

971 2014/017

JGCP



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa

**"EL VOTO RACIONAL EN LA ELECCION PRESIDENCIAL
DEL 2012"**

T E S I N A
C I E N C I A P O L Í T I C A
PRESENTA

CARLOS AGUILAR SÁNCHEZ

MATRICULA: 206330358

**DR. JOSÉ GUILLERMO CARMONA
PÉREZ**

ASESOR

MTRO. TELESFORO NAVA VAZQUEZ

LECTOR

Iztapalapa, Ciudad de México, Marzo, 2014.



Crece contigo el tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa

EL VOTO FACILITACIONAL EN LA ELECCION PRESIDENCIAL
DEL 2012

TRABAJO DE INVESTIGACION
POLÍTICA

CARLOS AGUILAR SÁNCHEZ
MATRÍCULA: 200830320


Mtro. TELEFONO NAVA VASQUEZ
LECTOR


DR. JOSE GUILLERMO CAMORA
FRENZ
ASesor

Iztapalapa, México, Marzo, 2012

INDICE

Introducción

1.-La Teoría de la Elección Racional y las elecciones.

1.1 <i>La Revolución Conductista</i>	8
1.2 <i>Posturas de la decisión del voto</i>	13
-Escuela de Columbia o Sociológica.....	13
-El modelo de Michigan.....	14
-La Elección Racional.	15
-La teoría de los Clivajes Políticos o Redes.....	17
1.3 <i>El comportamiento electoral en México</i>	17

2.- La dinámica del Voto Racional en las elecciones presidenciales en México.

2.1 <i>Construyendo la nueva racionalidad: La elección presidencial de 1988</i>	24
2.2 <i>La elección del 2000</i>	31
2.3 <i>El Voto Racional de una nueva era: La elección del 2006</i>	36

3.- El Voto Retrospectivo en la elección presidencial del 2012.

3.1 <i>Consideración teórica respecto a los factores no económicos</i>	41
3.2 <i>Panorama general</i>	46
3.3 <i>Inseguridad</i>	49
3.4 <i>Corrupción</i>	60

4.-Factores del Voto Prospectivo en la elección presidencial del 2012.

4.1 <i>Equidad, Calidad y manejo de la información presentada durante la carrera presidencial.....</i>	65
4.2 <i>Exposición a la información: campañas y spots.....</i>	66
4.3 <i>Las propuestas de campaña.....</i>	75
4.4 <i>Las encuestas y el Voto Estratégico: información anticipada y su posible manipulación a fin de persuadir el voto.....</i>	85

5.-Voto Económico.

5.1 <i>Implicación teórica de la votación económica en México.....</i>	101
5.2 <i>Los indicadores económicos del sentido sociotrópico de los votantes.....</i>	107
5.3 <i>Voto endotrópico o de bolsillo: Las valoraciones personales respecto a la economía.....</i>	116

6.- Conclusiones.

Introducción

Uno de los temas de mayor relevancia en la ciencia política aplicada es sin duda el de la decisión electoral, el cual, no se ha limitado a respaldarse solo en los estudios realizados por los teóricos en materia, sino que al ser la decisión electoral un fenómeno inherente a los cambios sociopolíticos del país, día a día va requiriendo de nuevas aportaciones que nos permitan entender con mayor claridad el acontecer en la decisión de los electores para poder así crearnos un mejor panorama de lo que pueda suceder en cada elección trascendental en México.

Si bien es cierto que se ha escrito mucho sobre el tema, podemos decir de manera muy general, que en la decisión electoral confluyen varios factores desde distintos enfoques. Respecto a los socioculturales, de mayor arraigo y de largo plazo, encontramos factores tales como las identidades partidistas, la ideología o la pertenencia a grupos o elites, en cambio, desde un enfoque más racional e individualista con connotaciones a corto plazo, podemos mencionar la valoración del desempeño del gobierno, las condiciones económicas del país, los candidatos, la información y las plataformas políticas de los partidos.

Es evidente la complejidad de tratar de comprender, en una manera integral, lo que influye en la decisión de los electores en cada proceso electoral, sin embargo, al analizar estos factores desde una base teórica, podemos acercarnos más a la realidad del votante y de cómo se construyen las diferentes estrategias en las campañas electorales por parte de los partidos políticos.

