank 1996, p 39). La gente decide no votar por el sentimiento de una ineficiencia del aparato político (Shaffer 1981), por un vacío de deber cívico (Almond y Verba 1963), la reducción de la identificación partidista (Campbell 1960), por un nivel educativo bajo (Wolfinger y Rosenstones 1980) o, simplemente, por la combinación de varios factores (Abramson y Aldrich 1982). Por ello para analizar con claridad y certeza de lo que ocurre es necesario hacer un estudio donde se utilicen las variables necesarias para comprender esta relación causal. Por lo tanto, esta investigación separará la información en variables sociodemográficas, políticas y económicas.

**Gráfica no. 1. Participación Electoral en Elección de Diputados Federales**



**Fuente:** IFE

### 3. Datos, Hipótesis, Modelos y Variables

#### 3.1 Datos

El estudio utilizará el Panel de México de 2006<sup>11</sup>, el cual fue construido para la elección presidencial del mismo año. El panel contiene información sobre: las características socioeconómicas del electorado, las preferencias políticas y evaluaciones de políticas públicas. El análisis se enfocará a la última encuesta realizada, estudio post-electoral. El utilizar la tercera ola de entrevistas dará una aproximación más certera a la regla de decisión que el elector tomó el 2 de julio de 2006. El cuestionario se realizó una semana después de la elección; por lo tanto, no hay problemas de recordación ni sesgo generado por el candidato vencedor.

El Panel de México de 2006 es una encuesta comparable a las publicadas por “*The American National Election Studies*” y a la “*British Election Studies*”. Esta publicación tiene como fin dar los recursos necesarios para la investigación académica de campañas, opinión pública, comportamiento político, comunicación política o cualquier tema relacionado a la política nacional.

Este estudio se enfocará en la tercer encuesta realizada días después de la elección presidencial. La encuesta contiene aproximadamente 1,2000 entrevistados. Los entrevistados fueron seleccionados de manera aleatoria de la lista nominal publicada por el Instituto Federal Electoral (IFE). Todas las encuestas del Panel son a nivel nacional y

---

<sup>11</sup> Los investigadores que participaron en la elaboración del cuestionario son: Andy Baker, Kathleen Bruhn, Roderic Camp, Wayne Cornelius, Jorge Domínguez, Kenneth Greene, Joseph Klesner, Chappell Lawson (Encargado Principal), Beatriz Magaloni, James McCann, Alejandro Moreno, Alejandro Poiré, y David Shirk.

representan una muestra de los votantes de México (estudio individual). El periódico “Reforma” condujo el cuestionario.

### **3.2 Hipótesis**

#### 3.2.1 Especulaciones Modelo Logit: ¿Quiénes participan?

En la teoría del comportamiento político se concluye que: en cuestión de géneros hombres en comparación con las mujeres tienen niveles más altos de participación política (Dalton 2005, p. 51). Norris (2002) concluyó que los hombres tienen una mayor probabilidad de participar dado que los roles establecidos por la sociedad en los primeros años de vida señalan que participar en lo político es una actividad de hombres. La cultura mexicana, “machista”, señala que la participación política de la mujer es inapropiada (Dalton 2005, p. 51).

Por otro lado, la edad también está relacionada con la participación política. Los jóvenes tienen menos propensión de votar ya que hay un desencanto entre estos y la política. Ellos no ven representados sus intereses y preocupaciones en el sistema de partidos vigente; por lo que, su participación electoral se ve disminuida (Franklin 2004).

La educación es otra variable importante. La gente con niveles educativos mayores contará con las herramientas necesarias para decidir con mayor facilidad por quién votar y cómo participar en la competencia política (Wolfinger y Rosenstone 1980, p 14). Al contar con un desarrollo educativo alto, el votante tendrá la habilidad de analizar con mayor precisión el desarrollo de la administración, estando pendiente de lo político, facilitando así su decisión de voto.

La ocupación también desempeña un fuerte indicador de participación política, por las mismas razones que la educación (Wolfinger y Rosenstones 1980, p. 14). Algunas actividades están más relacionadas a los asuntos políticos que otras ocupaciones y por lo tanto, aquellos ciudadanos que tienen trabajos más cercanos al ámbito político tendrán mucho mayor conocimiento del mismo y por lo tanto participarán más. Por ejemplo, un burócrata en contraste a un carpintero, ingeniero de obra, etc. está mucho más relacionado a los asuntos políticos y por lo tanto se espera que su participación política sea mayor. Por lo tanto, los agricultores tendrán una menor probabilidad de participar en la vida política del país en comparación con la gente que trabaja en asuntos más “burocratizados”, dado que ello genera un estímulo mayor para comprender con facilidad los temas del ámbito político (Mibrath and Goel 1977).

Por otro lado, el estado civil también determina quienes tienen mayores incentivos de votar. Los casados tienden a votar más que los solteros, separados, divorciados o viudos ya que tienen una mayor preocupación del desarrollo de la economía familiar y nacional (Wolfinger y Rosenstones 1980, p.45); por lo que, consideran importante sufragar ya que las elecciones definirán al partido que traerá más beneficios para la familia.

Por último, si consideramos la situación económica de las familias (ingresos) se tiene que la población con mayor poder adquisitivo (clase social alta) participará con mayor frecuencia en las elecciones (Angus Campbell, Philip E. Converse y Warren E. Miller, Donald E Stokes 1960, p. 191) ya que ellos, en comparación con los de menores ingresos, no tienen que preocuparse por la situación que guarda su economía y por lo tanto, tienen el tiempo de ocuparse en los asuntos políticos. El electorado de menor ingreso no



tendrá el tiempo ni la energía emocional de participar en algo tan poco esencial como el ir a votar.

Los ciudadanos que se identifican más con un partido político tendrán mayor probabilidad de participar en las contiendas electorales en comparación con el resto de la población (Dalton 2006). Por otra parte, aquellos mexicanos que aprueban la gestión del presidente saliente (Vicente Fox) tendrán mayores probabilidades de sufragar, ya que considerarán que es parte fundamental de continuar con un buen desempeño (Fiorina 1981). En este mismo sentido, la población que participa activamente en agrupaciones sociales (uniones o sindicatos) participará más en los procesos electorales, dado que el costo de informarse es menor (Uhlener 1989).

Con esta encuesta espero encontrar el apoyo empírico que avalen la siguiente hipótesis:

**H<sub>1</sub>: Manteniendo todo lo demás constante, si el elector se identifica fuertemente con un partido político tendrá mayor probabilidad de votar en la elección.**

3.2.2 Especulaciones Modelo Multilogit: ¿Cuál es la decisión electoral: PAN, PRI o PRD?

En este análisis, se espera que los votantes blancos de menor edad y más educados y con mayor poder adquisitivo tengan mayor probabilidad de votar por el PAN con respecto al PRI y PRD. Por lo tanto, se tiene la expectativa que los electores morenos de mayor edad con menor nivel educativo y pertenezcan a clases sociales bajas tengan mayor probabilidad de votar por el PRD en comparación con el PAN y PRI.

