

LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2006 EN MÉXICO: ¿FUERON IMPORTANTES LAS POSTURAS SOBRE LOS DISTINTOS TEMAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS?

JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ COMPANYY¹

EN UN SISTEMA DEMOCRÁTICO, la condición indispensable de ciudadanía es el ejercicio individual del voto con base en posiciones ideológicas y políticas como principales instrumentos de elección. Cuando los ciudadanos sustentan sus decisiones electorales en estas posturas, quienes los representan reciben señales sobre lo que “la gente” quiere. Por lo tanto, una votación cimentada en la ideología y la temática tiene una fuerte connotación normativa: al fomentar la representación, contribuye a la legitimidad del régimen. Lamentablemente, la investigación de encuestas² ha demostrado que las preferencias temáticas basadas en las políticas y los puntos de vista ideológicos de la mayoría de los electores no son estables ni congruentes; por lo tanto, no pueden ser los factores decisivos para votar por un candidato el día de los comicios. Salvo ante algunos casos excepcionales,³ los especialistas dudan que los ciudadanos realmente puedan elegir políticos a partir de inquietudes de peso. Estas dudas podrían ser mayores cuando se

¹ Agradezco a Boris Shor y a dos lectores anónimos de *Foro Internacional* sus comentarios a versiones anteriores de este artículo. Cualquier error de análisis o de interpretación es sólo mío.

² La obra que inició el debate sobre la estabilidad y congruencia en la preferencia de los encuestados es la de Philip E. Converse, “The Nature of Belief Systems in Mass Publics”, en David E. Apter (ed.), *Ideology and Discontent*, Nueva York, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 206-261.

³ Un argumento interesante de Michael Álvarez y John Brehm (*Hard Choices, Easy Answers: Values, Information, and American Public Opinion*, Princeton, Princeton University Press, 2002) sostiene que los electores (o encuestados) tienen predisposiciones o valores inherentes que, cuando se combinan con información, pueden producir respuestas estables y congruentes. Esto depende del tema: el aborto, por ejemplo, provoca reacciones ambivalentes en encuestados bien informados, lo cual se debe a que tienen un “conflicto interiorizado” acerca de cuál es la mejor opción de políticas para ofrecer soluciones al tema en cuestión.

trata de democracias jóvenes o recientemente establecidas, como la mexicana. Todo indica que en estas nuevas democracias, los electores van a las urnas sin esperar demasiado: los ciudadanos emiten su voto sin tomar en cuenta las promesas realizadas a lo largo de las campañas electorales o sin recurrir a las plataformas partidistas para facilitarse la decisión; el resultado es una votación ideológicamente pobre y poco sustentada en los temas de políticas públicas.

En este artículo se desarrolla una línea de razonamiento que busca responder esta pregunta: ¿A qué se debe que una votación que se sustente en los temas de políticas públicas tenga niveles tan bajos? El argumento que aquí se presenta contempla dos factores importantes:⁴ 1) el error de medición asociado a los elementos o preguntas que conforman una encuesta; y 2) una condición importante pero que no ha sido cabalmente analizada: la percepción que tiene el electorado del espacio temático, es decir, de la gama de posturas sobre un mismo tema que presentan los distintos candidatos. El primero de estos factores es el resultado de problemas metodológicos en el diseño de encuestas: la dificultad de formular preguntas que puedan “extraer” las opiniones preexistentes de una persona y trazarlas eficazmente en medidas objetivas. Aunque los estudiosos reconocen el segundo factor,⁵ la falta de información ha impedido que se haga una investigación más amplia —especialmente en el caso de México— para determinar si los electores perciben, entre los distintos candidatos, propuestas diferentes en materia de políticas o no.

El texto se divide de la siguiente manera: En la primera sección, se desarrolla la tesis. Se sugiere que la técnica propuesta por Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr.⁶ para resolver el problema del error de medición asociado a elementos de las encuestas, ayuda a demostrar que las preferencias

⁴ Tres artículos principales enriquecieron lo que en éste se plantea: Stephen Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr., “The Strength of Issues: Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting”, *American Political Science Review*, vol. 102, núm. 2, 2008, pp. 215-232; Michael Alvarez y Jonathan Nagler, “Party System Compactness: Measurement and Consequences”, *Political Analysis*, vol. 12, núm. 1, 2004, pp. 46-62; y Elizabeth J. Zechmeister, “Policy-Based Voting, Perceptions of Issue Space, and the 2000 Mexican Elections”, *Electoral Studies*, vol. 27, núm. 4, 2008, pp. 649-660.

⁵ Por ejemplo, “la teoría económica de la democracia” de Anthony Downs se sustenta en la idea de que los electores deciden por quién votar con base en la proximidad entre la ubicación de las políticas del candidato y las políticas ideales del votante. Cuando los electores no pueden percibir dónde se ubican las propuestas políticas de los candidatos, tienen dificultades para decidir por quién votar (de hecho, si seguimos la lógica de Downs, es más probable que estos electores se abstengan y no emitan su voto el día de los comicios). *Cfr.* Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, Nueva York, Harper and Row, 1957.

⁶ Art. cit., *passim*.

temáticas *efectivamente tienen una facultad ilustrativa* a la hora de explicar la decisión del voto. También se argumenta que, tratándose de un mecanismo que depende de la construcción de puntajes en los que se saca el promedio de las respuestas a distintas preguntas de la encuesta, no resulta útil para analizar si los votantes ponderan un tema *específico* a la hora de decidir por quién votar. Si la atención se centra en la “percepción del espacio temático” del electorado, se puede contribuir a la solución de este problema. En la segunda sección se introduce el caso de la elección presidencial de 2006 en México y se utiliza información estadística de este proceso para determinar si el electorado mexicano basó su decisión de voto en posturas temáticas e ideológicas y, de ser así, en qué puntos particulares. Finalmente, se concluye con algunas consideraciones sobre el argumento y los resultados.

1. ¿INFLUYEN LAS POSTURAS SOBRE LOS DISTINTOS TEMAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA DECISIÓN DEL VOTO?

La capacidad de respuesta de los políticos ante las preferencias de la ciudadanía tiene efectos importantes en la calidad de la democracia y de la gobernanza democrática. Se presume que, en una democracia, el votante individual tiene preferencias sobre los objetivos de las políticas públicas y sobre los medios para alcanzarlos. Sin tomar en consideración los problemas relativos a la agrupación de preferencias en un sistema democrático, se entiende que la calidad de la representación política se ve afectada cuando los ciudadanos carecen de preferencias ideológicas y temáticas claras y estables. ¿Sabrán los políticos cómo representar al electorado si no reciben información adecuada de cuáles son los temas más relevantes para los electores? ¿Cuál es el tema más importante? ¿Lograr el crecimiento económico o el combate a la pobreza? ¿Será, quizá, otorgar beneficios y derechos a las minorías? ¿Debería el gobierno seguir políticas conservadoras o liberales? Los votos emitidos al azar no proporcionan a los políticos la valiosa información que necesitan para responder todas estas preguntas. Por lo tanto, los electores deberían votar tomando en cuenta las posturas sobre los temas de políticas públicas y la ideología. Desafortunadamente, investigaciones académicas señalan que, en la mayoría de los casos, no sucede así.

Distintas investigaciones sobre encuestas realizadas en los Estados Unidos han documentado una brecha entre la ciudadanía idealizada de la teoría democrática y los ciudadanos de carne y hueso que acuden a las urnas el día de la elección. Converse,⁷ por ejemplo, afirma categóricamente que

⁷ Art. cit., p. 245.

“una gran proporción del electorado simplemente no tiene una opinión significativa, ni siquiera en temas que hayan generado intensa controversia política entre las élites a lo largo de un periodo considerable”.⁸ Lawson presenta un argumento similar respecto a las elecciones presidenciales de 2006 en México: “En las elecciones de 2006 [...], los diseñadores de políticas que tenían interés de escuchar no recibieron de la gente la valiosísima guía que necesitaban para saber qué camino seguir en relación con el comercio, el aborto, el papel del Estado en la economía, por mencionar sólo algunos temas importantes en el campo de las políticas públicas”.⁹ Estos autores –entre muchos otros– afirman que en una serie de cuestiones los votantes tienen opiniones poco arraigadas y mal formadas. Por este motivo, los ciudadanos se “sacan de la manga” una decisión de voto unos cuantos días antes de la elección sin saber cuáles son los asuntos o temas más relevantes del momento. Además, los especialistas coinciden en que el factor de mayor peso en la decisión del voto de una persona es su identificación partidista y no su ideología o sus preferencias en cada uno de los temas en cuestión.¹⁰ Con estos resultados se podría concluir que no se puede esperar que el común de los ciudadanos –en democracias antiguas o nuevas– desempeñe un papel importante en la configuración de las políticas o para exigir que los políticos se responsabilicen de sus actos.

A pesar de estas aseveraciones, en sistemas de gobierno democráticos los ciudadanos pueden tener preferencias por tema y posturas ideológicas estables y coherentes que sí repercutan en sus decisiones electorales. Los resultados obtenidos por distintos investigadores dedicados al estudio de la opinión pública presentan un doble problema: 1) la medición de la mayoría de los elementos que conforman una encuesta tiene errores y 2) existe la posibilidad de que los ciudadanos no perciban la diferencia de posturas de los candidatos en algún tema de políticas que les permita

⁸ Para ideas similares sobre la falta de preferencias congruentes y estables en el electorado estadounidense, *cf.* las siguientes obras clásicas: Angus Campbell *et al.*, *The American Voter*, Nueva York, Wiley, 1960; y Philip E. Converse, “Attitudes and Nonattitudes”, en Edward Tufte (comp.), *The Quantitative Analysis of Social Problems*, Reading (Massachusetts), Addison Wesley, 1970, pp. 168-189.

⁹ “Introduction. The Mexican 2006 Election in Context”, en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (comps.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 15-16.

¹⁰ Como sostienen Campbell *et al.*, “el hecho de que la mayoría de los elementos de la política nacional esté alejada de la cotidianidad del ciudadano de a pie, obliga a los individuos a depender de fuentes de información de las que aprenden indirectamente lo que no podrían adquirir a través de experiencias directas” (*op. cit.*, p. 128). Una de estas “fuentes de información” –quizá la más importante– es la afiliación partidista del votante.

seleccionar a uno sobre otro a partir de esa información. Esto se refleja en los puntos de las encuestas diseñados para medir posturas en relación con políticas.¹¹

En este artículo se utiliza la técnica propuesta por Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr.¹² para reducir el posible error de medición de algunas preguntas del Estudio Panel México 2006.¹³ Para aumentar la confiabilidad del método propuesto y del resultado que se presentará más adelante, se tomaron las siguientes medidas: 1) Se utilizaron dos muestras *independientes* del Estudio Panel México 2006: la muestra nacional y la muestra de la Ciudad de México.¹⁴ 2) Se utilizó la misma especificación de modelo logit multinomial *-i. e.* las mismas variables dependientes e independientes- de Kenneth F. Greene.¹⁵ Es importante señalar que este capítulo se dedica específicamente a la votación en función de los temas. La especificación de este modelo es importante por dos razones: primero, con los resultados que de él se obtuvieron, los especialistas que participaron en el volumen arriba mencionado concluyeron que la votación en función de los temas no fue

¹¹ Véase, por ejemplo, Zaller y Feldman (“A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences”, *American Journal of Political Science*, vol. 36, núm. 3, 1992, p. 598), quienes argumentan que la “ambivalencia [respecto a las posturas por tema de los candidatos] seguramente se asocia a mayores niveles de inestabilidad en las respuestas [de las encuestas]”.