El voto es uno de los actos más importantes en las sociedades democráticas y el insertarnos en su funcionamiento resulta una gran necesidad

para quienes estamos interesados en entender los problemas sociopolíticos desde el punto electoral. En este sentido existen varias afirmaciones respecto al cambio en la manera que se presenta el voto racional de cada elección, sin embargo, al ser tan acentuado dicho cambio en las últimas tres elecciones presidenciales, consideramos que se requiere un análisis más específico respecto al enfoque teórico. Dicho cambio se ha venido presentando de manera paralela al dinamismo y a las determinaciones propias de cada elección, las cuales, han presentado marcadas diferencias respecto a las condiciones sociopolíticas, económicas, de seguridad, de información y de democratización en el país. Dichas diferencias repercutieron también de distinta manera a la hora de decidir por cual candidato votar. Así, y al paso de estas últimas tres elecciones presidenciales, ha quedado claro un cambio en el comportamiento electoral desde la perspectiva del votante.

Como ya mencionamos, pudieron ser muchos los factores que influyeron en los votantes mexicanos, sin embargo, el entender cuáles tuvieron un mayor peso en su decisión nos ayudará a explicar las particularidades de cada elección. Es decir, el votante mexicano ha tenido transformaciones a lo largo de 12 años, los cuales han respondido a determinantes específicas. Como ejemplo, podemos afirmar, conforme a los estudios presentados respecto al tema, que en la elección del 2006 predominó el accionar de un voto estratégico en pro de la alternancia, es decir, que en aquella elección el electorado consideró más el ímpetu de cambio que cualquier otro referente programático, económico o de alguna propuesta concreta, así como, en el caso de la elección del 2006, el voto influenciado por las dos propuestas enfatizadas por arduas campañas mediáticas con alta polaridad ideológica junto con un fuerte enfoque económico, fue el que determinó quien gobernaría el país. Sin embargo, respecto al 2012 resulta un poco difícil explicar en términos racionales, primero, el resurgimiento de un partido disminuido severamente en las dos pasadas contiendas, y segundo, cuáles fueron los factores que consideraron los votantes y el mismo PRI en su estrategia, que coadyuvaron al el triunfo de Enrique Peña Nieto como presidente.

Aunque el cambio en la dinámica electoral ha repercutido en todos los procesos y elecciones de cualquier nivel en el país, se ha preponderado de manera exclusiva lo acontecido en las elecciones presidenciales porque es en ellas donde se muestra, de una manera concreta, el sentido político de un país en su conjunto, En México a pesar de que se está en proceso electoral cada año, es en las elecciones presidenciales donde se observa una mayor fuerza en cuanto a los debates y a la atención por parte de los ciudadanos, y por tanto, en ellas las implicaciones racionales tiene una mayor presencia y relevancia.

En estas últimas tres décadas los procesos electorales han traído consigo, no solo la visión y el proyecto de cada presidente electo, sino también, cambios profundos en el sistema político y electoral. Cada elección se ha presentado con fuertes cuestionamientos respecto al proceso, a las campañas cada vez más intensas, a los partidos políticos, al financiamiento excesivo y la participación de los medios, por lo cual, se ha querido reformular dichos procedimientos desde su fundamento jurídico, así como también, desde la estrategia que deba convencer a los ciudadanos, cada vez con menos limitantes para ejercer su voto de manera fidedigna, y por tanto, con una mayor diversidad electoral, para tomar una decisión a favor de alguna de las distintas fuerzas políticas. Es así que el sistema político-electoral se ha venido adecuando a la exigencia, cada día mayor por parte de los ciudadanos, a tener procesos electorales más certeros y con una mayor participación, es decir, los partidos y diferentes actores políticos se han dado a la tarea de cambiar el sistema electoral en vísperas de una mayor legitimidad, acortando, incluso cediendo, ciertas libertades en un lineamiento más equitativo. En cambio el sistema electoral, con sus distintos actores, ha venido limitando el accionar de los partidos políticos a favor de obtener una mayor credibilidad. De esta manera, hemos observado la implementación de las distintas reformas electorales, que si bien no han reflejado elecciones más justas, de menos si han sido más competidas.