En tanto a género, manteniendo todo lo demás constante, los hombres tienen mayor probabilidad de votar por el PRI en comparación con los otros partidos. Del mismo modo, se espera que las mujeres estén vinculadas fuertemente con los partidos de derecha, en este caso con el PAN.

En cuanto a las variables políticas, los ciudadanos con ideología de izquierda tendrán mucho más probabilidad de votar por el PRI en relación con aquellos que simpatizan con la corriente política de derecha. Del mismo modo, el elector con mayor identificación partidista tendrá mayor probabilidad de votar por aquel partido de quien es simpatizante. En el mismo sentido, se espera que los ciudadanos que estén afiliados a alguna agrupación social tengan más probabilidad de votar por el PRD en contraste a los otros dos partidos políticos.

Para la variable aprobación presidencial, se concluye que los votantes que aprueben la gestión del presidente saliente tendrán mayor probabilidad de votar por el PAN en relación a aquellos que lo desapruében.

Por lo tanto, la segunda hipótesis del documento es:

**H<sub>2</sub>: Ceteris paribus, la identificación partidista está asociada a la diferencia de clases sociales. En México, el electorado con un poder adquisitivo bajo (clase social baja) se identificará con los partidos políticos; por lo tanto, tendrá mayor probabilidad de votar en la elección presidencial.**

### **3.3 Voto: Modelo Logit y Multilogit**

Esta investigación tiene dos hipótesis centrales, las cuales se responden usando dos modelos econométricos: logit y multilogit. La primer hipótesis (H<sub>1</sub>) se resolverá usando un modelo logit. El ciudadano tiene la facultad de decidir si desea votar o no. La decisión de

voto está determinado por factores sociodemográficos, políticos, económicos y mediáticos. Por ello, la primera pregunta de investigación busca encontrar los determinantes de la participación electoral en México en 2006. Para dicha estimación se cuenta con información a nivel individuo. La variable dependiente ( $y_i$ ) tomará el valor de 1 si el individuo  $i$  vota y 0 de lo contrario.

La segunda pregunta de investigación ( $H_2$ ) se responderá usando un modelo multilogit. Para propósitos de esta investigación, el votante mexicano tiene la capacidad de decidir entre las alternativas (partidos políticos y candidatos) y escoger la de mayor preferencia; por lo tanto, esta análisis se enfocará en un modelo multilogit generalizado. La decisión de votar por determinado partido es una función de las características del elector en el contexto de la elección presidencial; en este sentido, el modelo generalizado utiliza características del individuo como variables explicativas y se enfoca en él como unidad de análisis. El modelo será estimado usando la versión 9 de STATA.

### **3.4 Variables**

#### 3.4.1 Variables Dependientes

Decisión de voto: es la decisión del ciudadano entre votar o no en la elección presidencial de 2006.

Preferencia electoral: la elección del partido político por quien se votó en la elección.

3.4.2 Variables Independientes

La tabla 1 describe a todas las variables utilizadas en los dos modelos. En la tabla 2 se tiene la información descriptiva de cada una de las variables utilizadas en el modelo. En el anexo se presenta la codificación de las variables (dependientes e independientes) y las pruebas estadísticas, en donde también se describen los procesos de formación de las escalas utilizadas en el modelo.

**Tabla 1. Codificación de las Variables Dependientes e Independientes**

Variable	Medición	Codificación
<b>Dependientes</b>		
¿Votó o no?	Dicotómica	1 voto 0 e.o.c
¿PAN, PRI, PRD?	Catógica	1=PAN 2=PRI 3=PRD
<b>Independientes</b>		
Identificación Partidista	Dicotómica	1= con IP 0= e.o.c
Clase Social	Dicotómica	1=clase social baja 0 = e.o.c
Edad	Continúa	18-92
Unión	Dicotómica	1= si es miembro activo o no 0=e.o.c.
Género	Dicotómica	1= hombre 0=mujer
Etnicidad (Blancos)	Dicotómica	1= blanco 0= e.o.c
Etnicidad (Morenos)	Dicotómica	1= morenos 0= e.o.c
Educación	Catógica	Valores altos mayor es la v.i.
Aprobación Presidencial	Catógica	Valores altos mayor es la v.i.
Izquierda / Derecha	Catógica	Valores altos mayor más Derecha (Ideología)

**Fuente:** Panel 2006 México

**Tabla 2. Descripción de Variables**

<b>Variable</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Promedio</b>	<b>Desviación Estandar</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>
Voto	1.308	0,89755	0,30335	0	1
Gender	1.308	0,51835	0,49985	0	1
White	1.308	0,19266	0,39454	0	1
Brown	1.308	0,28135	0,44983	0	1
Edad	1.308	40,93502	15,69432	1	92
Edu	1.308	2,82416	0,81754	1	4
LR	1.308	3,96865	1,54100	1	7
Approv	1.308	2,32110	0,90613	1	3
IDP	1.308	0,70566	0,45592	0	1
Clase	1.308	3,10627	1,01490	1	6
Union	1.308	0,11315	0,31690	0	1

**Fuente:** Panel 2006 México

## 4. Resultados

Los valores en la diagonal de la tabla 3 son los valores predichos correctamente. El modelo predice correctamente 1,308 observaciones; por lo tanto, la proporción de observaciones predichas correctamente es de 89.76%, lo cual no está mal dado el ajuste del modelo,  $R^2$  ajustada de 0.03.

**Tabla 3. Predicciones Modelo Logit**

<b>Clasificada</b>	<b>D</b>	<b>~D</b>	<b>Total</b>
+	1.174	134	1.308
-	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1.174</b>	<b>134</b>	<b>1.308</b>

Los resultados que se presentan en la tabla 4 establecen la probabilidad relativa de que un individuo con determinadas características elija votar o no.

**Tabla 4. Modelo Logit**

<b>¿Votó o no?</b>	<b>Coefficiente</b>	<b>Error Estándar</b>	<b>Z</b>	<b>P&gt; z </b>	<b>[95% Intervalo de Confianza]</b>	
Gender	0,15637	0,09935	1,57000	0,11600	-0,03836	0,35110
White	-0,00253	0,13614	-0,02000	0,98500	-0,26936	0,26430
Brown	-0,10076	0,11172	-0,90000	0,36700	-0,31972	0,11821
Edad	0,00872	0,00363	2,40000	0,01600	0,00161	0,01583
Edu	0,19373	0,07847	2,47000	0,01400	0,03994	0,34752
LR	0,01427	0,03359	0,42000	0,67100	-0,05156	0,08009
Approv	-0,05266	0,05695	-0,92000	0,35500	-0,16429	0,05896
IDP	0,32796	0,10336	3,17000	0,00200	0,12537	0,53055
Clase	0,09605	0,05806	1,65000	0,09800	-0,01776	0,20985
Union	0,01465	0,15492	0,09000	0,92500	-0,28899	0,31828
Constante	-0,10655	0,37755	-0,28000	0,77800	-0,84653	0,63343
N	1.308					
Log-likelihood	-416,29352					
$X^2_{(10)}$	31,81					

En términos generales, el modelo cumple satisfactoriamente el contenido de la investigación. Controlando por el resto de las variables, los votantes con mayor edad y

nivel educativo tienen mayor probabilidad de votar. Por otro lado, el clivaje dominante es el de la identificación partidista y la diferencia de clases. Manteniendo todo lo demás constante, los ciudadanos con identificación partidista fuerte tendrán mayor probabilidad de votar que aquellos que son independientes. En este mismo orden de ideas, *ceteris paribus*, los ciudadanos con clase social alta tendrán mayor propensión para sufragar, en comparación con el resto de la población.