¹² Los autores explican la técnica en el art. cit., pp. 218-219.

¹³ La información que se utilizará en este artículo proviene de las rondas 1, 2 y 3 del Estudio Panel México 2006. Entre los miembros de alto nivel del proyecto Estudio Panel México 2006 se encuentran (por orden alfabético): Andy Baker, Kathleen Bruhn, Roderic Camp, Wayne Cornelius, Jorge Domínguez, Kenneth Greene, Joseph Klesner, Chappell Lawson, Beatriz Magaloni, James McCann, Alejandro Moreno, Alejandro Poiré y David Shirk. El financiamiento para el estudio fue aportación de la National Science Foundation (SES-0517971) y el periódico *Reforma*. El trabajo de campo estuvo a cargo del equipo de encuestas e investigación de *Reforma* a cargo de Alejandro Moreno. <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06>

¹⁴ Para mayor información sobre el Estudio Panel México 2006, véase Chappell Lawson y Alejandro Moreno, “El Estudio Panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial”, *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 2, pp. 446-448. También véase el informe metodológico de este estudio panel, en <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/MReport.pdf>

¹⁵ Kenneth F. Greene, “Images and Issues in Mexico’s 2006 Presidential Election”, cap. 13 de Domínguez *et al.*, *op. cit.*, pp. 246-267. Los resultados del modelo de Greene se pueden obtener en “Appendix for Chapter 13”. Más adelante se reproducen los resultados del modelo de Greene utilizando variables según la codificación del autor de este artículo, que son prácticamente iguales a los que aparecen en “Appendix for Chapter 13”. Las pequeñas diferencias se deben a codificaciones distintas y al hecho de que en este caso no se pudo incluir una variable (de 24) difícil de verificar con la pregunta exacta de la encuesta utilizada por Greene para esa variable en particular. Se sustituyó la variable (“Calderón es el mejor en términos de corrupción”) con una similar: “Honestidad de Felipe Calderón”. Los datos y los *do-files* de Stata utilizados están disponibles para quien los solicite.

relevante en la elección presidencial de 2006; en segundo lugar, contiene seis variables para evaluar las posturas de los encuestados en relación con temas económicos y morales, por lo que es un modelo en el que se puede utilizar la técnica de Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr. y, posiblemente, contradecir los resultados de estos investigadores al concluir que, en los comicios en cuestión, la votación por temas sí tuvo un efecto en la decisión del voto de los mexicanos.¹⁶

Antes de proceder a la explicación de la metodología, es importante comentar brevemente el problema del error de medición. Primero, una de las ideas principales detrás de este problema es que, aun cuando las *respuestas a las encuestas* fluctúen significativamente a lo largo del tiempo y no guarden una correlación importante entre temas similares, en los ciudadanos sí hay *verdaderas opiniones* subyacentes que se mantienen estables y son congruentes. El problema no radica en los encuestados, sino en la encuesta misma y en las preguntas que la conforman: “las preguntas resultan casi tan complejas para quienes están bien informados y tienen interés, como para el común de las personas. *El error de medición se debe, principalmente, a los instrumentos; no a los encuestados*”.¹⁷ En segundo lugar, aceptar la existencia del error de medición tiene una implicación importante: si las variables de opinión se miden erradamente, no habrá una clara correlación entre ellas, es decir que disminuirá entre distintos temas o dentro del mismo tema a lo largo del tiempo.¹⁸ Así las cosas, parecería que los encuestados contestan las preguntas al azar, sin responder a una lógica, incluso cuando tienen preferencias bien definidas. James A. McCann resume estas observaciones específicamente para el caso de México: “Cuando se pidió su opinión sobre la importación de bienes extranjeros, la liquidación de la deuda nacional, el mantenimiento de las industrias paraestatales y otros temas apremiantes, la mayoría de los mexicanos dieron una respuesta. Sin embargo, estas respuestas no se traslapan de una forma que sugiera una disposición firme y congruente a favor o en contra del neoliberalismo o cualquier otra posición ideológica discernible.”¹⁹

¹⁶ Se utilizó la misma técnica con la información de la encuesta de opinión pública realizada por Data OPM a los habitantes de la Ciudad de México en abril de 2005. Dadas las limitaciones de espacio y debido a que el propósito fundamental es enfocarse en las elecciones presidenciales de 2006, los resultados de este análisis no se incluyeron en este artículo. Sin embargo, están disponibles, junto con la explicación de la información, para quien los solicite.

¹⁷ Christopher H. Achen, “Mass Political Attitudes and the Survey Response”, *American Political Science Review*, vol. 69, núm. 4, 1975, p. 1229.

¹⁸ Para un debate exhaustivo del problema del error de medición, véase John R. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Nueva York, Cambridge University Press, 1992, pp. 30-34.

¹⁹ “Ideology in the 2006 Campaign”, en Domínguez *et al.*, *op. cit.*, pp. 270-271.

Al utilizar información proveniente del Estudio Panel México 2006, encontramos que el valor promedio absoluto de las correlaciones intratemporales entre las cuatro variables dedicadas a los temas económicos se ubica en 0.11, mientras que el valor promedio absoluto de las correlaciones intertemporales en los mismos temas (utilizando la primera y segunda rondas del estudio panel) asciende a 0.33. Una vez realizadas las correcciones para evitar el error de medición, las correlaciones intratemporales entre los temas y el puntaje global promedio utilizado para corregirlo (véase la explicación que aparece más adelante) aumentan para llegar a un valor promedio absoluto de 0.58. Por su parte, la correlación intertemporal entre las calificaciones compuestas de la primera y segunda rondas aumenta a un valor absoluto de 0.50. En tercer lugar, y de manera fundamental para los propósitos de este artículo, los elementos de la encuesta que miden las opiniones de los encuestados respecto a temas económicos y morales específicos “rara vez muestran efectos sólidos, de gran escala y estadísticamente significativos que expliquen la preferencia del voto”.²⁰ Por consiguiente, para muchos especialistas, la votación en función de los temas parece tener poca importancia a la hora de explicar la decisión del voto. En gran medida, esta conclusión se debe al problema del error de medición que hace que se subestimen los efectos de los puntos temáticos en el análisis de regresión de la decisión del voto. Básicamente, el error de medición sesga los cálculos de coeficientes de regresión. Por lo general produce una inclinación *hacia abajo* del coeficiente de la variable medida con error, aunque, si más de una variable se mide de manera equivocada, los coeficientes pueden tender indistintamente hacia arriba o hacia abajo.

Como se demostrará en la siguiente sección de este artículo, la corrección del error de medición tiene implicaciones trascendentes sobre la manera en que se percibe al votante mexicano. El método se basa en obtener el promedio de las respuestas a un número K de elementos (léase, preguntas) de la encuesta que giran en torno a temas o problemas similares; por ejemplo –bajo el rubro de asuntos económicos–, el comercio con otras naciones, la privatización de la industria petrolera, la privatización de la industria eléctrica, la disminución de impuestos, etc. El promedio representa un *puntaje global* de la opinión/preferencia “verdadera”, “latente” o “subyacente” del encuestado y, por lo tanto, la construcción de estos puntajes nos da una idea general por rubro de las preferencias subyacentes del encuestado/votante. Este método tiene dos características que lo colocan por encima de los demás: 1) es simple en comparación con otros mecanismos utilizados para obtener “variables latentes” –como el análisis de factor o de

²⁰ Ansolabehere *et al.*, art. cit., p. 226.

componentes principales–, y el promedio de respuestas múltiples a elementos de la encuesta es sencillo y no confunde al lector con modelos intrincados y complejos;²¹ 2) “promediar elementos múltiples reduce la varianza del error de medición en índice aproximado de uno sobre el número de elementos que se hayan utilizado [*i. e.* $1/K$]”.²² El siguiente ejemplo ayudará a esclarecer este método. Las preguntas 49 y 50 de la segunda ronda del cuestionario del Estudio Panel México 2006 fueron: pregunta 49: “En su opinión, ¿la pena de muerte debería aplicarse en casos de homicidio o no debería aplicarse en casos de homicidio? Respuestas: 1) Sí debería aplicarse. 2) No debería aplicarse. 3) NS/NC.” Pregunta 50: “En su opinión, ¿el aborto en casos de violación debería ser legal o ilegal? Respuestas: 1) Legal. 2) Ilegal. 3) NS/NC.” Si primero registramos estas dos preguntas y nada más utilizamos las primeras dos opciones de respuesta de cada una de ellas y después convertimos las preguntas en variables indicadoras en donde las respuestas más liberales equivalgan a cero y las más conservadoras a uno, podríamos obtener las siguientes respuestas hipotéticas de una persona *X*: a la pregunta 49, la pena de muerte *no debería aplicarse*; a la pregunta 50, el aborto debería ser *ilegal*. Al promediar ambas respuestas, obtenemos un puntaje global promedio de 0.5.²³ Este puntaje global indica que la persona no es ni demasiado conservadora ni demasiado liberal. Supongamos ahora que otro encuestado –el sujeto *Y*– respondió que la pena de muerte *sí debería aplicarse* (pregunta 49) y que el aborto debería ser *ilegal* (pregunta 50). Cada una de estas respuestas equivaldría a uno en las variables indicadoras. Al sumar las dos respuestas (1 + 1) y dividir el resultado entre dos, obtendríamos un puntaje global promedio de uno, lo que indica que la persona

²¹ Con la información de la segunda ronda del Estudio Panel México 2006, realizamos un análisis factorial exploratorio de las seis variables relativas a temas económicos (cuatro variables) y morales (dos variables). El resultado produjo tres dimensiones latentes. El primer factor incluye las preguntas sobre el papel del gobierno en la economía y el alivio a la pobreza; el segundo, las preguntas sobre la legalización del aborto y la pena de muerte; y el tercero, la del comercio con los Estados Unidos de América y la privatización de la industria eléctrica. Los componentes dos y tres son difíciles de interpretar (particularmente el segundo, en el que parece percibirse una división entre los encuestados en contra de la pena de muerte y en contra del aborto y los encuestados a favor de la libre elección y de la pena de muerte). Debe señalarse que las variables de “comercio con los EE. UU.” y “privatización de la industria eléctrica” tuvieron una carga importante en el primer factor, lo que podría indicar que, en realidad, sólo existen dos dimensiones latentes.

²² *Ibid.*, p. 216.

²³ Otorgamos una calificación de 0 a las respuestas más liberales –en este caso, a la pregunta 49– y de 1 a las respuestas más conservadoras –en este caso, a la pregunta 50–; la suma equivale a uno y al dividir este número entre dos –porque únicamente se están utilizando dos elementos de la encuesta– obtenemos el promedio: 0.5.

Y es muy conservadora. Entre más elementos de la encuesta se incluyan en el puntaje global promedio, mayor será la confiabilidad.