Sin embargo ¿cuál ha sido la respuesta a estos cambios en el sistema político-electoral por parte de los ciudadanos en términos electorales? ¿Conforme

a estos cambios, el electorado mexicano ahora es capaz de presentar una decisión menos acotada en cada elección? ¿Qué factores siguen influyendo, pese a los cambios, en la decisión del votante? Estas preguntas son el detonante del presente trabajo el cual busca de una manera empírica mostrar las distintas respuestas en cuanto al voto racional que ha tenido el votante mexicano en las últimas tres elecciones presidenciales. Además, considerando las marcadas diferencias entre dichas elecciones, se hará una exposición, en base a estudios previos, de las particularidades de cada elección, tomando en cuenta algunos de los factores que definieron las decisiones del electorado. Para ello el siguiente trabajo se compone, primero: de una argumentación teórica con la cual se pretende explicar el problema desde una correcta conceptualización que nos permitirá dirimir cualquier duda respecto al tema, de la metodología y de las variables a considerar; segundo: de una recapitulación de conclusiones presentadas en estudios previos respecto al voto racional en México; tercero: la presentación de datos, conforme a nuestras variables, de lo acontecido en la elección del 2012, dichos datos serán justificados acorde a las percepciones ciudadanas de la situación prevaleciente en un periodo anterior, lo cual nos ayudará a entender las posibles motivaciones y evaluaciones a considerar por parte del electorado, y finalmente; cuarto, se presentarán las conclusiones resultantes y las aseveraciones propias que tendrán la función de explicar, de una mejor manera, el comportamiento racional que prevaleció en los votantes mexicanos en la elección presidencial del 2012.

1. La Teoría de la Elección Racional y las elecciones

1.1 *La Revolución Conductista*

Para la ciencia política entender, resolver e incluso predecir los problemas o fenómenos de lo político en la interacción de lo social e individual, es importante, al igual que implementar técnicas y métodos acordes a los lineamientos científicos que le permitan tener bases cuantitativas como insumos en sus análisis. La revolución conductista, marcó la pauta de nuevos paradigmas y teorías que, al desprenderse del positivismo lógico o neopositivismo, generaron herramientas irrefutables para el estudio de los fenómenos políticos. Dentro de este enfoque se utilizó una estricta metodología y la investigación empírica como medio para validar su estudio como ciencia social. El enfoque conductista se perfiló como innovador porque cambió la actitud de los fines de la investigación. Se movió hacia la investigación la cual se apoyada por los hechos verificables. Durante su ascenso en popularidad en la década de 1960 y 70, el conductismo desafió a los enfoques realistas y liberales, que los conductistas llaman "tradicionalismo" y otros estudios de comportamiento político que no se basan en hechos

En el periodo en que terminaba la Segunda Guerra Mundial y que los Estados Unidos recibía a algunos refugiados notables de la guerra, es donde la revolución conductista presenta su desarrollo. Entre estos notables se presentaron algunos investigadores y teóricos del centro de Europa, entre ellos podemos mencionar a Paul Félix Lazerfeld quien fue uno de los principales investigadores del estudio preelectoral para determinar hasta qué punto se podía cambiar la opinión de los votantes. Su trabajo se basa en la investigación cuantitativa de la audiencia de la radio, mediante el uso de las encuestas de opinión. Las críticas de su trabajo, por su carácter empírico dominante, lo

enfrentaron a otros planteamientos teóricos. También la Escuela de Frankfurt retoma gran importancia dentro del pensamiento conductista, ya que bajo su visión crítica replanteaba las diferentes teorías que en Estado Unidos dominaban el pensamiento de las ciencias sociales. Es en aquellos años donde la ciencia política estadounidense cambia de manera innovadora sus conceptos teóricos originándose así la revolución conductista en el seno americano. El contexto fue favorable porque Estados Unidos tenía una excelente economía y fueron destinados más recursos federales a las universidades, comenzando a tener así una relevancia a nivel mundial. No era para menos, porque el conductismo tuvo un proceso de autonomía de los estudios filosóficos, jurídicos e históricos que hasta entonces había caracterizado a la ciencia política americana asentado así el cambio en el análisis de los procesos y mecanismos informales a través de los cuáles interactúan políticamente los hombres.¹