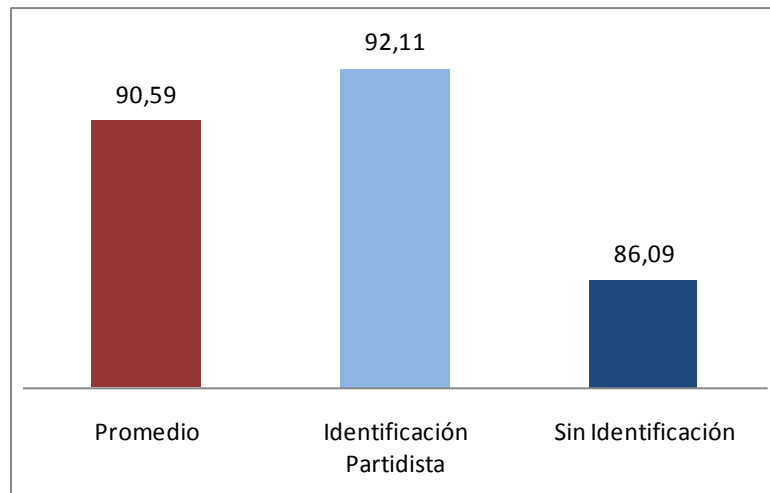
Analizando las variables de control se tiene que género y etnicidad tienen los signos esperados. En otras palabras, los ciudadanos morenos claros (mestizos) tienen mayor probabilidad de votar en comparación a aquellos que son blanco o morenos oscuros. En el mismo sentido, manteniendo el resto de las variables constantes, los hombres tienen menor probabilidad de participar en las contiendas electorales en comparación a las mujeres. Sin embargo, estas dos variables no son estadísticamente significativas.

El modelo presentado indica que el votante que desaprueba la administración en turno, que tiene tendencia ideológica de derecha y es miembro de un sindicato o unión tiene mayor probabilidad de sufragar en comparación a aquellos que aprueban la administración del presidente Fox, que tienen ideología de izquierda y que no tienen alguna especie de afiliación.

En México, generalmente, la comparación entre partidos se da por la diferenciación social. En este contexto, la decisión política está en función de la clase social, educación, la identificación partidista y, en ciertas ocasiones, también se vincula con la edad. Estas cuatro variables usualmente son consideradas para definir la clase social a la que pertenece el individuo. En el modelo presentado, éstas son determinantes para la participación política. Todas ellas son estadísticamente significativas y presentan los signos esperados.

Por ello, si analizamos los efectos marginales que tiene la identificación partidista se tiene que ésta afecta positivamente la probabilidad de votar. Manteniendo el resto de las variables en su promedio, si el individuo (votante promedio) tiene identificación partidista, éste tendrá una probabilidad de votar de 92.11 por ciento. En contraste, si el votante promedio no se identifica con ninguna opción política, éste tendrá una probabilidad de sufragar de 86.06 por ciento. En otras palabras la variación en relación a un análisis del votante promedio (con probabilidad de votar de 90.59 por ciento) es de 1.52 puntos porcentuales para aquellos que tienen identificación y de -4.50 para quienes no se identifican con ningún partido (ver gráfica 2).

**Gráfica 2. Efectos Marginales (Identificación Partidista)**



En cuanto al modelo multilogit, de la tabla 5 se define que el modelo predice más del 61.51 por ciento de las observaciones. Los valores en la diagonal son los valores predichos correctamente. Esto no está nada mal dado el ajuste en la ecuación de la variable latente.



**Tabla 5. Predicción Modelo Multilogit**

VMULTIhat	Voto Partido			Total
	1	2	3	
0	<b>350</b>	109	134	593
1	3	<b>7</b>	7	17
2	82	88	<b>319</b>	489
<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>204</b>	<b>460</b>	<b>1.099</b>

Los resultados que se presentan en la tabla 6 establecen la probabilidad relativa de que un individuo con determinadas características elija el PAN o el PRD con respecto al PRI. El modelo no puede estimar las ecuaciones para las tres alternativas, ya que una de ellas debe de servir como la base. La tabla está dividida en dos cuadros pequeños. El primero (PAN) describe la relación entre el PRI y el PAN; en tanto, el segundo (PRD) representa la relación entre el PRI y el PRD.

La tabla PAN, representa la relación del PRI con respecto al PAN. *Ceteris paribus*, el signo positivo de género (0.15733) implica una relación positiva; por lo que, el electorado femenino tiene mayor probabilidad de votar por el PAN; sin embargo, esta variable no tiene significancia estadística. Manteniendo todo lo demás constante, la etnicidad, entendida por el color de piel, no tiene relevancia estadística. La variable edad, dejando el resto de las variables constantes, no es estadísticamente significativa. Sin embargo, esta variable sugiere que la gente de mayor edad tiene mayor probabilidad de votar por el PRI con respecto al PAN. Por otro lado, manteniendo todo lo demás constante, hay suficiente evidencia estadística para concluir que el votante con un nivel educativo mayor tendrá mayor probabilidad de votar por el PAN en comparación al PRI. En el mismo sentido, los votantes situados ideológicamente en la derecha, *ceteris paribus*, tendrán mayor probabilidad de votar por el PAN en contraste a aquellos que sufragan por el

PRI. Para la variable aprobación presidencial, al mantener el resto de las variables sin cambio, hay evidencia estadística para señalar que los votantes que aprueban la administración de Vicente Fox tienen mayor probabilidad de votar por el PAN en oposición al PRI. Por otro lado, aquellos electores que estén afiliados a sindicatos o uniones tendrán mayor probabilidad de votar por el PRI.

Retomando las variables de interés para esta investigación, se concluye que hay suficiente evidencia estadística para señalar que la identificación partidista tiene un efecto en la decisión de voto. En este sentido, manteniendo todo el resto de las variables constantes, aquel elector que se identifica con un partido político (tiene identificación partidista) tendrá menor probabilidad de votar por el PAN en comparación al PRI. En este mismo sentido, entre más alta sea la clase social del elector mayor será la probabilidad de votar por Acción Nacional, siendo ésta estadísticamente significativa.