Por medio del método descrito en el párrafo anterior, obtuvimos los puntajes globales promedio de cada encuestado para los elementos de la encuesta del Estudio Panel México 2006 sobre: 1) temas económicos –particularmente en lo que se refiere a la privatización de la industria eléctrica, a las relaciones comerciales con los Estados Unidos de América, al papel que debería desempeñar el gobierno en la economía y a los impuestos y su relación con el alivio a la pobreza– y 2) temas morales, particularmente la legalización del aborto y la pena de muerte. Por lo tanto, para cada encuestado tenemos dos mediciones (los puntaje globales promedio) de error reducido que, en opinión de este autor, resultarán estadísticamente significativas en las regresiones logísticas multinominales que se describen más adelante. En contraste, y dado que se miden con error, es de esperarse que pocos o ninguno de los elementos de la encuesta sean individualmente significativos desde una perspectiva estadística. Sin embargo, cabe señalar que el número de puntos de la encuesta que se utilizó para crear el puntaje global es bajo (cuatro en el caso de los temas económicos y dos en el de los morales), de modo que es posible que no arroje los resultados esperados porque, como quedó asentado en el párrafo anterior, K elementos de la encuesta reducen el error de medición en un radio de alrededor de $1/K$. Así las cosas, si $K = 4$ y $K = 2$, la contribución del error de medición a los coeficientes de los elementos que conforman los respectivos puntajes es únicamente de un cuarto y un medio respectivamente de lo que sería si se utilizara solamente un punto de la encuesta.

La agrupación y selección de las seis variables siguen tres criterios fundamentales. Primero, se trata de las seis variables sobre posturas relativas a temas específicos que se incluyen en la especificación del modelo de regresión de Greene, que representa el punto de referencia para comparar los resultados de elementos separados de una encuesta con los puntajes globales promedio que corrigen el error de medición. Segundo, salvo la variable que evalúa la opinión de los encuestados en relación con el papel de las mujeres en la sociedad, estas seis variables abarcan todas las posturas temáticas que mide el Estudio Panel México 2006. La variable relativa al papel de las mujeres en la sociedad no se incluyó por tratarse de una variable que el capítulo antes mencionado no contempló. Tercero: hay dos rubros principales que guardan relación con estas seis variables: el económico y el moral. Por lo tanto, lo lógico era incorporar las cuatro variables relativas a asuntos económicos en un solo puntaje global promedio y las dos variables relativas a asuntos morales en otro.

La importancia de la percepción del electorado sobre un tema particular y sus consecuencias en la decisión del voto.

Independientemente de la importancia de tomar en consideración los problemas relativos al error de medición en los puntos utilizados para evaluar la votación en función de los temas, el modelo de Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr. tiene un defecto significativo: la manera en que agrupa los distintos elementos no permite distinguir específicamente cuáles desempeñan un papel determinante entre los electores a la hora de definir su voto y cuáles son irrelevantes. Tampoco logra establecer cuándo los votantes ponderan un tema específico para definir su voto y cuándo no. Para contrarrestar esta característica, y de acuerdo con la notable aportación de Elizabeth J. Zechmeister²⁴ en su estudio sobre las elecciones presidenciales de 2000 en México, este artículo sostiene que es indispensable enfocarse en la existencia (o inexistencia) de “percepciones del espacio temático” en el electorado; es decir, resulta imprescindible analizar si los votantes *en efecto reconocen* que hay diferencias en los temas de políticas públicas que los distintos candidatos proponen. Con el fin de medir el espacio temático percibido, en la segunda sección de este artículo se hace un recuento de las posturas de los votantes mexicanos en temas específicos así como de la manera en que evalúan las posiciones de los candidatos en torno a esos mismos temas.

Son pocos los estudios de opinión pública²⁵ que evalúan de manera empírica el campo de la existencia o inexistencia del espacio temático que el electorado percibe. Es de llamar la atención que haya una escasez de estudios, sobre todo si consideramos que las teorías de mayor peso²⁶ subrayan que, cuando los candidatos o los partidos claramente se diferencian entre sí, los votantes ponderan unos temas más que otros. Por ejemplo, V. O. Key afirma que: “La voz del pueblo no es más que un eco. Lo que sale de una cámara de eco guarda una relación inevitable e invariable con lo que entra. Mientras que los candidatos y los partidos buscan captar la atención y se disputan el apoyo popular, *el veredicto del pueblo no*

²⁴ Art. cit. *passim*. Muchas de las ideas que aparecen en esta sección provienen del importante y original estudio de Zechmeister. Sin embargo, cabe señalar que esta autora no analiza el impacto del error de medición en la relevancia estadística de los coeficientes de posturas temáticas basadas en las políticas y, más aún, que el objeto de su estudio fue la elección presidencial de 2000 en México. Este artículo, por lo tanto, actualiza los resultados del estudio de Zechmeister con datos de la elección presidencial de 2006.

²⁵ Véase Michael Alvarez y Jonathan Nagler, art. cit., *passim*; y Zechmeister, art. cit., *passim*.

²⁶ Véase, por ejemplo, Anthony Downs, *op. cit.*, *passim*.

puede ser sino una reflexión selectiva de las alternativas y perspectivas que le fueron presentadas".²⁷

La existencia de un espacio temático percibido resulta fundamental para determinar la decisión del voto ciudadano. En teoría, el espacio temático puede ser amplio: una consideración central en la teoría espacial del ejercicio del voto y el teorema del votante medio. Sin embargo, el espacio temático percibido puede ser reducido y puede limitar la capacidad del votante a decidir con base en una preferencia en el campo de las políticas cuando los candidatos ofrecen una sola opción. Incluso si una política determinada tiene gran importancia para un elector en particular, es probable que la descarte a la hora de decidir su voto si no percibe una verdadera diferencia entre los candidatos o los partidos. Nie, Verba y Petrocik resumen esta postura de la siguiente manera: "entre más cercanía exista entre los candidatos [...], *más difícil es basarse en las políticas para emitir un voto*".²⁸ Lo opuesto también es cierto cuando los candidatos y partidos asumen posturas distintas, es decir, cuando se colocan en puntos diferentes del espacio temático.

¿Qué sucede cuando los electores no perciben una postura diferente entre los candidatos en relación con los distintos temas de políticas públicas? La oferta de opciones de políticas restringe a los votantes. Supongamos, por ejemplo, que 1) el votante *i* quiere políticas que favorezcan un aumento en la carga tributaria de los ricos y que permitan que el ingreso adicional recaudado se utilice para crear programas de alivio a la pobreza, que 2) el votante *j* busca políticas que legalicen el aborto en cualquier circunstancia, y que 3) únicamente hay tres personas compitiendo por el cargo. Si las tres están en contra de gravar a los ricos y redistribuir el ingreso entre los pobres pero a favor de penalizar el aborto, los dos votantes *-i* y *j-* se verán obligados a no tomar en cuenta sus posturas políticas al definir su voto y a encontrar otro tipo de variables para decidir por quién votar; por ejemplo, votar por el aspirante del partido predilecto (el recurso del partidismo) o *-si la economía ha crecido en el último año-* premiar al candidato que pertenezca al partido en el poder (una especie de voto retrospectivo).²⁹

²⁷ *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*, Cambridge, Harvard University Press, 1966, p. 2. Las cursivas son mías.

²⁸ *The Changing American Voter*, Cambridge, Harvard University Press, 1976, p. 158.

²⁹ Algunos especialistas han sugerido que los ciudadanos *no* votarán si no perciben diferencias importantes en materia de políticas entre los candidatos. Por lo tanto, en lugar de que la percepción del espacio temático tenga consecuencias en el voto por temas, hay mayores probabilidades de que disminuya la participación en las urnas. Jan E. Leighley y Jonathan Nagler, por ejemplo, argumentan que "es más probable que las personas voten cuando se les hayan ofrecido opciones en materia de políticas que se acerquen más a sus

Por lo tanto, si la oferta de políticas de los tres candidatos es muy similar, es poco probable que la votación se fundamente en los temas.³⁰ Desde luego que si las propuestas de políticas de los contendientes divergen entre sí —es decir, si existe un espacio temático *objetivo*—, cada persona *puede* votar por los candidatos cuya oferta de políticas se acerque más a su ideal. La votación en función de los temas dependerá, en gran medida, del grado en el que cada una de ellas *perciba* (o deje de percibir) el espacio temático objetivo entre los distintos postulantes.

¿Qué factores explican el grado en el que los ciudadanos perciben un espacio temático entre los distintos partidos políticos y sus respectivos candidatos? Estudiosos de la opinión pública en los Estados Unidos han presentado algunas reflexiones para dar respuesta a esta pregunta.³¹ En primer lugar, han puesto énfasis en la importancia que los niveles de educación y sofisticación tienen sobre el conocimiento y la certidumbre de las distintas posturas que presentan los candidatos. Esta comprensión influye en la percepción que tienen los electores de las características distintivas de cada candidato.³² Estos argumentos presumen que hay mayores probabilidades de que los votantes con un nivel educativo más alto identifiquen las diferencias en materia de políticas entre los candidatos y, por ende, tengan mayor capacidad para votar con base en sus posturas temáticas. En segundo término, quienes han estudiado la decisión del voto han subrayado que el interés personal en la política es significativo y que tiene un efecto en la

preferencias individuales y cuando los candidatos hayan asumido posturas discernibles y puesto al elector en una situación en la que claramente prefiera una opción sobre otra”. “Alienation, Indifference and Inequality”, ponencia preparada para ser presentada en la Conference on Homogeneity and Heterogeneity in Public Preferences, Ithaca, Cornell University, 2008, p. 15.

³⁰ Vale la pena señalar que si el número de candidatos aumenta, también aumenta la probabilidad de “ofertas discernibles en materia de políticas”, lo que a su vez, incrementa las probabilidades de que el electorado tenga una percepción del espacio temático. Sin embargo, el número de candidatos *viabiles* se limitará a consecuencia de la votación estratégica: los ciudadanos únicamente emitirán su voto a favor de candidatos que tengan posibilidades de ganar. De acuerdo con Gary Cox, si el número de candidatos se limita en un extremo superior de $m + 1$ (donde m equivale a la magnitud del distrito o al número de “escaños” en el distrito), en la mayoría de los casos, las elecciones presidenciales sólo tienen dos candidatos viables. Dos candidatos viables *podrían* limitar el espacio temático percibido por acercarse hacia el punto ideal para el votante medio. Sin embargo, el espacio de las políticas es multidimensional y, por lo tanto, puede haber una o más dimensiones en las que las posiciones políticas de los candidatos difieran. Para un análisis profundo de la votación estratégica, véase Gary W. Cox, *Making Votes Count: Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997, capítulos 1-4.

³¹ En seguimiento a las ideas de Zechmeister, art. cit., pp. 654-656.

³² Véase, por ejemplo, Campbell *et al.*, *op. cit.*, p. 181.

propensión de cada individuo para hacerse de información relevante sobre cada uno de los candidatos.³³ Es más probable que quienes, por ejemplo, prestan mayor atención a los debates entre candidatos y conocen las plataformas de los partidos que representan, perciban diferencias en el campo de las políticas entre las propuestas de los distintos contendientes y, por lo tanto, den mayor peso a las posturas políticas para definir su voto.