El conductismo tiene diferentes fases como lo menciona Julio Pinto: Su primera fase, entre los años 20 y 50, la cual, se ha distinguido por la implementación de *métodos de investigación cuantitativos* al análisis de la conducta individual en situaciones políticas. La segunda fase se caracteriza por el intento de reemplazar al Estado y a las instituciones como sujetos centrales del análisis político, recurriendo para ello a *teorías sistémicas de la política*. La tercera fase está orientada al diseño y uso de modelo económicos que describan al individuo como un actor racional de la política, propósito admirable cumplido por la *teoría de la elección racional*.²

Es así como la revolución conductista se perfila como el paradigma anglosajón que predomina para los estudios políticos. También surgen las *Teorías Sistémicas de la Política*, que constituyen uno de los mayores esfuerzos realizados para proveer a la ciencia política conductista de una teoría general en la que pudieran subsumirse los cuantiosos hallazgos empíricos que se estaban

¹ Pinto, Julio (compilador) *Introducción a la Ciencia Política*. Eudeba Universidad de Buenos Aires., 4° Edición, 5° reimpresión: febrero 2006. Págs.: 29-37

² *Ibíd.* pág.: 43

produciendo en la disciplina. Sus principales exponentes fueron David Easton y Gabriel Almond por mencionar algunos. Easton tuvo como aportación el concepto de *Sistema Político*, Respecto al uso de los modelos económicos surgen teorías económicas de la política las cuales tuvieron un contexto donde surge el Estado Keynesiano, el cual, fue desgatando las teorías sistémicas generales. Las teorías económicas tienen sus aportaciones desde la economía neoclásica (Marshall y David Ricardo) y el utilitarismo, y en estos modelos subyace un arquetipo de individuo, *homoeconomicus*, orientado racionalmente a maximizar sus beneficios, en una sociedad que perciben como *atomística*³. Posteriormente Josep Alois Schumpeter contrapone la teoría de democracia clásica y la democracia competitiva o “empírica”, porque considera que la democracia clásica no explica de qué manera se puede llegar al bien común y la voluntad general; es por eso que hace una aportación teórica, considerando la competencia política, por un lado, y por el otro, la competencia económica, las cuales asocian la imagen del *líder político* a la del *empresario* y la de los *electores* a la de los consumidores, considerando al individuo incapaz de ser racional.

Una vez que el paradigma de la Revolución Conductista tiene sus aportaciones a la ciencia política se comienza encaminar la Teoría Elección Racional, así como también teorías económicas y de competencia electoral como referentes al comportamiento individual y las que contemplan los sistemas democráticos que intentan desmenuzar la acción racional de los individuos en sus procesos de decisión. Hemos mencionado que el conductismo mantiene su eje principal en el individuo, por tanto, dentro de este enfoque la *Teoría de la Elección Racional*, teniendo como principal autor a Anthony Downs con su obra *Teoría Económica de la Democracia* en 1957, se presenta con una gran aceptación. Su principal planteamiento es el considerar al individuo como un ser

³ Ibíd. pág.: 52

económico y totalmente egoísta, al igual que también logra la unión de la teoría económica con la política en una *teoría del equilibrio general*.⁴

Para Downs “La teoría económica de la acción política en la democracia intenta demostrar que los individuos que persiguen egoístamente sus propios fines también pueden realizar eficientemente su función social en el espacio de la política”.⁵ Significa que la acción gubernamental se puede explicar de la misma forma que los comportamientos económicos. Para comprobar dicha afirmación considera que “los beneficios marginales sean mayores que los costos marginales que toma una decisión”⁶ porque se busca minimizar el empleo de sus recursos escasos y maximizar los beneficios a obtener, así como en los partidos políticos que son medios para obtener ganancias tanto económicas o de poder. El segundo axioma que dice Downs es: “los ciudadanos ejercitan el mismo tipo de cálculo racional cuando les toca elegir el gobierno que más les beneficie. El factor que más influye sobre ellos, al informarse sobre el comportamiento efectivo de los partidos en el transcurso de la campaña electoral, no son las promesas proselitistas sino su real comportamiento durante el periodo inmediatamente anterior”. De esto modo los individuos deciden cómo votar, “comparando la utilidad que realmente les ha producido en ese periodo el accionar del partido gobernante con la utilidad que hubieran podido recibir en el caso de que los partidos de la oposición hubiesen estado en el poder”⁷