La tabla B, establece la relación entre el PRI y PRD. De esta se concluye que el votante de género femenino, de tez tanto morena como clara tiene menor probabilidad de votar por el PRD en relación al PRI. Estas tres variables son estadísticamente significativas. En el mismo sentido, pero sin significancia estadística, la población de mayor edad tendrá mayor probabilidad de votar por el PRD en comparación al PRI. *Ceteris paribus*, los votantes con niveles más bajos de educación tendrán mayor probabilidad de votar por el PRI en comparación con el PRD.

Por otro lado, hay suficiente sustento estadístico (significancia) para concluir que el votante con ideología de derecha tendrá menos probabilidad de votar por el PRD, controlando el resto de las variables. En tanto, la variable de aprobación presidencial de Vicente Fox es estadísticamente significativa y tiene el signo esperado. Manteniendo todo

lo demás igual, el votante mexicano que aprueba el desempeño de Vicente Fox tendrá menor probabilidad de votar por el PRD en comparación al PRI. El electorado que participa activamente en asociaciones o grupos tendrá una mayor posibilidad de votar por el PRD en comparación al Revolucionario Institucional.

Analizando las variables de interés se tiene que la identificación partidista es estadísticamente significativa. Esto sugiere que los votantes con identificación tendrán mayor probabilidad de votar por el PRI en relación al PRD. Por otra parte, los electores de clases sociales bajas tendrán mayor probabilidad de votar por el PRD en comparación al PRI, pero esta variable no es estadísticamente significativa.

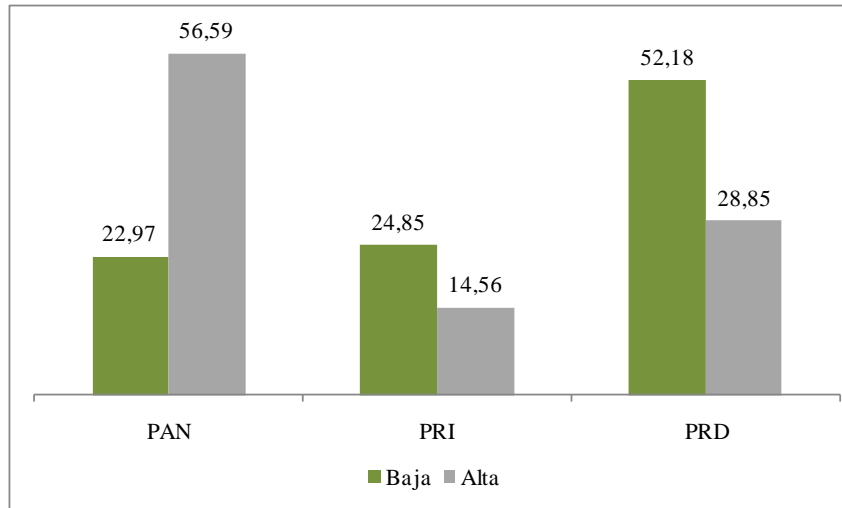
**Tabla 6. Resultados del Modelo Multilogit**

¿Porqué votó?	Coefficiente	Error Estándar	Z	P> z	[95% Intervalo de Confianza]	
<b>PAN</b>						
Gender	0,15733	0,14211	1,11000	0,26800	-0,12121	0,43586
White	0,11778	0,18187	0,65000	0,51700	-0,23868	0,47424
Brown	-0,22978	0,16223	-1,42000	0,15700	-0,54774	0,08819
Edad	-0,00231	0,00499	-0,46000	0,64300	-0,01209	0,00747
Edu	0,18855	0,11067	1,70000	0,08800	-0,02835	0,40546
LR	0,06912	0,04538	1,52000	0,12800	-0,01983	0,15807
Approv	0,76755	0,08810	8,71000	0,00000	0,59488	0,94021
IDP	-0,57766	0,16927	-3,41000	0,00100	-0,90942	-0,24590
Clase	0,22147	0,07968	2,78000	0,00500	0,06530	0,37763
Union	-0,18115	0,22367	-0,81000	0,41800	-0,61954	0,25725
Constante	-2,36837	0,54680	-4,33000	0,00000	-3,44007	-1,29667
<b>PRD</b>						
Gender	-0,35019	0,13938	-2,51000	0,01200	-0,62336	-0,07702
White	-0,36905	0,18749	-1,97000	0,04900	-0,73652	-0,00158
Brown	-0,26063	0,15834	-1,65000	0,10000	-0,57097	0,04970
Edad	0,00150	0,00492	0,30000	0,76100	-0,00815	0,01115
Edu	0,12815	0,10877	1,18000	0,23900	-0,08503	0,34134
LR	-0,27637	0,04438	-6,23000	0,00000	-0,36335	-0,18940
Approv	-0,31883	0,07464	-4,27000	0,00000	-0,46511	-0,17254
IDP	-0,58858	0,16751	-3,51000	0,00000	-0,91690	-0,26026
Clase	-0,02194	0,07979	-0,28000	0,78300	-0,17834	0,13445
Union	0,09884	0,21559	0,46000	0,64700	-0,32370	0,52138
Constante	2,78849	0,53425	5,22000	0,00000	1,74137	3,83560
N	1,099					
Log-likelihood	-922,15476					
X <sup>2</sup> <sub>(10)</sub>	342,34					

La variable central de este estudio es la diferencia de clases social. Para un mejor análisis de la relación de esta variable con la variable dependiente (decisión de voto) se utiliza un estudio de efectos marginales. En este comparativo el resto de las variables del modelo multilogit están en su valor promedio. A partir de este análisis de efectos marginales, se concluye que el votante mexicano promedio con un nivel socioeconómico bajo tendrá en la elección presidencial de 2006 una probabilidad de 52.18 por ciento de votar por el PRD. En contra parte, el elector mexicano promedio con una clase social alta

votará con una probabilidad de 56.59 por ciento por Acción Nacional. Por lo tanto, la disputa se da principalmente en el terreno de la diferenciación de clases sociales entre los habitantes del país. . Los resultados se presentan en la gráfica 3.

**Gráfica3. Efectos Marginales**



## 5. Conclusiones

La principal conclusión de este documento es que la decisión de voto está en función de la clase social del elector. Esta hipótesis se comprueba satisfactoriamente utilizando la base de datos generada para la elección presidencial de 2006.

La clase social es un factor determinante para la evaluación política, económica y social del elector. En otras palabras, la percepción del posicionamiento económico-social es determinante para la simpatía a una cierta corriente política. A partir de las encuestas recolectadas días después de la elección, concluyo que hay suficiente evidencia estadística para señalar que la identificación política y la clase social importan, influyendo de manera muy fuerte en la preferencia electoral.

Los resultados presentados en esta investigación se sostienen exclusivamente en la elección de 2006 y en México. Por lo tanto, puede existir una gran variación entre elecciones, tomando en cuenta el tiempo y el espacio. Por otra parte, los resultados dan sustento empírico al marco teórico presentado al inicio de este documento. En conclusión, al controlar por edad, género, ideología, nivel educativo, aprobación presidencial, etnicidad se puede concluir que la identificación partidista tiene un efecto determinante en la participación electoral del mexicano promedio. En esta misma lógica, la preferencia electoral, controlando por las mismas variables, está fundamentada en la clase social del votante.