En México existen otros factores que pudieran afectar la “percepción del espacio temático” entre las distintas ofertas de políticas que presentan los candidatos. Mi argumento es que en democracias jóvenes, el *aumento* de la competencia entre partidos tiene consecuencias significativas en la percepción de las diferencias en las políticas. Primero –y de acuerdo con Zaller³⁴–, es importante recordar que los políticos son la principal fuente de información política, y que sin ella es poco probable que un individuo pueda ubicarse en un continuo ideológico. En cierto modo, los electores dependen de los líderes políticos para discernir qué temas y posturas son importantes y más relevantes en unos comicios en particular. Si los integrantes de la élite política acentúan unos temas y otros no, la gente basará sus opiniones únicamente en los primeros. Sin embargo, en aquellas elecciones donde hay pocos candidatos *viables*³⁵ (por ejemplo, en los procesos para elegir presidente), posiblemente los distintos contendientes apoyen políticas similares para resolver un problema político o moral específico con el fin de incrementar sus perspectivas de triunfo; es probable que ofrezcan políticas que resulten atractivas para el elector medio. Si los contendientes están a favor de políticas similares, no habrá ningún incentivo para informar al público las posturas políticas en las que no difieren: no pueden competir en un tema en el que están de acuerdo. En este mismo orden de ideas, Alvarez y Nagler³⁶ afirman que “si el espacio temático es reducido [*i. e.* no hay información sobre lo que ofrecen los candidatos en materia de políticas], seguramente habrá poca discusión sobre el tema en cuestión a lo largo de la campaña. Con poca información sobre las posturas partidistas en relación con ese tema, los votantes no estarán seguros de la posición de los partidos y no harán sus cálculos electorales con base en él”. Segundo, cuando se trata de regímenes autoritarios con un partido hegemónico –como el que existió en México hasta la década de 1990–, *una competencia cada vez mayor entre los partidos* genera incentivos para que los políticos de

³³ Véase, por ejemplo, Philip E. Converse, “The Problems of Party Distances in Models of Voting Change”, en M. Kent Jennings y L. H. Zeigler (comps.), *The Electoral Process*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1966, pp. 175-207.

³⁴ *Op. cit.*, específicamente el capítulo 2. Véase también Zaller y Feldman, art. cit., p. 610.

³⁵ Véase la nota 24.

³⁶ Art. cit., p. 56.

distinta filiación realicen sus campañas en torno a *distintos* temas en el campo de las políticas. Una mayor discusión durante las campañas sobre uno u otro tema podría aumentar significativamente la conciencia del electorado sobre las posturas de los candidatos y sus diferencias. Greene³⁷ explica lo anterior en el caso mexicano:

Se podría esperar que en la nueva democracia mexicana los partidos trabajaran con particular ahínco para acortar el camino [en términos de posturas por tema] de los votantes. El limitado historial del PAN y del PRD en el poder y los [...] intentos del PRI de liberarse de su propio historial [...] generaron incentivos para que los partidos dieran indicios sobre su posible comportamiento futuro [*i. e.* sus posturas y ofertas en materia de políticas públicas]. El bajo nivel de identificación partidista desde finales de la década de 1990 también fomentó que los partidos lucharan por diseñar el contenido de esos atajos. Ganar la batalla en la formulación [del “tema”] podría ser un paso importante, tanto para convertir a más ciudadanos en electores que se identificaran con un partido en particular, como para crear alineaciones estables entre los partidos y los votantes.

La elección presidencial de 2006 en México representa, por muchas razones, un ejemplo extraordinario para analizar la importancia de los temas de políticas públicas en la definición del voto. Para empezar –como se mencionó anteriormente– México es una democracia joven y, desde hace alrededor de quince años (por lo menos a partir de las reformas electorales de mediados de la década de 1990), los electores están acostumbrados a que exista una fuerte competencia entre los partidos. En este contexto, los partidos compiten con propuestas de políticas que son fáciles de distinguir, lo que ha disminuido la ambigüedad ideológica que caracterizaba los años dorados del dominio priista. Lo anterior podría incitar a los votantes a diferenciar las distintas ofertas de políticas que cada uno de los contendientes presenta. Como lo afirman Bruhn y Greene, México es testigo de un:

aumento en la polarización [ideológica], que empezó en 2000 con la transición hacia elecciones totalmente competitivas. [...] el examen de las plataformas partidistas demuestra que a lo largo del tiempo, la izquierda y la derecha mexicanas han sostenido posturas claramente diferentes entre sí. Contrario a lo que sucede en muchos otros sistemas competitivos, donde algunos partidos

³⁷ Art. cit., p. 251.

convergen hacia el centro en una estrategia por maximizar el voto, el PAN y el PRD mantuvieron posturas temáticas diametralmente distintas.³⁸

Sin embargo, el nuevo escenario de competencia podría también incidir negativamente en la votación por temas. Por ejemplo, McCann argumenta que

la información acerca de los temas de políticas públicas y las implicaciones de las posturas ideológicas podría resultar difícil de adquirir, retener y expresar para muchos mexicanos debido a que 1) la vigorosa competencia partidista entre la izquierda y la derecha es un fenómeno verdaderamente nuevo en el país; [o] 2) los electores mexicanos [...] no cuentan con los recursos necesarios para conocer a fondo los enfoques de estas dos tendencias del ejercicio del gobierno.³⁹

El análisis de la información del Estudio Panel México 2006 podría resultar útil para evaluar si las posturas temáticas realmente tuvieron relevancia en el proceso electoral de ese año. Para terminar, quienes se han dedicado a estudiar la opinión pública en México durante la elección que nos ocupa han encontrado bajos niveles generales de una votación en función de los temas.⁴⁰ Ésta es la motivación de la presente investigación, que busca demostrar que las conclusiones de los especialistas podrían haber sido producto del error de medición de los elementos de la encuesta utilizados para analizar la intención del voto. A continuación aparece un examen del electorado mexicano durante la elección presidencial de 2006.

³⁸ "The Absence of Common Ground between Candidates and Voters", en Domínguez *et al.*, *op. cit.*, pp. 112-113.

³⁹ Art. cit., pp. 271-272.

⁴⁰ Los especialistas también han encontrado bajos niveles de votación en función del tema en elecciones celebradas antes de 2006. Por ejemplo, véase James A. McCann y Chappell Lawson, "An Electorate Adrift? Public Opinion and the Quality of Democracy in Mexico", *Latin American Research Review*, vol. 38, núm. 3, 2003, pp. 60-81. En este artículo no me refiero a la votación en función del tema en elecciones anteriores, porque –al menos hasta 2000– el tema principal que dividía al electorado mexicano era la sobrevivencia del régimen priista. Por lo tanto, no es de esperarse que otros temas tuvieran la misma relevancia antes de 2000. A este respecto, en 2001, Joseph L. Klesner escribió: "desde mediados de la década de 1980 [...] el tema de mayor división en la política mexicana ha sido el futuro de un régimen unipartidista" ("The End of Mexico's One-Party Regime", *Political Science & Politics*, vol. 34, marzo de 2001, p. 107).

2. LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2006 EN MÉXICO. ¿TOMAN LOS MEXICANOS EN CUENTA SUS POSTURAS EN TEMAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA DEFINIR SU VOTO?

El argumento anterior sugiere que el error de medición y la existencia de un espacio temático percibido (la gama de posturas sobre un mismo tema que el electorado percibe del conjunto de los candidatos) pudieran condicionar la relevancia de coeficientes de análisis estadísticos en relación con la votación en función de los temas. Los bajos niveles de votación basada en temas que detectaron distintos estudios sobre la opinión pública en México inspiraron la idea de cuestionar dicha argumentación.⁴¹ En esta sección quedará demostrado que, si tomamos en consideración el error de medición y el espacio temático percibido, las posturas por tema sí fueron relevantes y sí tienen un peso en la evaluación que hicieron los electores de los candidatos durante dicho proceso.

Tres candidatos principales participaron en la contienda presidencial de 2006 en México: el triunfador, Felipe Calderón, que representó al Partido Acción Nacional (PAN) –un partido conservador de derecha–; Roberto Madrazo, el candidato postulado por el antiguo partido autoritario, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), en coalición con el Partido Verde Ecologista de México –un partido “verde”–; y Andrés Manuel López Obrador, apoyado por una coalición encabezada por su propio partido –el Partido de la Revolución Democrática (PRD), un partido liberal de izquierda– y en la que participaron algunos partidos pequeños de la misma tendencia (el Partido del Trabajo y Convergencia). Se podría decir que en este proceso sobresalió una dimensión fundamental de conflicto en el campo de las políticas públicas: el Estado contra el mercado. Entre los muchos temas que abarcaba, resaltan la privatización de las industrias eléctrica y petrolera y la

⁴¹ Greene, por ejemplo (art. cit., p. 263), sostiene que en la elección presidencial de 2006 “los temas que implicaban una postura desempeñaron un papel tan insignificante en la contienda, que, aun cuando las campañas de los candidatos se hubieran enfocado en asuntos económicos, era obvio que la elección no giraba en torno a la política económica”. Bruhn y Greene presentan un argumento similar: “Concluimos por argumentar que los candidatos no tienen mandatos populares para sus posturas en temas de políticas públicas. Incluso los votantes partidistas no se identificaron fuertemente con los posturas en materia de políticas públicas de los candidatos de sus propios partidos” (art. cit., p. 111). Es interesante señalar que estos mismos autores ofrecen algunas pruebas de votación en función de los temas: “En México, las élites partidistas y los votantes que se identifican con ellas *están, por lo menos, del mismo lado del espectro político*, aunque las primeras observen posturas significativamente más radicales”. *Ibid.* Las cursivas son mías. Si los votantes están “del mismo lado del espectro político” que los candidatos, están en posibilidades de votar por los candidatos que más se apeguen a sus posturas ideales de políticas públicas.

relación comercial con Estados Unidos. La campaña del PAN puso énfasis en esta división dentro del sistema político mexicano caracterizando a López Obrador como un “peligro para la nación”; advirtiendo a los electores que sus intenciones de ayudar a los pobres con políticas tributarias redistributivas únicamente ocasionarían estragos en una economía que se mantenía estable. En el discurso que cada uno de los dos oponentes más importantes (Calderón y López Obrador) utilizó en debates y comerciales de televisión se presentaban las elecciones presidenciales de 2006 como una oportunidad para que los votantes fortalecieran las políticas a favor de una economía de libre mercado o regresaran a un esquema de desarrollo a cargo del Estado (que los mexicanos ya habían vivido entre la década de 1940 y mediados de los años ochenta). Al principio de la contienda, las campañas habían subrayado temas de índole moral. Por ejemplo, en enero y febrero de 2006, Calderón “mantuvo un mensaje conservador [...]. En una entrevista transmitida por televisión a nivel nacional con el conductor de noticias más importante de Televisa [...], Calderón asumió una postura conservadora en varios temas morales, como el aborto y la anticoncepción”.⁴² Sin embargo, es probable que este tipo de temas no haya hecho mella en el electorado porque, para marzo de 2006, el enfoque había cambiado casi totalmente a temas económicos. Conociendo el papel que desempeñaron las élites políticas para activar (por ejemplo, con mensajes incluidos en las campañas) la importancia de algunos temas en particular, podríamos suponer que los temas económicos –y no los morales– fueron más relevantes en términos de decisión del voto en 2006.