Sin embargo, a este planteamiento se le presenta la dificultad de que la información no es recibida por todos los individuos por igual, y que incluso no pudiera haberla. Ante esta problemática Downs considera un mayor análisis del impacto que tiene el conocimiento político imperfecto, esto lo hace a través de mediaciones de personajes altamente expuestos en medios masivos que influyen en la información; por otra parte lo hace también conforme a las encuestas que

⁴ Pinto, Julio (compilador) *Introducción a la Ciencia Política*. Eudeba Universidad de Buenos Aires., Cuarta Edición, 5° reimpresión: febrero 2006. Págs.:60

⁵ *Ibíd.* pág.:52

⁶ *Ibíd.* pág.:55

⁷ *Ibíd.* pág.:61

exponen las preferencias u opiniones en torno de a los temas políticos de la ciudadanía; los votantes con las mediaciones o encuestas logran tomar su decisión racional para votar.⁸ La acción gubernamental también provoca una influencia en el individuo, la distribución de recursos para lograr vender ciertas políticas públicas, que beneficiaran a grupos, o bien llamados grupos de presión que cuentan con el dinero suficiente para ejercer campañas de información. Downs también menciona que las ideologías sirven para destacar, simple y simbólicamente las diferencias existentes entre los partidos políticos que compiten electoralmente para controlar el gobierno, considerando que la información es muy costosa para los votantes, deciden comparar las ideologías y no los programas de gobierno, provocando que los partidos inventen ideologías que sean atractivas para los votos y una vez colocada en el mercado ya no se puedan retirar. Es así como Downs considera que las ideologías no son los fines que orientan la política sino los medios necesarios para obtener los éxitos electorales y permiten vender una política exitosa.⁹

En la explicación que Downs nos proporciona sobre el cálculo racional que asume el votante el considera que:

“la cantidad de información que debe reunir el ciudadano para decidir cómo votar está determinada por un axioma económico: cualquier acto es racional siempre que el ingreso marginal que produzca sea mayor que su costo marginal. El ciudadano requiere información para decidir a qué partido va a votar y a qué grupos de presión va a integrar, para poder influir de ambas maneras sobre las políticas gubernamentales”

Aunque el modelo esta adecuado ciertamente a la realidad, no es del todo posible, porque el voto de un ciudadano no puede ser muy importante en una elección con desventaja y sólo es importante cuando la elección es muy cerrada. Hay que agregar que Downs menciona también que puede suceder *apatía*

⁸ Ídem.

⁹ Ibíd. pág. 62

política, esto es la escasa participación ciudadana y menciona que “la ignorancia en política no es la consecuencia de una actitud apática y poco patriótica; es, más bien, una respuesta completamente racional a los hechos de la vida política en una democracia amplia”.¹⁰

Es así como Anthony Downs da su aportación a la Teoría de la Elección Racional con su paradoja del votante, que es uno de los temas importantes para los regímenes democráticos de nuestro tiempo. Sin embargo, a la par de esta manera de explicar los impulsos y factores que llevan a los individuos a tomar una decisión, surgieron también distintos enfoques, que si bien no centran la individualidad del votante como punto de partida, rápidamente conformaron teorías dentro las distintas escuelas del pensamiento político. En estas nuevas referencias no se dejaba a un lado la injerencia económica, pero se antepoñían como modelos explicativos los aspectos de carácter sociológico que mostraban como factor importante las connotaciones e interacciones de los individuos, así como las posibles identidades o pertenencias a un grupo. De esta forma el sentido individualista se relegaba de la manera de entender al elector, ya que una de las principales críticas que se hacían, radicaba en que se debía analizar al hombre entendiendo que vive bajo patrones de carácter social.

1.2 Posturas sobre la decisión del voto

Desde mediados del siglo pasado han surgido teorías que explican o intentan explicar los fenómenos políticos de la sociedad contemporánea, una de ellas se refiere al comportamiento electoral, es decir ¿cómo votan los individuos? Dichas interrogantes se plantearon en Norteamérica y Europa porque son regímenes democráticos más avanzados. La teoría del voto se agrupa en cuatro escuelas de interpretación que cada una de ellas aportan conceptos y

¹⁰ *Ibíd.* pág.:63

metodologías que un principio estarían contrapuestas, pero que al final cada una de ellas hace una aportación importante poder desarrollar más el tema.