Los resultados soportan la teoría del voto y los argumentos de identificación partidista. Este análisis sustenta la idea de que la participación política está fundamentada en la simpatía por un partido político. Este apego político se forma en la familia y depende del contexto social o clase social del individuo. Sin embargo, mucho queda por hacer en el

estudio de la asociación entre situación clase social y voto. Este es un primer paso, el cual tiene como finalidad motivar futuras investigaciones.

## 6. Discusión

En la academia mexicana hay un debate sobre el inicio de la democracia en el país. Algunos académicos argumentan que ésta inició en 2000. Otros en cambio señalan que el inicio fue en 1997. Sin embargo, considero que uno de los temas que se deben discutir y analizar es el comportamiento electoral y la participación de la ciudadanía, ya que esto en realidad determina que tan democrático es el país.

Hace cuatro años, el país vivió un proceso electoral de gran trascendencia en el desarrollo democrático. En julio de 2006, el electorado mexicano observó la contienda presidencial más cerrada de la historia. Sin embargo, la lucha se centra en el mismo tema: la diferencia de clases.

A partir del análisis de los estudios electorales, concluyo que la gente en el país no vota por las siguientes razones: un sentido de ineficiencia política (Shaffer 1981), un vacío en la obligación cívica (Almond and Verba 1963), un desencanto en los partidos (Campbell 1960) o pocos e insuficientes recursos para comprender los asuntos de carácter político (Wolfinger and Rosenstones 1980).

En cuanto a los ciudadanos activos políticamente, en el país hay dos tipos de votantes: aquellos que se identifican fuertemente con un partido político y los indecisos. Aquellos que se identifican fuertemente con un partido político tienen mayor probabilidad de sufragar. Los tres partidos más importantes tienen entre 20 y 27 por ciento del voto duro (votantes con identificación partidista); por lo tanto, aproximadamente 70 por ciento de los votantes aceptan una afinidad política. Esta afinidad, de acuerdo al análisis presentado se da por su ubicación en el espectro socioeconómico. Por lo tanto, la decisión de voto se da de acuerdo a la clase social a la que pertenece el elector. El restante 30 por ciento, sufragará a



partir de otras condiciones, las cuales varían dependiendo de las características de cada elector. En esta lógica, la decisión de voto se simplifica en tres preguntas: ¿quién soy? ¿cómo estoy? ¿con que partido me identifico? y ¿cuáles son mis aspiraciones?

En esta lógica, se infiere que la política nacional, la política de los partidos políticos y sus plataformas se centra en la disputa de clases sociales. Las fuerzas políticas se configuran a partir de esta diferenciación social. Los partidos buscan maximizar su utilidad electoral a partir de representar los intereses de la sociedad: en este estudio se concluye que un factor real de decisión electoral es la desigualdad económica; por ende, los partidos representan a clases sociales en constante competencia.

Otro alcance de esta investigación es la utilización de micro información (encuestas) para conocer cuáles son las características de la política nacional. Por ello, esta tesis apoya la continuidad de proyectos utilizando encuestas. Éstas facilitan el análisis y la comprensión de los votantes y de los mexicanos en general. Además enriquecen la implementación de políticas públicas eficaces y eficientes.

Esta información facilitó la creación e inferencia de un votante mexicano promedio en la elección presidencial de 2006. Aunque el análisis del mexicano (ciudadano o elector) es complejo, este sin duda tiene características similares a los votantes norteamericanos y británicos. Los rasgos sociodemográficos juegan un papel fundamental en las preferencias electorales. Los hallazgos de esta tesis explican el comportamiento político del electorado mexicano en la elección presidencial de 2006. De éste se concluye que la clase social es un buen pronóstico de la preferencia electoral. En este sentido, controlando por variables socio demográficas, se puede explicar la decisión de voto individual. De tal forma que, dos individuos con características socio demográficas iguales, diferirían en su intención de voto

dependiendo de la clase social a la que pertenezcan. Los ciudadanos situados en clases sociales bajas tendrán mayor probabilidad de votar por los partidos de izquierda que aquellos que se ubican en clases sociales altas.

Este documento explica el comportamiento electoral de los mexicanos, ya que se considera necesario conocer cuáles son las prioridades que tienen los electores, dado que estas son susceptibles a convertirse en políticas públicas. De este documento se sugiere que la disputa de clases sociales y la gran desigualdad económica y social no se ha superado en la nación.

Hace 200 años, los mexicanos lucharon contra el Imperio Español para construir una nación libre. Cien años después, el país era gobernado por un dictador derrocado por una sociedad que buscaba libertades políticas e igualdad social. Hoy México está a punto de finalizar el año 2010 y la situación poco ha cambiado. La polarización social, la pobreza de la mayoría, la poca representatividad, la falta de compromisos y resultados del gobierno y la poca credibilidad de los partidos políticos son indicadores que deben ser resueltos con urgencia.

Independencia de México: 1810. A finales del siglo XVIII, México (Nueva España) vivió transformaciones sociales, económicas y políticas que originaron reflexiones sobre la relación que existía con la Corona Española. En este siglo, la minería tuvo un gran auge; por ejemplo, la producción oro y plata se triplicó (de 1740 a 1803). El desarrollo económico de la colonia española dio espacio a una nueva clase social, una nueva élite ilustrada de novo hispanos.

Las Reformas borbónicas impulsaron nuevos sectores de la economía; sin embargo, los beneficios no se repartieron de forma equitativa. La clase menos favorecida no vio

grandes cambios. A la par, los criollos exaltaron el nacionalismo como elemento de identidad, dando importancia a la riqueza cultural del país y al legado de la tierra donde habían nacido. En este período el país vivió una gran inconformidad de clases sociales y de ideas políticas; los criollos, nacidos en el territorio nacional, tenían ideas liberales, mientras que, los peninsulares, europeos de origen, estaban acostumbrados a los privilegios de su condición dominante.

La historia mundial a finales del siglo XVIII quedó marcada por dos movimientos: la Revolución Francesa y la independencia de EEUU. Estos movimientos tenían como sustento las ideas de la Ilustración. El eje de la Ilustración era la igualdad de los hombres ante la ley y las libertades de los ciudadanos. A la par, España era invadida por el Imperio Napoleónico (Francia); en consecuencia, México vivía un vacío de poder.

La Independencia de México tiene como antecedente una gran polarización social, un vacío de poder de la monarquía española y un desequilibrio en la distribución de la riqueza nacional. Aunado a esto el pueblo de México ya no quería compartir la riqueza, impulsando la idea de una nación libre e independiente.