En el examen de decisión del voto que aparece a continuación, se incluyen variables relacionadas con la votación en función de los temas que consideran opiniones económicas y morales. Con base en lo ya expresado anteriormente, una vez que se haya corregido el error de medición, se podría esperar que las opiniones de los electores tuvieran un efecto significativo en el voto. Dado que las campañas hicieron mayor hincapié en los temas económicos que en los morales, se presume que los primeros tendrían un impacto fundamental en la definición del voto (afectando principalmente la probabilidad de votar por López Obrador o Calderón, cuyas campañas subrayaron con más fuerza la división Estado *vs.* mercado).

El modelo de definición del voto de la elección presidencial de 2006 en México utiliza puntos que se incluyeron en las tres rondas del Estudio Panel México 2006 (las encuestas se levantaron en octubre de 2005, abril y mayo de 2006 y julio de 2006). Es importante recordar que, con el fin de que

⁴² Alejandro Moreno, “The Activation of Economic Voting in the 2006 Campaign”, en Domínguez *et al.*, *op. cit.*, p. 217. Este autor hace un análisis excelente de la campaña del PAN.

el método utilizado para corregir el error de medición fuera más sólido, se recurrió a dos muestras obtenidas del mismo estudio panel y que este modelo es el mismo que aparece en el capítulo 13 de *Consolidating Mexico's Democracy*. Antes de describir la serie de variables que contempla el modelo logístico multinomial, es necesario hacer tres advertencias metodológicas:⁴³ 1) por lo general, en las encuestas de opinión pública existe un problema de información incompleta (esto se debe a bajos índices de respuesta y, en el caso de estudios panel, al desgaste). Los análisis de regresión se pueden realizar eliminando los casos incompletos (*listwise deletion*), pero si el número de celdas a las que falta información es alto y se trata de “datos faltantes al azar” (MAR), los cálculos del parámetro resultan tendenciosos e ineficientes. Por ejemplo,

considerar únicamente los casos completos podría sesgar las conclusiones si quienes tienen un mayor nivel educativo suelen responder más preguntas sobre sus propias opiniones en temas de políticas públicas o si es menos probable que los votantes menos informados revelen sus preferencias electorales o que quienes se consideran independientes respondan a una pregunta de identificación partidista. Este método eliminatorio puede dar lugar a signos de inferencias causales o descriptivas o bien a inferencias causales o descriptivas de distinta magnitud.⁴⁴

La imputación múltiple de datos genera cálculos más confiables y eficientes que los que se obtendrían utilizando un método de eliminación de elementos incompletos. Por lo tanto, los modelos de regresión multinomial que aparecen a continuación se desarrollaron utilizando la técnica de imputación múltiple de datos.⁴⁵ 2) Las especificaciones del modelo multinomial toman en cuenta los posibles problemas de endogeneidad que la identificación partidista, las posturas por tema y las evaluaciones de los candidatos puedan tener con la decisión del voto al incluir puntos de la primera y segunda rondas como variables independientes y el punto de decisión del voto, es decir, la variable dependiente, utilizando la respuesta de la tercera ronda de la encuesta. De otro modo, las especificaciones del modelo

⁴³ Estas ideas provienen de Magaloni, Beatriz y Alejandro Poiré, “The Issues, the Vote, and the Mandate for Change”, en Domínguez *et al.* (comps.), *op. cit.*, pp. 303-304.

⁴⁴ Gary King *et al.*, “Analyzing Incomplete Political Science Data: An Alternative Algorithm for Multiple Imputation”, *American Political Science Review*, vol. 95, núm. 1, 2001, pp. 49-69.

⁴⁵ Los datos imputados se obtuvieron a través de imputaciones múltiples con ecuaciones encadenadas. El programa utilizado para realizar las imputaciones es ICE para Stata. Véase Patrick Royston, “Multiple Imputation of Missing Values: Update”, *The Stata Journal*, vol. 5, núm. 2, 2005, pp. 188-201. El archivo que contiene los comandos para imputar los datos en Stata está disponible para quien los solicite.

le permiten prever el hecho de que los encuestados pueden cambiar sus posturas en relación con los temas, su identificación partidista o su evaluación de los candidatos para conformar su decisión final respecto al voto y viceversa. 3) La multicolinealidad entre cada uno de los seis puntos unitemáticos no presenta problema alguno (las correlaciones intratemporales entre estos puntos están por debajo de 0.3). Por lo tanto, la ausencia de relevancia estadística de los cálculos parametrales de cada una de estas variables probablemente no se deba a problemas de multicolinealidad. Por el contrario, un simple estudio de las correlaciones intratemporales sugiere que el problema principal es atribuible al error de medición.

El modelo logístico multinomial incluye cinco categorías de variables explicativas. En concordancia con la misma especificación del modelo multinomial de Greene,⁴⁶ primero incluimos la identificación partidista del votante, tal y como quedó plasmada en la primera ronda del estudio panel; es decir, tres meses antes de que empezaran las campañas principales.⁴⁷ En segundo lugar, se incluyeron puntos de la evaluación que los electores hicieron a los candidatos durante la segunda ronda del estudio panel, es decir, entre cuatro y cinco meses después de iniciadas las campañas principales. La gama de puntos abarca percepciones sobre cuál candidato sería el mejor para manejar la economía: si los encuestados pensaban que López Obrador era un buen candidato para lidiar con los problemas relacionados con la pobreza, si en su opinión Felipe Calderón era una persona honesta, o si creían que López Obrador causaría una crisis económica. En tercer lugar –y esto es lo más importante– se incluyeron las posturas expresadas por los encuestados sobre cada tema; en términos específicos, su opinión sobre la inversión privada en el sector eléctrico, el comercio con Estados Unidos, la intervención gubernamental en la economía, la redistribución de los impuestos para aliviar la pobreza (cuatro preguntas del ámbito económico) y sobre la legalización del aborto en caso de violación y la pena de muerte en caso de asesinato (dos preguntas relativas a asuntos morales). Estas seis preguntas están codificadas como variables indicadoras donde la “izquierda” es la categoría base tanto en los temas económicos como en los morales. Por lo tanto, al utilizar la técnica de Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr., el promedio de las preguntas temáticas es la proporción de veces que un encuestado escogió respuestas que se identificaran con una postura conservadora en los temas económicos o morales. En cuarto lugar se incluyeron las

⁴⁶ Véase la nota 15.

⁴⁷ O sea variables indicadoras para cada uno de los tres partidos más importantes; la categoría base es “votantes independientes”: 30% de los encuestados en la muestra nacional y 27.8% en la de la Ciudad de México; los individuos que se identificaron con otro partido sumaron menos de 0.5% en ambas muestras.

evaluaciones retrospectivas que los encuestados hicieron del desempeño de la persona que ocupaba el cargo en ese momento (utilizando información de la segunda ronda) y sus valoraciones de la economía nacional en octubre de 2005 (utilizando datos de la primera ronda). Finalmente, también se tomó en consideración una serie de variables –edad, sexo, ingreso familiar, escolaridad, religiosidad (medida como la frecuencia con que el encuestado asiste a servicios religiosos)–, un índice de conocimiento político (una variable ordinal que mide si un encuestado fue capaz de identificar los tres poderes del gobierno federal, únicamente dos, uno o ninguno) y una variable que busca averiguar qué probabilidades daba cada persona al triunfo de Madrazo en la elección presidencial de 2006 (una variable indicadora en la que la categoría base fueron los encuestados que no pensaban que el candidato del PRI fuera a triunfar). Hay un punto adicional que debe considerarse: fue necesario excluir algunas variables (las que no son relevantes para esta investigación) de los modelos que utilizan la muestra de la Ciudad de México. El motivo es que sólo 7% de los encuestados en la capital escogieron a Madrazo como su opción de voto, lo que generó problemas para el cálculo de los modelos estadísticos.⁴⁸

Con el fin de corregir los problemas del error de medición, aquí se presenta otro modelo en el que se sustituye cada una de las variables temáticas individuales con el puntaje global promedio calculado a partir de puntos temáticos individuales –la escala se construye utilizando el promedio de todos los puntos disponibles dentro de un rubro en particular (cuatro puntos relacionados con temas económicos y dos con temas morales) y –como se explicó anteriormente– el resultado es la proporción de ocasiones en las que un encuestado se consideró a la “derecha” del espacio temático ideológico. Si los temas de políticas públicas efectivamente son relevantes pero se miden con errores, es de esperarse que sean pocos los coeficientes de puntos temáticos individuales que resulten relevantes desde un punto de vista estadístico. En contraste, los coeficientes que utilizan el puntaje global promedio serán mayores y sumamente significativos.

A continuación, en la tabla 1 (p. 528), se presentan los resultados de los modelos de definición del voto (el modelo 1 incluye puntos de un solo tema mientras que el modelo 2 considera el puntaje global promedio de acuerdo con la técnica de Ansolabehere *et al.*). Los resultados ofrecen pruebas de que los puntos únicos relativos a posturas temáticas no tienen efecto alguno en la decisión del voto. Si se utilizaran los resultados de este modelo

⁴⁸ Sesenta y siete por ciento de los encuestados eligieron a López Obrador y el resto, a Calderón. Compárese esta información con los datos de la muestra nacional, donde 20% de los encuestados seleccionó a Madrazo.

para explicar la decisión del voto durante la elección presidencial de 2006, seguramente se llegaría a la conclusión de que los temas que exigen una postura no tienen importancia (lo que coincide con el resultado obtenido en el capítulo 13 de *Consolidating Mexico's Democracy*). En el modelo 1, únicamente el cálculo de un parámetro entre estas variables resulta relevante y en la dirección correcta: el de la “redistribución de los impuestos para aliviar la pobreza”, y sólo cuando se compara a Madrazo con Calderón y se utiliza información de la muestra nacional. En la muestra de la Ciudad de México, no fue significativo el cálculo de ningún parámetro de puntos unitemáticos. Sin embargo, cabe señalar que, utilizando la misma muestra, los indicios de coeficientes que miden el efecto de los temas económicos son correctos cuando se compara la decisión del voto a favor de López Obrador en relación con Calderón: es menos probable que las personas más conservadoras voten por López Obrador. No deja de ser interesante que –independientemente de la muestra utilizada (la nacional o la de la Ciudad de México)– ninguno de los coeficientes de temas económicos sean significativos en el caso de López Obrador porque, a lo largo de la campaña –por ejemplo– hizo un gran esfuerzo por enfocarse en los pobres, incluso a expensas de los ricos y privilegiados,⁴⁹ y porque pintó a Calderón (a quien se utiliza como la categoría de comparación en los modelos logísticos multinomiales) como un candidato pro conservador inclinado hacia un mayor comercio con Estados Unidos y hacia la privatización de algunos sectores de las industrias eléctrica y petrolera (punto temático que no se incluyó en el modelo de regresión). Lo anterior hubiera “preparado” a los ciudadanos a prestar más atención a los temas económicos a la hora de decidir por qué candidato votar. Sin embargo, si vemos los resultados que arroja el modelo 2, salta a la vista que, en el caso de López Obrador, los coeficientes del puntaje global promedio de temas económicos, tanto en la muestra nacional como en la de la Ciudad de México, son importantes desde una perspectiva estadística y tienen la dirección esperada. Estos resultados apoyan la argumentación del presente artículo en cuanto a los problemas del error de medición en puntos temáticos individuales. Vale hacer notar que, aunque en el caso de Madrazo los cálculos parametrales del puntaje global promedio de temas económicos también tengan la dirección prevista, no son estadísticamente significativos. Esto podría sugerir que quienes votaron por Madrazo en relación con Calderón no recurrieron a una evaluación individual de los temas económicos para tomar su decisión, lo que confirma los resultados de Bruhn y Greene⁵⁰ sobre el centrismo de las plataformas

⁴⁹ Moreno, art. cit., p. 220.