La Escuela de Columbia o Sociológica

Paul Lazarsfeld, y el Bureau of Applied Research aportaron investigaciones que han gozado de una influencia en el estudio académico de los comportamientos electorales. Realizaron un estudio de encuestas con una muestra fija de 600 personas a lo largo de la campaña electoral en 1948 en Estados Unidos, demostrando así que las características sociales determinan y funcionan como principales variables explicativas en su comportamiento electoral, es decir, de acuerdo a su afiliación religiosa, clase social, residencia rural o urbana, los electores eran considerados predispuestos a votar; también consideraba que los atributos sociales ejercen una gran influencia sobre los individuos, no porque ellos nos impongan las preferencias y determinen los intereses, sino más bien, porque ubican a los individuos en la estructura social y esto hace que se afecte su exposición a información política y ,por ende, se comience un proceso de construcción de preferencias. Así una persona pensará políticamente de acuerdo a como sea socialmente.¹¹ Su mayor crítica es su determinismo social, es decir, que por la posición social o familiar se sabe que votación podrá ejercer. También hay que agregar que por vez primera se pudieron examinar las bases individuales de la decisión del voto, junto con la pertenencia a un grupo social, los eventos políticos y un contexto a nivel macro.¹² La escuela sociológica se puede distinguir por tres vertientes que ponen distintos énfasis para explicar el comportamiento electoral: los contextos sociales, el

¹¹ Egon, Montecinos, *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, pág. 15-16

¹² Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.: 23

modelo de influencia espacial y últimamente podemos ubicar en este modelo a la teoría de las redes sociales.¹³

El Modelo de Michigan.

Dicho modelo tiene su aportación en el libro *El votante Americano* que es una perspectiva social-psicológica en el cual se diferencian las actitudes de corto plazo que los electores tienen hacia los candidatos y los partidos, de las actitudes de largo plazo, o predisposiciones políticas, principalmente representadas por la identificación partidista, que se desarrolla durante el proceso de socialización política del individuo y por el cual se transmiten los valores de los padres, los familiares o de la comunidad cercana y que resulta en la identificación partidaria según sea el caso, como sucede en Estados Unidos.¹⁴ También logran un aporte metodológico importante como es la encuesta para poder observar los perfiles sociales y las predisposiciones actitudinales del votante individual en la escala nacional, es decir, que las encuestas son herramientas que permiten ver las percepciones de los individuos en los temas políticos.¹⁵ La principal crítica es que los ciudadanos no necesariamente están lo suficientemente atentos para ser afectados por los medios de comunicación y que los mensajes intermitentes y conflictivos tienden a eliminarse con otros mensajes de otras características.¹⁶

¹³ Egon, Montecinos, *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, pág. 15-16

¹⁴ Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.: 23

¹⁵ *Ibid.* pág.:24-25

¹⁶ Egon, Montecinos, *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, pág. 10-11

La Elección Racional.

La teoría de la elección racional se convierte en el modelo dominante para el comportamiento electoral, toda vez que su factor principal es lo económico, ya explicado en párrafos anteriores. Hay que mencionar que se implementaron modelos de interpretación para los distintos motivos que se toman en cuenta cuando los individuos ejercen su voto. En este caso, bajo la teoría de la Elección Racional se han propuesto varios conceptos y herramientas que permiten desagregar los componentes que se consideran para la toma de decisiones del votante. V.O. Key aportó el concepto de “voto económico” el cual consideraba que las evaluaciones del votante si no son positivas tienden a castigarlo votando por la oposición.

Asimismo el voto económico tiene sus diferentes conceptos, uno de ellos es el “voto retrospectivo”, el cual supone que el ciudadano usa atajos informativos y valoraciones en sus razonamientos sobre la política y los partidos, así como que simplifica sus razonamientos evaluando su propio bienestar con respecto al pasado inmediato del cual hacen responsable a las autoridades gubernamentales, ya sea recompensándolas por los logros o culpándolos por los fracasos.¹⁷ En contraparte también se denomina el “voto prospectivo” el cual prevé resultados importantes o beneficios futuros. Dentro de esta conceptualización se agrega el “voto económico de bolsillo” el cual considera el recibir beneficios del gobierno en turno conforme a la economía individual. Por otra parte el “voto económico sociotrópico” considera que hay beneficios generales para el país, por tanto, no recae en la importancia de la economía individual. El siguiente es el “voto estratégico” que refleja un ordenamiento racional de preferencias del elector, por el cual, si éste percibe que su opción preferida tiene bajas probabilidades de ganar la elección, entonces opta por una