Revolución Mexicana: 1910. México en el siglo XIX vivió un progreso económico; sin embargo los beneficios se repartían entre pocos. Por ejemplo, en este periodo el 85% del territorio nacional pertenecía a menos del 1% de la población. La irritación social entre ricos y pobres era muy fuerte. Los campesinos no tenían ni tierra ni trabajo y además sufrían los estragos del hambre y la pobreza. Esta diferencia entre clases se hacía evidente en la riqueza, la educación y los niveles de bienestar.

El progreso de la sociedad mexicana, el surgimiento de la clase media, exigía un cambio de la vida política del país. Muchos consideraban necesaria la participación del

pueblo en la política nacional para impulsar las reformas sociales. La brecha ideológica entre jóvenes y viejos se hizo más grande por la falta de libertades políticas. Esta limitación reducía la posibilidad de las nuevas clases sociales a tener acceso a la política nacional. Durante la dictadura del General Díaz, los ciudadanos no pudieron elegir gobernantes, ya que un grupo de allegados al presidente acapararon el poder. Las clases ilustradas (con nivel educativo alto) exigieron la necesidad de abrir las oportunidades políticas dentro del gobierno, dado que el porfiriato no impulsaba el desarrollo de nuevas ideas políticas.

El descontento por la reelección de Díaz era un común denominador en la sociedad. Sin embargo estas protestas (de 1902-3) fueron violentamente reprimidas. Una de las principales manifestaciones fue la pancarta publicada en las oficinas del periódico “El hijo de El Ahuizote” que decía “La Constitución ha muerto”. Las corrientes políticas creadas por los liberales en 1904 proponían reformar las estructuras políticas (las instituciones) y la otra impulsaba un movimiento revolucionario. La situación nacional era compleja, el clima de inseguridad e incertidumbre empezó a preocupar a los dueños del poder económico.

El movimiento revolucionario encontró un gran impulso cuando el Presidente Díaz dio una entrevista al redactor del Pearson’s Magazine, James Creelman. En dicha entrevista el dictador consideraba que el país ya era apto para la democracia y el prometía retirarse de la vida política cuando su período concluyera (1910).

El movimiento revolucionario se dividió en tres fases. Ésta comenzó como la rebelión contra el gobierno porfirista. Porfirio Díaz permaneció en el poder durante más de 30 años. Este movimiento fue encabezado por Francisco I. Madero quien con su lema “sufragio efectivo, no reelección” representó el descontento de la sociedad contra la dictadura de Díaz. La segunda fase se caracteriza por el desacuerdo y la confrontación entre

las fracciones políticas; por un lado la burguesía porfirista y por el otro el grupo encabezado por madero. En la última fase, la Revolución se convirtió en un movimiento social encabezado por Pancho Villa, en el norte del país, y Emiliano Zapata, en el sur de la nación. Esta revolución social luchaba por causas sociales como reforma agraria, justicia social y educación. La Revolución culminó con la redacción y publicación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917. Esta constitución garantizó reformas y derechos liberales (civiles y políticos) y sociales (reforma agraria y legislación laboral).

La lucha revolucionaria tuvo como antecedentes: la pobreza de la población, la desigualdad en la distribución de la riqueza, el dominio político y económico de un sector pequeño de la población, la poca representatividad del gobierno, la incapacidad de resolver las nuevas demandas sociales y la limitación de los derechos políticos de los ciudadanos.

El México actual padece de estas circunstancias, los partidos y el gobierno no resuelven necesidades de la sociedad, la polarización social es cada vez mayor, la brecha entre ricos y pobres se extiende constantemente, los movimientos sociales son el resultado de la ineficiencia gubernamental y el abstencionismo es la incredulidad de la sociedad con un sistema político inoperante y con un sistema de partidos que solamente busca rentabilidad electoral. Es por ello que el gobierno y los partidos deben realizar las reformas que transformen a las instituciones del país, será hasta este momento en donde comenzaremos a obtener los beneficios de estos dos acontecimientos históricos que marcaron a México.

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI) desarrolló un índice para establecer los niveles socioeconómicos existentes en el

país. Las variables utilizadas son: el último año de estudios del jefe de la familia, número de focos en el hogar, número de habitaciones sin contar baños, número de baños con regadera dentro del hogar, posesión de carros, calentador de agua, tipo de piso, computadora, horno de microondas, lavadora de ropa, tostador de pan y videocasetera. A partir de estas trece variables se asignan seis niveles socioeconómicos.

- A/B: Clase Alta – Es el segmento con el más alto nivel de vida. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Viven en casas o departamentos de lujo con todos los servicios y comodidades.
- C+: Clase Media Alta – Este segmento incluye a aquellos con ingresos y/o estilo de vida ligeramente superior a los de clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura. Generalmente viven en casas o departamentos propios algunos de lujo y cuentan con todas las comodidades.
- C: Clase Media – Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares es de individuos con un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.
- D+: Clase Media Baja – Este segmento incluye a aquellos hogares con ingresos y/o estilos de vida ligeramente inferiores a los de la clase media. Son quienes llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de secundaria o

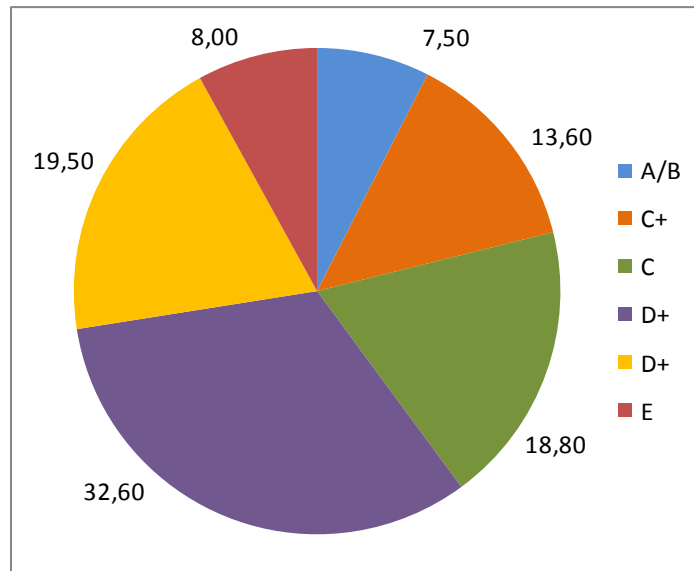
primaria completa. Los hogares pertenecientes a este segmento son, en su mayoría, de su propiedad; aunque algunas personas rentan el inmueble y algunas viviendas son de interés social.

- D: Clase Baja – Este es el segmento medio de las clases bajas. El perfil del jefe de familia es de individuos con nivel educativo de primaria en promedio (completa en la mayoría de los casos). Los hogares pertenecientes a este segmento son propios o rentados, como vecindades y unidades interés social o de rentas congeladas.
- E: Clase más Baja - A este segmento se le incluye poco en la segmentación de mercados. El perfil del jefe de familia es de individuos con un nivel educativo de primaria incompleto. Estas personas suelen carecer de propiedades, por lo que rentan o utilizan otros recursos para conseguir vivienda. En un solo hogar suele vivir más de una generación y son totalmente austeros.