⁵⁰ Art. cit., p. 112.

partidistas del PAN y del PRI. Es decir que, durante la elección, quienes votaron por el PRI probablemente no encontraron diferencias importantes en materia económica y de políticas entre este partido y el PAN y, por lo tanto, seguramente no tomaron en cuenta el factor económico a la hora de decidir su voto. En suma, los resultados del modelo 2 demuestran que, utilizando la muestra nacional o la de la Ciudad de México, las posiciones temáticas sí contaron en la decisión del voto a favor de López Obrador o Calderón (pero no al comparar a Madrazo con Calderón). Corregir el error de medición mejora nuestra comprensión del comportamiento de los mexicanos en las elecciones presidenciales de 2006.

Otro resultado importante de los modelos 1 y 2 es que, como era de esperarse, la identificación partidista tiene un efecto significativo en la decisión del voto. Es más probable que los panistas voten por Calderón, los priistas por Madrazo y los perredistas por López Obrador. Las características de los candidatos también desempeñan un papel fundamental: es menos probable que quienes consideran que Calderón es el mejor aspirante para manejar la economía voten por López Obrador pero no que emitan su voto a favor de Madrazo; en cambio, es más probable que quienes opinan que Madrazo o López Obrador son los mejores candidatos para manejar la economía voten, respectivamente, por cada uno de ellos (por ejemplo, un votante independiente, de sexo masculino y promedio en todas las demás variables pero que percibía que López Obrador era el mejor candidato en términos económicos, tenía 71% de probabilidades de votar por ese candidato y sólo 22% de hacerlo por Calderón). Otros resultados interesantes son: 1) López Obrador empieza con una ventaja significativa en la Ciudad de México, pero no a nivel nacional (nótese el cálculo parametral altamente significativo desde un punto de vista estadístico del término constante tanto en el modelo 1 como en el 2 correspondiente a la muestra de la Ciudad de México). 2) Quizá, la variable más importante para explicar la decisión del voto a favor de Madrazo sea la evaluación de los votantes en relación con sus posibilidades de ganar la elección: el indicio de que este candidato no participa realmente en la carrera electoral. 3) Los electores que pensaban que la economía nacional iba por buen camino tenían mayores probabilidades de votar por Calderón, que seguramente mantendría políticas económicas muy similares a las de Vicente Fox. Sin embargo, cabe destacar que la evaluación de la economía nacional es marginalmente significativa desde el punto de vista estadístico en el caso de López Obrador. 4) La valoración ciudadana retrospectiva del gobierno de Vicente Fox, independientemente de la evaluación de la economía nacional o de las preferencias en materia de políticas (ya sea utilizando puntos unitemáticos o puntajes globales promedio) es al-

tamente significativa desde una perspectiva estadística: quienes aprueban la gestión presidencial tienen 31% más probabilidades de votar por Calderón que quienes no la aprueban en lo más mínimo. 5) Salvo el género (era más probable que las mujeres votaran por Calderón en relación con Madrazo en la muestra nacional y en relación con López Obrador en la muestra de la Ciudad de México), las variables demográficas no tienen un efecto trascendente en las probabilidades de votar por alguno de los tres candidatos.

A continuación, con datos provenientes de la muestra nacional y con el modelo 2 de la tabla 1, se calculó la importancia de las posturas en materia económica para el electorado mexicano en la elección presidencial de 2006. La tabla 2 muestra la probabilidad de voto a favor de cualquier candidato por parte de votantes hombres independientes, es decir, sin identificación partidista alguna. Se establecieron todas las variables a sus valores medios (incluido el “puntaje global promedio de temas morales”). Únicamente se modificaron los valores de dos variables: “años de escolaridad” (escuela primaria-grado universitario) y “puntaje global promedio de temas económicos” (“liberal”-“conservador”, es decir 0-1). El resultado demuestra que los temas económicos tuvieron un efecto significativo en la decisión del voto, pero sólo en relación con Calderón o López Obrador; las probabilidades de decisión del voto en el caso de Madrazo se mantuvieron relativamente estables en el conjunto de las diferencias iniciales. En temas económicos, las posturas de los encuestados afectaron la probabilidad del voto a favor de Calderón o de López Obrador en un promedio aproximado de 0.24. En suma, era más probable que los votantes conservadores emitieran su voto a favor de Calderón mientras que los liberales lo hicieran a favor de López Obrador (las posturas sobre asuntos económicos no afectaron la probabilidad del voto a favor de Madrazo).

Los resultados de la tabla 1, modelo 2, y de la tabla 2 contradicen los resultados de los académicos que, habiendo estudiado la decisión del voto durante la elección presidencial de 2006, argumentaron que los mexicanos no toman en cuenta sus posturas en temas de políticas públicas –principalmente en asuntos de índole económica– para definir por qué candidato votar (véase, por ejemplo, la conclusión de Green⁵¹ según la cual, “las preferencias por tema de ninguna manera” determinaron el desenlace de este proceso electoral). Los resultados de la tabla 1 son sólidos cuando se utilizan distintas muestras independientes: una muestra nacional y una muestra de los habitantes de la Ciudad de México. Por lo tanto, de manera similar a los hallazgos de Ansolabehere, Rodden y Snyder, Jr. en relación con el

⁵¹ Art. cit., p. 261.

Privatización industria eléctrica, r ²	0.112	-0.306	-	-	0.535	-0.769	-
(1 = Privatizar)	(0.338)	(0.309)	-	-	(1.341)	(0.647)	-
Comercio con EE.UU., r ²	0.537	0.298	-	-	-2.643	-0.311	-
(1 = Aumentar comercio)	(0.404)	(0.448)	-	-	(1.647)	(0.754)	-
Participación gubernamental en la economía, r ²	0.361	0.058	-	-	-0.207	-1.188	-
(1 = Sin participación gubernamental)	(0.301)	(0.306)	-	-	(1.100)	(0.832)	-
Redistribución de impuestos para alivio de pobreza, r ²	-0.858**	-0.781	-	-	-0.765	-0.923	-
(1 = No redistribuir)	(0.290)	(0.446)	-	-	(1.422)	(0.681)	-
Aborto, r ²	0.012	0.101	-	-	-0.206	0.327	-
(1 = Ilegal en caso de violación)	(0.303)	(0.282)	-	-	(1.269)	(0.775)	-
Pena de muerte, r ²	0.104	0.398	-	-	-0.800	0.603	-
(1 = Aplicable en caso de asesinato)	(0.351)	(0.276)	-	-	(1.217)	(0.580)	-
Aprobación presidencial, r ²	-0.504**	-0.316**	-0.469**	-0.301**	-0.842*	-0.692**	-0.666**
	(0.141)	(0.107)	(0.113)	(0.105)	(0.387)	(0.251)	(0.245)
Evaluación de economía nacional, r ¹	-0.299*	-0.229	-0.313*	-0.229	-	-	-
	(0.157)	(0.139)	(0.149)	(0.137)	-	-	-
Probabilidad de triunfo Madrazo, r ²	1.133**	-0.353	1.148**	-0.306	-	-	-
	(0.375)	(0.357)	(0.357)	(0.407)	-	-	-
Conocimiento político, r ¹	-0.152	0.070	-0.171	0.051	-	-	-
	(0.129)	(0.117)	(0.125)	(0.117)	-	-	-
Ingreso	-0.090	-0.073	-0.086	-0.075	0.128	0.116	0.120
	(0.063)	(0.053)	(0.063)	(0.050)	(0.221)	(0.122)	(0.116)
Años de escolaridad	0.037	0.029	0.026	0.031	-0.517	-0.385*	-0.378*
	(0.096)	(0.071)	(0.088)	(0.070)	(0.433)	(0.193)	(0.191)

TABLA 1 (conclusión)

	Muestra nacional							
	Muestra de la Ciudad de México							
	Madrazo (PRD)	López Obrador (PRD)	Madrazo (PRD)	López Obrador (PRD)	Madrazo (PRD)	López Obrador (PRD)	Madrazo (PRD)	López Obrador (PRD)
	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 1	MODELO 2
Género	-0.596* (0.292)	-0.459 (0.298)	-0.655* (0.284)	-0.505 (0.300)	1.108 (1.007)	-1.275* (0.621)	0.621 (0.839)	-1.257* (0.592)
(1 = Femenino)								
Edad	0.014 (0.011)	0.001 (0.011)	0.011 (0.011)	-0.001 (0.011)	-0.028 (0.034)	-0.006 (0.024)	-0.009 (0.033)	-0.004 (0.024)
Religiosidad	-0.036 (0.130)	-0.055 (0.120)	-0.036 (0.126)	-0.051 (0.120)	-	-	-	-
Constante Modelo 1	0.283 (1.463)	1.943 (1.321)	-	-	1.837 (4.776)	7.688** (3.158)	-	-
Temas económicos Puntaje promedio	-	-	-0.231 (0.555)	-1.049* (0.532)	-	-	-2.446 (1.896)	-3.268* (1.682)
Temas morales Puntaje promedio	-	-	0.103 (0.540)	0.513 (0.421)	-	-	0.956 (1.927)	0.941 (0.949)
Constante Modelo 2	-	-	0.840 (1.403)	2.397 (1.337)	-	-	0.575 (4.381)	7.383** (2.779)
No.	804	804	804	804	259	259	259	259

Nota: La categoría base en ambos modelos es la decisión de voto a favor de Felipe Calderón (PAN). Los independientes y los que se identifican con otro partido forman la categoría base para las variables indicadoras IDENT. PAN, IDENT. PRI e IDENT. PRD.

Errores estándar robustos en paréntesis. Niveles de relevancia = * p<0.05; ** p<0.01.

TABLA 2
Predicción de probabilidades de voto de votantes independientes

	<i>Votantes independientes de izquierda con educación primaria (i. e. Puntaje global/tema económico = 0)</i>	<i>Votantes independientes de derecha con con educación primaria (i. e. Puntaje global/tema económico = 1)</i>	<i>Votantes independientes de izquierda con educación universitaria (i. e. Puntaje global/tema económico = 0)</i>	<i>Votantes independientes de derecha con educación universitaria (i. e. Puntaje global/tema económico = 1)</i>
Probabilidad de votar por Calderón	0.311 [0.172, 0.484]	0.551 [0.401, 0.690]	0.267 [0.152, 0.503]	0.500 [0.361, 0.625]
Probabilidad de votar por López Obrador	0.573 [0.391, 0.738]	0.303 [0.189, 0.440]	0.606 [0.249, 0.673]	0.337 [0.227, 0.464]
Probabilidad de votar por Madrazo	0.114 [0.046, 0.226]	0.144 [0.070, 0.243]	0.126 [0.048, 0.250]	0.166 [0.080, 0.283]

Nota: Intervalos de confianza de 95% en paréntesis. Los valores en esta tabla se computaron utilizando la misma especificación de modelo que en la tabla 1-modelo 2 (muestra nacional) y el programa Clarify, pero, en lugar de utilizar todas las muestras imputadas, los estimados de probabilidad se obtuvieron con información proveniente de una sola muestra imputada.

comportamiento del electorado estadounidense y la votación en función de los temas, podemos concluir que el error de medición ha representado un problema para evaluar el impacto real de la votación por temas en la decisión del voto en México. La falta de resultados sobre la importancia de un voto que se sustente en las preferencias temáticas no se debe al electorado mexicano, sino a las técnicas utilizadas para extraer información a partir de los datos disponibles.

A pesar de la importancia de los resultados anteriores, aquí se sostiene que uno de los problemas con la técnica propuesta por estos autores es que los puntajes globales promedio resultantes son la suma de distintos elementos de la encuesta y, por lo tanto, no se puede determinar si los votantes ponderan un tema particular en su intención del voto y a favor de qué

candidato o partido en particular. En seguimiento a las ideas de Zechmeister⁵² sobre la elección presidencial de 2000 en México, proponemos una línea de razonamiento para discernir si un tema es o no es importante para el electorado en un periodo electoral determinado: la existencia de un espacio temático percibido. Para medir y poner a prueba la importancia del espacio temático percibido en la decisión del voto, recurrimos a una serie de preguntas en las que se pedía a los encuestados calificar a los tres candidatos principales en los temas de la privatización de la industria eléctrica y de las relaciones comerciales con los Estados Unidos (dos temas importantes y debatidos a lo largo de las campañas electorales) utilizando la misma escala en la que se habían registrado las propias posturas de los votantes en relación con esos mismos temas. Por ejemplo, la pregunta 53 del Estudio Panel México 2006, ronda 2, decía: “¿Usted cree que... 1) se debería permitir más inversión privada en el sector eléctrico... 2) el sector eléctrico debería pertenecer casi completamente al gobierno”; y las preguntas 55 a-d leían: ¿Usted cree que a) Felipe Calderón, b) Andrés Manuel López Obrador, c) Roberto Mardrazo, d) la mayoría de los mexicanos, está a favor o en contra de permitir más inversión privada en el sector eléctrico?”. Con esta serie de preguntas, comparamos qué tan “conscientes” estaban los encuestados de las diferencias entre los candidatos y si eran capaces de discernir cuál o cuáles candidatos proponían mayor inversión privada en el sector eléctrico y cuál candidato proponía disminuir las relaciones comerciales con Estados Unidos.⁵³ Por lo tanto, para construir los “grados de percepción del espacio temático” se utilizaron las preguntas 55 a-c (la postura de los candidatos en relación con la privatización de la industria eléctrica según la percepción del encuestado) y 57 a-c (la posición de los candidatos en torno a las relaciones comerciales con Estados Unidos según la percepción del encuestado) y se analizó cada candidato por separado utilizando a López Obrador como la categoría de comparación. Esta decisión se tomó porque éste fue el candidato que más claramente se distinguió de los otros dos en el tema de la privatización de la industria eléctrica –su postura estuvo a favor de limitar la inversión privada– y en el de las relaciones comerciales con Estados Unidos, también a favor de limitar algunos aspectos del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

⁵² Art. cit., *passim*.

⁵³ López Obrador fue el candidato que propuso eliminar algunas partes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (por ejemplo, no honrar el compromiso de México de eliminar aranceles al maíz estadounidense). También estaba en contra de la inversión privada en el sector eléctrico. Véase Stevenson, Mark, “Mexico Hopeful takes Hard-line vs. NAFTA”, *The Washington Post*, 18 de junio de 2006, en <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/06/17/AR2006061701073.html>

Los “grados de percepción del espacio temático” se construyeron de la siguiente manera:⁵⁴ para cada par (Calderón y López Obrador, Madrazo y López Obrador) se restó la ubicación que el encuestado concedió a López Obrador de la que le concedió al otro candidato. A partir de estos cálculos, se crearon dos medidas de espacio temático con la siguiente codificación: 1 cuando el encuestado percibe un espacio temático en la dirección correcta (Calderón y Madrazo a favor de mayor inversión privada en la industria eléctrica; a favor de mantener o incrementar el estado imperante en ese momento de las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos y López Obrador en contra de este tipo de políticas) y 0 en caso contrario. Por ejemplo, si un encuestado ubica a Calderón a favor de una mayor inversión privada y a López Obrador en contra de una mayor inversión privada, obtiene una calificación de 1, lo que significa que el encuestado *percibe una diferencia real* (un espacio en el continuo ideológico) entre Calderón y López Obrador. Las “ubicaciones incorrectas” (por ejemplo que se perciba tanto a Calderón como a López Obrador a favor de la inversión privada o a Calderón en contra de la inversión privada en comparación con López Obrador) son calificadas con 0. Éstos fueron los resultados: *a*) En el tema de mayor inversión privada en la industria eléctrica, 41.5% de los entrevistados en la segunda ronda del Estudio Panel México 2006 percibió una diferencia en la dirección correcta entre Calderón y López Obrador (Calderón a favor de una mayor inversión privada y López Obrador en contra) y 31.8% de los encuestados percibió una diferencia en la dirección correcta entre Madrazo y López Obrador (Madrazo a favor de mayor inversión privada y López Obrador en contra). *b*) En el tema de las relaciones comerciales con Estados Unidos, 22.7% de los encuestados percibió una diferencia en la dirección correcta entre Calderón y López Obrador mientras que esa percepción fue únicamente de 19.5% cuando la comparación fue entre Madrazo y López Obrador.

El apoyo de la hipótesis de un “espacio temático percibido” consistiría en encontrar que los encuestados que no percibieron un espacio temático en ninguno de los dos temas tampoco ponderaron dichos temas a la hora de definir su voto, *incluso* cuando se tratara de un tema que les resultara importante. Por ejemplo, si alguien opina que es importante que el gobierno permita que empresas privadas inviertan en el sector eléctrico *pero* no identifica ninguna diferencia significativa entre las propuestas de los contendientes, realmente no tomará en cuenta el valor que le confiere a ese tema para su decisión de voto. Por el contrario, si alguien sí percibe una

⁵⁴ Se utilizó un método similar al que aparece en Zechmeister, art. cit., pp. 651-652.

diferencia y le confiere gran valor al tema de la privatización de la industria eléctrica, lo más probable será que vote por el candidato que se aproxime más a su posición política (es decir, al candidato más cercano a su ideal en torno a esta política). Lo mismo es aplicable en el tema de las relaciones comerciales con Estados Unidos. Cabe destacar, sin embargo, que las posibilidades de error de medición en la variable que califica las preferencias de los electores en relación con este tema son mayores, ya que, a diferencia de la pregunta sobre mayor inversión en la industria eléctrica (cuya respuesta en el cuestionario de la segunda ronda era dicotómica), la pregunta sobre el comercio con Estados Unidos ofrecía tres respuestas distintas posibles (aumentar, disminuir y seguir igual). Por lo tanto, en este caso se creó una variable indicadora donde 1 equivale tanto a “aumentar” como a “mantenerse igual” y 0 equivale a “disminuir”.

Para poner a prueba de manera empírica las ideas del párrafo anterior, se tomaron las siguientes acciones: Primero, en el modelo de regresión de la tabla 3, se incluyeron las posturas de los propios encuestados sobre la privatización de la industria eléctrica y las relaciones comerciales con Estados Unidos. Se espera que los coeficientes de estas variables no sean significativos debido: 1) al error de medición –como ya se argumentó, el error de medición influye en los cálculos parametrales de variables que miden preferencias en temas únicos– y 2) a que si un tema es de gran importancia para un votante en particular, el elector no lo tomará en cuenta a la hora de decidir su voto si no percibe que los candidatos proponen soluciones distintas al asunto en cuestión. Por lo tanto, únicamente los votantes que perciban un “espacio temático” tomarán en consideración ese tema específico para definir su voto.

Para evaluar la importancia de la “percepción del espacio temático” se relacionó el “grado de percepción del espacio temático” con la postura de los propios encuestados sobre la privatización de la industria eléctrica (donde la “no privatización” fue la categoría base) y sobre las relaciones comerciales con Estados Unidos (donde “disminuir las relaciones comerciales” fue la categoría base). Si no hay una interacción confiable entre la postura del propio encuestado sobre la privatización de la industria eléctrica o las relaciones comerciales con Estados Unidos y la respectiva percepción de las diferencias entre los candidatos en relación con cada uno de estos dos temas, se puede concluir que ese tema en particular no fue relevante para los electores. Por el contrario, si la interacción es significativa, se puede concluir que el tema resultó importante para la definición del voto del electorado mexicano.

TABLA 3
 Modelos logit multinomiales de decisión del voto
 (Previendo el “espacio temático percibido”)
 Variable dependiente: decisión del voto, r3

	<i>Muestra nacional</i>	
	<i>Calderón</i> (PAN)	<i>Madrazo</i> (PRI)
IDENT. PAN, r1	1.263** (0.338)	0.250 (0.463)
IDENT. PRI, r1	0.539 (0.321)	2.036** (0.350)
IDENT. PRD, r1	-2.077** (0.428)	-1.278** (0.470)
Calderón mejor para economía, r2	0.748** (0.165)	0.339 (0.178)
Madrazo mejor para economía, r2	0.063 (0.173)	0.797** (0.182)
López Obrador mejor para economía, r2	-1.005** (0.161)	-1.121** (0.186)
Privatización industria eléctrica, r2 (1 = Privatizar)	-0.405 (0.393)	-0.297 (0.518)
Espacio temático percibido: privatización (ETPP): Calderón y López Obrador, r2	-0.352 (0.476)	-0.501 (0.625)
Espacio temático percibido: privatización (ETPP): Madrazo y López Obrador, r2	-0.366 (0.493)	-0.066 (0.514)
Privatización* ETPP Calderón y López Obrador, r2	1.424* (0.608)	-0.077 (0.904)
Privatización * ETPP Madrazo y López Obrador, r2	-0.012 (0.742)	-1.129 (0.894)
Comercio con EE. UU., r2	-0.418 (0.427)	0.006 (0.626)
Espacio temático percibido: comercio (ETPC): Calderón y López Obrador, r2	-0.102 (1.077)	0.165 (1.388)
Espacio temático percibido: comercio (ETPC): Madrazo y López Obrador, r2	-0.516 (1.054)	-0.290 (1.476)
Comercio * ETPC Calderón y López Obrador, r2	0.123 (1.233)	-0.041 (1.317)
Comercio * ETPC Madrazo y López Obrador, r2	1.358 (1.161)	0.727 (1.436)

TABLA 3 (conclusión)

	<i>Muestra nacional</i>	
	<i>Calderón</i> (PAN)	<i>Madrazo</i> (PRI)
Aprobación presidencial, r2	0.316** (0.111)	-0.156 (0.133)
Evaluación de economía nacional, r1	0.174 (0.126)	-0.091 (0.147)
Ingreso	0.006 (0.043)	0.023 (0.054)
Años de escolaridad	0.015 (0.060)	-0.091 (0.073)
Género (1 = Femenino)	0.644** (0.329)	0.186 (0.278)
Edad	-0.003 (0.009)	0.003 (0.010)
Constante	-1.252 (1.001)	-0.399 (1.232)
No.	804	

Nota: La decisión de voto a favor de Andrés Manuel López Obrador (PRD) es la categoría base. Los independientes y los que se identifican con otro partido forman la categoría base para las variables indicadoras IDENT. PAN, IDENT. PRI e IDENT. PRD.