En esta división se tiene que el ingreso familiar por nivel socioeconómico es de:

- \$0.00 a \$2,699 para nivel E;
- \$2,700 a \$6,790 para nivel D;
- \$6,800 a \$11,599 para nivel D+;
- \$11,600 a 34,999 para nivel C,
- \$35,000 a \$84,999 para nivel C+ y
- \$85,000 o más para nivel A/B.

**Gráfica4. Localidades mayores de 40 mil habitantes, 2007**



Fuente: AMAI

De la gráfica 4 se concluye que la desigualdad en el país es latente, un porcentaje muy alto de la población está en la pobreza, en el año 2007 y a partir de información de la AMAI se concluye que más del 60% de la población tiene carencias muy importantes. A partir de esta información empírica, se concluye que el país continúa con una gran desigualdad social, hay un porcentaje muy alto de población que está en pobreza. Sin embargo, ello no implica que esta población (clase baja) no pueda cambiar su intención de voto o que los independientes no jueguen un papel central en el sistema electoral mexicano.

Es importante mencionar que esta investigación no busca explicar el triunfo de Calderón en la elección presidencial de 2006. Para intentar explicar esto, es necesario hacer varios estudios. Esta investigación únicamente intenta dar sustento a la hipótesis de que la política en México se puede reducir a una competición entre clases sociales. En este sentido, ¿por qué no ganó López Obrador, quien se autodefinía explícitamente como el “candidato de los pobres”, e incluso lo utilizaba como lema de campaña (“primero los



pobres”)? En otras palabras, ¿por qué no “arrasó” la izquierda en la elección presidencial de 2006? Se puede explicar a partir de la efectividad de las campañas políticas, factores de corto plazo (campañas políticas, plataformas electorales, perfil e imagen del candidato). Esta tesis pretende incentivar las investigaciones en este ámbito. Por ejemplo, la disertación explica el comportamiento electoral a partir del análisis de los factores de largo plazo (identificación partidista, factores socio demográficos, etc.) dejando pendiente los estudios de corto plazo.

## 7. Referencias

- Abramson, Paul, John Aldrich y David Rohde (2003). *Change and Continuity in the 2000 and 2002 Elections*. Washington, D.C.: CQ Press
- Almond, Gabriel and Sidney Verba. 1963. *The civic culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Boston: Little, Brown.
- Basil, Michael, Caroline Schooler y Reeves Byron (1991) “Positive and Negative Political Advertising: Effectiveness of Ads and Perceptions of Candidates”. En BIOCCA, Frank (ed.) *Television and Political Advertising, volume I: Psychological Processes*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, pp. 245-62.
- Berelson, Bernard, Paul Lazarsfeld y William McPhee (1954). *Voting*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bernard, Burton C., (1988) *James Bryce and St. Louis: a bibliographic introduction to the writings of James Bryce*, May 10, 1988, Granite City, Ill.: B.C. Bernard.
- Blais, Andre (2000) *To Vote or Not to vote: The merits and limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- Budgen, Ian, David Robertson, y D.Hearl (1987) *Ideology, Strategy and Party Change*. Cambridge University Press.
- Butler, David and Donald Stokes, *Political Choice in Britain*. London: Macmillan, 1974, chapter 4.
- Cagan, Philip. (1956). *The Monetary Dynamics of Hyperinflation*. In *Studies in the Quantity Theory of Money*, ed. Milton Friedman. Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, and Donald E. Stokes. (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Clarke, Harold, and Marianne Stewart (1994). Prospections, retrospections, and rationality: The "bankers" model of presidential approval reconsidered. *American Journal of Political Science* 38(4): 1104-1123.
- Converse, Philip, y Greg Markus (1979), *Plus ca Change...The new CPS election study panel*. *American Political Science Review* 73: 32-49.
- Crewe, Ivor , Bo Sarlvik and James Alt, 'Partisan Dealignment in Britain, 1964-74', *British Journal of Political Science*, 7 (1977), 129-90.
- Cox. 1997. *Making votes count*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahrendorf, Ralf. (1968) "*Sociology and Human Nature*", in *Essays in the Theory of Society*. Stanford: Stanford University Press, pp.88-106.
- Dalton, Russell J (2005) *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Democracies*. Washington: CQ Press.
- Demore, David F. (2002) "*Candidate strategy and the decision to go negative*" *Political Science Quarterly*, vol. 55, N0. 3, pp. 669-85.
- Denver, David, (2003) *Elections and Voters in Britain*. Houndmills: Palgrave, Macmillan.
- Downs, Anthony. (1957) *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper.
- Evans, Geoffrey (1999) ed., *The End of Class Politics? Class Voting in Comparative Context*. Oxford: Oxford University Press.
- Fiorina, Morris P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press, p. 5.

- Franklin, Mark. Voter turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945. New York. Cambridge University Press. 2004.
- Hess, Robert, y Judith Torney (1967). The Development of Political Attitudes in Children. Chicago: Aldines.
- Jamieson, K.H (1992) Dirty Politics: Deception, distraction and democracy New York: Oxford University Press.
- Jennings, M. Kent, Richard Niemi (1973) The Character of Political Adolescence. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Kahn, Kim Fridkin y Patrick J. Kenney (1999) “*Do negative campaigns mobilize or suppress turnout? Clarifying the relationship between negative and participation*”. The American political science review. Vol. 4. Pp. 887-89.
- Kelsen, Hans (1981) La teoría política del bolchevismo, II Saggiatore, Milán.
- Kennedy, Peter 1998: A Guide to Econometrics, fourth ed., Blackwell Publishers.
- Key, V. O. Jr., (1966) The responsible electorate, rationality in presidential voting 1936-1960, Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press.
- Kiewiet, Roderick D., and Douglas Rivers. (1985). “A Retrospective on Retrospective *Voting*.” In Economic Conditions and Electoral Outcome in the United and Western Europe, ed. Heins Eulau and Michael S. Lewis Beck. New York: Agathon Press.
- Kiewiet, Roderick D. (1983) Macroeconomics and Micropolitics. Chicago: Chicago University Press.

- Kinder, Donald R., and D. Roderick Kiewiet (1979). "Economic Discontent and Political Behavior: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgments in Congressional Voting." *American Journal of Political Science* 23: 495-517.
- Kinder, Donald R., and D. Roderick Kiewiet (1981). "Sociotropic Politics: The American Case." *British Journal of Political Science* 11:129-161. Kinder, Donald R., and Walter Mebane (1983). "Politics and Economics.
- King, Gary/ Keohane, Robert O. and Sidney Verba, 1994: *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*, Princeton University Press.
- Klingermann, Hans-Dieter, Richard Hofferbert, and Ian Budge (1994) *Parties, Policy and Democracy*. Boulder, Colo.:Westview.
- Klorman, Ricardo (1978). "Trend in Personal Finances and the Vote." *Public Opinion Quarterly* 42:31-48
- Kramer, Gerald H. (1977). "Short-Term Fluctuations in U.S. Voting Behavior, 1896-1964." *American Political Science Review* 65:131-143.
- Kramer, Gerald H. (1983). "The Ecological Fallacy Revisited: Aggregate- Versus Individual-Level Findings on Economics and Elections.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson y Hazel Gaudet (1948). *The people's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Lewis-Beck, Michael (1988) *Economics and Elections*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lewis Beck, (1989). "Citizen Forecasting: Can Voters See into the Future?," with Andrew Skalaban, *British Journal of Political Science*, Jan.1989, pp.146-153.