Errores estándar robustos en paréntesis. Niveles de relevancia = * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$.

Los resultados de la tabla 3 apoyan la hipótesis sobre el “espacio temático percibido”, pero sólo en el caso de Calderón y únicamente en relación con el tema de la privatización de la industria eléctrica.⁵⁵ Además, cabe señalar que los votantes que no percibieron un espacio temático restaron importancia a ese tema en su decisión de voto. Lo anterior queda demostrado por el hecho de que la variable “privatización de la industria eléctrica” no fue estadísticamente importante por sí misma.⁵⁶ Dado que el coeficiente

⁵⁵ El término de interacción entre la propia postura de los encuestados en relación con este tema y la percepción de “espacio” entre Calderón y López Obrador es altamente significativo y en la dirección esperada: las probabilidades de que los votantes más conservadores que sí percibieron una diferencia entre Calderón y López Obrador votaran por el primero de los dos fueron más altas.

⁵⁶ Sin embargo, ya debería haber quedado en claro que esto se debe a problemas de error de medición: al utilizar el modelo logístico multinomial en la tabla 3 *sin* tomar en cuenta las variables ETPP (Espacio temático percibido: privatización) y ETPC (Espacio temá-

de esta variable se puede interpretar como valor cuando el término de interacción está en 0, los resultados demuestran que quienes no perciben ningún espacio temático dan poco peso a sus posturas políticas en este asunto en particular a la hora de decidir por quién votar. Una conclusión importante de estos resultados es que los candidatos se pueden beneficiar mucho si anuncian sus divergencias de posición en cuestiones similares. Quizá sea una conclusión contradictoria porque es contraria al teorema del votante medio, pero es aplicable en contiendas electorales con más de dos candidatos. Finalmente, el tema de las “relaciones comerciales con los Estados Unidos” no es significativo desde una perspectiva estadística si se compara la decisión del voto a favor de Madrazo y Calderón con la decisión del voto a favor de López Obrador. Esto podría indicar que, aun cuando este último candidato haya intentado subrayar este tema y aunque los votantes sí hayan percibido diferencias entre los candidatos, el tema no resultó relevante en la contienda electoral.

3. COMENTARIOS FINALES

El comportamiento de los electores mexicanos es muy similar al de los votantes en otras democracias. En este artículo ha quedado demostrado que los temas sí importan y que son tomados en consideración para definir el voto del electorado mexicano. Se presentó un modelo (el modelo 2 en la tabla 1) en el que, con el fin de reducir el error de medición, se utilizó una técnica para transformar los puntos de la encuesta. Así, quedó demostrado que el error de medición pudo haber sido un problema del modelo 1 (que es el mismo que utilizaron otros autores y que los condujo a argumentar que los temas de postura no habían tenido relevancia en la elección presidencial de 2006). En este modelo, muy pocos coeficientes de puntos unitemáticos fueron estadísticamente significativos. También se señaló que la técnica utilizada para corregir el error de medición suma puntos de manera tal que resulta imposible observar qué temas fueron importantes y cuáles no y entre qué candidatos. Por lo tanto, se propuso una manera para medir el “espacio temático percibido” entre el electorado. Se concluyó que no es probable que los electores emitan su voto con base en un tema si no perciben una verdadera alternativa de elección en

tico percibido: comercio) y sus interacciones, el cálculo parametral de la “privatización de la industria eléctrica” tiene la orientación esperada; los electores más conservadores emiten su voto a favor de Calderón, pero este resultado no es significativo desde el punto de vista estadístico.

relación con ese tema. Finalmente, si bien es cierto que en un contexto de democracia emergente no todos los votantes hacen un examen significativo de factores sustantivos para emitir su voto, el análisis aquí desarrollado muestra que la mayoría sí lo hace y que, en ciertos temas, algunos electores prestan atención a las diferencias entre los candidatos. Cuando las diferencias se notan, los votantes privilegian esos temas a la hora de definir su voto.

Con base en las hipótesis y conclusiones de este artículo, podría ser de utilidad hacer un breve resumen de los factores que tuvieron mayor efecto en la decisión del voto de los mexicanos en 2006: 1) La identificación partidista desempeñó un papel prominente, pero no explica el comportamiento de los votantes independientes, que representaban 30% de los encuestados en la primera ronda del estudio panel. 2) La aprobación presidencial atrajo electores a las filas de Calderón. 3) La campaña negativa acabó por afectar a López Obrador. Quienes pensaron que su elección hubiera desatado una crisis económica no votaron por él. 4) Salvo el género, ninguna otra variable demográfica parece haber tenido efecto alguno en la decisión del voto. 5) Finalmente, y de manera fundamental para los fines de este artículo, la postura de los votantes en materia económica tuvo un efecto moderado –pero importante– en la decisión del voto. Resultó más probable que los votantes más conservadores votaran a favor de Calderón y que los más liberales lo hicieran a favor de López Obrador.

Los resultados de este artículo podrían ayudar a discernir algo sobre las próximas elecciones presidenciales en México. Los temas económicos sí son importantes para los mexicanos y los candidatos que subrayen soluciones a problemas de esta índole podrían verse moderadamente beneficiados el día de la elección. Los candidatos que propongan soluciones distintas a problemas económicos (y, quizá, a problemas sociales) también podrían salir favorecidos. Sin embargo, ofrecer soluciones en el campo de las políticas que se alejen de la media de un espacio temático particular podría ensombrecer las posibilidades de triunfo: Calderón se benefició del extremismo percibido entre el electorado de López Obrador. Los candidatos deben buscar diferenciarse entre sí, pero, probablemente, no tanto como en realidad les gustaría.

Traducción de GONZALO CELORIO MORAYTA

BIBLIOGRAFÍA

- Achen, Christopher H., "Mass Political Attitudes and the Survey Response", *American Political Science Review*, vol. 69, núm. 4, 1975, pp. 1218-1231.
- Alvarez, Michael y John Brehm, *Hard Choices, Easy Answers: Values, Information, and American Public Opinion*, Princeton, Princeton University Press, 2002.
- Alvarez, Michael y Jonathan Nagler, "Party System Compactness: Measurement and Consequences", *Political Analysis*, vol. 12, núm. 1, 2004, pp. 46-62.
- Ansolabehere, Stephen, Jonathan Rodden y James M. Snyder, Jr., "The Strength of Issues: Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting", *American Political Science Review*, vol. 102, núm. 2, 2008, pp. 215-232.
- Bruhn, Kathleen y Kenneth F. Greene, "The Absence of Common Ground between Candidates and Voters", en Jorge I. Domínguez *et al.* (comps.), *Consolidating Mexico's Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 109-128.
- Campbell, Angus *et al.*, *The American Voter*, Nueva York, Wiley, 1960.
- Converse, Philip E., "The Nature of Belief Systems in Mass Publics", en David E. Apter (comp.), *Ideology and Discontent*, Nueva York, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 206-261.
- , "The problems of party distances in models of voting change", en M. Kent Jennings y L. H. Zeigler (comps.), *The Electoral Process*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1966, pp. 175-207.
- , "Attitudes and Nonattitudes: Continuation of a Dialogue", en Edward Tuft (comp.), *The Quantitative Analysis of Social Problems*, Reading (Massachusetts), Addison Wesley, 1970, pp. 168-189.
- Cox, Gary W. *Making Votes Count: Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997.
- Downs, Anthony, *An Economic Theory of Democracy*, Nueva York, Harper and Row, 1957.
- Greene, Kenneth F., "Images and Issues in Mexico's 2006 Presidential Election", en Jorge I. Domínguez *et al.* (comps.), *Consolidating Mexico's Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 246-267.
- Key Jr., Valdimer O., *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*, Cambridge, Harvard University Press, 1966.
- King, Gary *et al.*, "Analyzing Incomplete Political Science Data: An Alternative Algorithm for Multiple Imputation", *American Political Science Review*, vol. 95, núm. 1, 2001, pp. 49-69.
- Klesner, Joseph L. "The End of Mexico's One-Party Regime", *Political Science & Politics*, vol. 34, marzo de 2001, pp. 107-114.
- Lawson, Chappell, "Introduction. The Mexican 2006 Election in Context", en Jorge I. Domínguez *et al.* (comps.), *Consolidating Mexico's Democracy. The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 1-25.

- y Alejandro Moreno, “El Estudio Panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial”, *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 2, pp. 437-465.
- *et al.*, The Mexico 2006 Panel Study, Wave 2, <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06>
- Leighley, Jan E. y Jonathan Nagler, “Alienation, Indifference and Inequality”, documento presentado en la Conference on Homogeneity and Heterogeneity of Public Preferences, Ithaca, Cornell University, 2008.
- Magaloni, Beatriz y Alejandro Poiré, “The Issues, the Vote, and the Mandate for Change”, en Jorge I. Domínguez y Chappell Lawson (comps.), *Mexico’s Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press, 2004, pp. 293-320.
- McCann, James A., “Ideology in the 2006 Campaign”, en Jorge I. Domínguez *et al.* (comps.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 268-283.
- y Chappell Lawson, “An Electorate Adrift? Public Opinion and the Quality of Democracy in Mexico”, *Latin American Research Review*, vol. 38, núm. 3, 2003, pp. 60-81.
- Moreno, Alejandro, “The Activation of Economic Voting in the 2006 Campaign”, en Jorge I. Domínguez *et al.* (comps.), *Consolidating Mexico’s Democracy. The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2009, pp. 209-228.
- Nie, Norman H., Sydney Verba y John R. Petrocik, *The Changing American Voter*, Cambridge, Harvard University Press, 1976.
- Royston, Patrick, “Multiple Imputation of Missing Values: Update”, *The Stata Journal*, vol. 5, núm. 2, 2005, pp. pp. 188-201.
- Zaller, John, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Nueva York, Cambridge University Press, 1992.
- y Stanley Feldman, “A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences”, *American Journal of Political Science*, vol. 36, núm. 3, 1992, pp. 579-616.
- Zechmeister, Elizabeth J., “Policy-Based Voting, Perceptions of Issue Space, and the 2000 Mexican Elections”, *Electoral Studies*, vol. 27, núm. 4, 2008, pp. 649-660.