- Lewis-Beck, M, and M Stegmaier. (2000). "Economic Determinants of Electoral Outcomes." *Annual Review of Political Science* 3:183-219.
- Lewis-Beck, Michael. (2006). "Does Economics Still Matter? Econometrics and the Vote." *Journal of Politics* 68 (1):208-12.
- Lewis-Beck, Michael. and Rice, Tom.(1992), *Forecasting elections:* (CQ Press, Washington, DC), 163 pp.
- Lippman, Walter (1992), *Public Opinion*, Nueva York, Penguin.
- Lipset, Seymour M. (1959) *Political Man: The Social Bases of Politics*, Baltimore, John Hopkins University Press.
- Lipset, Saymour Martin y Stein Rokkan (1967) *Party Systemes and Voter Alignments*. New York: Free Press.
- Lockerbie, B. (1991). "Prospective Economic Voting in U.S. House Elections, 1956-88." *Legislative Studies Quarterly* 16: 239-61.
- Lupia, Arthur y Mathew McCubbins (1998). *The democratic dilemma: Can Citizens Learn What They Need to Know?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Luther, Richard y Ferdinand Müller-Rommel (2002) *Party Change in Europe*, Oxofrd: Oxford University Press.
- MacKuen, Michael B., Robert S. Erikson and James A. Stimson (1992). "Peasants or Bankers? *The American Electorate and the U.S. Economy*". *American Political Science Review* 86: 59-611.
- Mexico 2006 Panel Study. Andy Baker, Kathleen Bruhn, Roderic Camp, Wayne Cornelius, Jorge Domínguez, Kenneth Greene, Joseph Klesner, Chappell Lawson (Principal Investigator), Beatriz Magaloni, James McCann, Alejandro Moreno, Alejandro

- Poiré, and David Shirk. Funding for the study was provided by the National Science Foundation (SES-0517971) and Reforma newspaper; fieldwork was conducted by Reforma newspaper's Polling and Research Team, under the direction of Alejandro Moreno.
- Milbrath, Lester W., and Goel M.L. (1977) Political Participation. 2nd ed. Chicago: Rand McNally.
- Miller, Warren E. 1991. "Party Identification." In Encyclopedia of American Political Parties and Elections, ed. Sandy Maisel. New York: New York Garland Publishing, Inc.
- Miller, Warren E. y J. Merrill Shanks (1996), The New American Voter, New Haven: Yale.
- Moreno, Alejandro (2007), "The 2006 Mexican presidential election: The economy, oil revenues, and ideology", PS: Political Science and Politics, vol. 40, enero, pp. 15-9.
- Nie, Norman, Jane Junn y Keneth Stehlik-Barry (1996) Education and Democratic Citizenship in America. Chicago: University Press.
- Norris, Pippa (2000) Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa (2002) Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parry, Geraint, George Moyser, and Neil Day (1992). Political Participation and Democracy in Britain. Cambridge University Press.
- Patterson, Thomas E. (2002), The Vanishing Voter: Public Involvement in an Age of Uncertainty, Nueva York, Alfred A. Knopf.

- Pettie, Charles, Patrick Syed and Paul Whiteley (2004) *Citizenship in Britain: Values, Participation and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Popkin, Samuel (1992) *The reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago, University of Chicago Press.
- Powell, G. Bingham and Guy Whitten (1993). A cross national analysis of economic voting: Taking account of the political context. *American Journal of Political Science* 37: 391-414.
- Pulzer, P.G. (1967) *Political Representation and Elections in Britain* (London: George Allen & Unwin).
- Putnam, Robert (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Renewal of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Riker, William and Ordeshook, Peter, “*Weighted Voting: A Mathematical Analysis for Instrumental Judgments*,” in Roland Pennock and John Chapman, eds. *Nomos X: Representation*. New York. Atherton, pp. 199-216. 1968.
- Sanders, David (1997) ‘*Voting and the Electorate*’, in Patrick Dunleavy et al, *Developments in British Politics 5* (Basingstoke: Macmillan, 1997).
- Schattschneider, E.E. (1942) *Party Government*. New York: Rinehart.
- Schickler, Eric, and Donald Green (1997) The stability of party identification in Western democracies. *Comparative Political Studies* 30: 450-483.
- Sniderman, Paul, Richard A. Brody, and Phillip E. Tetlock. (1993) *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thomessen, Jaques (2005) *The European Voter*. Oxford: Oxford University Press.



- Tufte, Edward R. (1978). *Political Control of the Economy*. Princeton University Press. xi, 168 p.
- Uhlaner, Carole (1989) Rational Turnout. *American Journal of Political Science* 33: 390-422.
- Valverde Loya, Miguel Ángel (2007). *La estrategia del ataque. La publicidad negativa en la campaña de 2006*. Este País. México. Febrero.
- Verba, Sidney, Norma Nie, y J.O. Kim (1971). *The modes of Democratic Participation*. Beverly Hills, Calif. Sage Professional Papers in Comparative Politics.
- Verba, Sidney y Norman Nie (1972). *Participation in America*. New York: Harper & Row.
- Verba, Sidney, Norma Nie, y J.O. Kim (1978) *Participation and Political Equality*. New York: Cambridge University Press.
- Verba, Sidney, Kay Schlozman y Henry Brady (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- Von Neuman, John y Oscar Morgenstern (1947), *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton, Princeton University Press.
- Wallas, G (1910) *Human Nature in Politics*(London: Constable).
- Wattenberg, Martin (2002) *Where have all the voters gone?* Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Watenberg, Martin P. y Craig Leonard Brianis (1999) *“Negative Campaign Advertising: Demobilizer or Mobilizer”*. *The American Political Science Review*, vol. 93, No. 4, pp. 891-99.

- Webb, Paul, David Farrell y Ian Holliday, (2002) *Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Weisbrot, Mark y Luis Sandoval (2006), “*Mexico's presidential election: Background on economic issues*”, CEPR Reports and Issue Briefs, 2006-11.
- West, Darrell M. (1997) *Air Wars, Television Advertising in Election Campaigns, 1952-1996*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly.
- Wolfinger, Raymond and Rosenstones, Steve, *Who votes?* New Heaven, Conn: Yale University Press, 1980.
- Wooldridge, Jeffrey M., (2003): *Introductory Econometrics*, South-Western.
- Wooldridge, Jeffrey M. (2002): *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. MIT Press, Cambridge
- Zaller, John (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.