¹⁷ Egon, Montecinos, *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, pág. 14-15

segunda opción, a la que percibe con más probabilidades de triunfo, con tal que no gane la opción menos deseada (o más rechazada).¹⁸

Cada aportación a la teoría de la elección racional es significativa para entender el comportamiento electoral aunque también tiene aspectos no del todo claros como las críticas comentadas por Green y Shapiro quienes afirman que la explicación del voto demuestra algunas de las patologías más frecuentes de la elección racional, como ha sido la utilización de argumentos *ad hoc*, predicciones vagas e incapacidad de formular una hipótesis coherente. Asimismo sus críticas consideraban que normalmente, en cualquier tipo de elección en cualquier país, varios millones de personas votan, pero otras tantas no lo hacen, dejando un vacío explicativo de la existencia del ausentismo a pesar de las valoraciones racionales. Esta divergencia entre el equilibrio de escasa participación y la participación mayoritaria que se observa en la realidad supone un fracaso empírico considerable para la explicación del voto desde la elección racional.¹⁹

La teoría de los Clivajes Políticos o Redes

La teoría de los clivajes tiene que ver con el votante como individuo y explica el voto en función de las alineaciones de grupos de electores con los partidos políticos, ésta plantea que el voto refleja las divisiones estructurales existentes en una sociedad en un momento dado. Sus principales exponentes son Lipset y Rokkan *Sistemas de Partidos y Alineaciones de Votantes* publicado en 1967, considerando que hay una perspectiva macrosociológica histórica, es decir que los clivajes tienen formación desde sus formaciones como Estados-Nación, influidos por los procesos históricos-económicos que determinaron los clivajes con los individuos y grupos. La formación de Estados-Nación y la propia

¹⁸ Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.: 23

¹⁸ *Ibíd.* págs.:31,32,33,34

¹⁹ Egon, Montecinos, *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, pág. 12

democratización contrapusieron a diferentes grupos sociales en la medida en que el Estado centralizado y secular afrontaba las lealtades territoriales, culturales y económicas existentes. Es así como los clivajes clásicos determinaban que los aspectos de clase definían posturas ideológicas. El voto clivaje se define a la interacción entre grupos socioestructurales y los partidos políticos.²⁰

1.1.3 México y el comportamiento electoral

Las distintas posturas sobre el proceso de decisión en los votantes y las diferentes teorías que intentan explicar esta interrogante, que hemos expuesto de manera muy general en los apartados anteriores, han tenido sus aplicaciones en estudios de algunas elecciones en nuestro país. Aunque dichas teorías fueron concebidas en democracias muy distintas como en el caso de Europa, o que funcionaban de manera muy peculiar como el bipartidismo de los Estados Unidos, algunos de los modelos se usaron en estudios que tuvieron una gran aceptación y resultados muy interesantes en México. Sin embargo, la implantación de la teoría racional en nuestro país tiene una evolución un poco tardía, ya que bajo el funcionamiento democrático imperante no se alentaba a que procesos de corte racional se efectuaran del todo en los ciudadanos. Aun así se presentaron algunos estudios que fueron propiciando una forma distinta en la observancia del comportamiento electoral.

Alejandro Moreno en su libro *El votante Mexicano 2003* explicaba la lógica del voto que provocó la alternancia; siendo él uno de los principales especialistas en el tema del comportamiento electoral mexicano, sin embargo antes que él ya había estudios en materia, con todo y que nuestro sistema político se caracterizara por ser muy complejo. Moreno menciona que Jorge Domínguez y

²⁰ Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.: 35

James McCann “publicaron un influyente artículo que marcó el inicio de los estudios contemporáneos sobre el elector mexicano a partir de la evidencia de las encuestas.”²¹ También consideraban estos autores que el votante mexicano tenía dos etapas: en la primera el elector se preguntaba si debía votar o no por el PRI y la segunda consideraba votar por las otras opciones políticas; es decir que los estudios para el votante mexicano mostraban la percepción de una alternancia y que gracias a la encuestas se podían medir e interpretar.

Aparte de los estudios de Alejandro Moreno, es en la década de los noventa donde surgen investigaciones que presentan el uso de las encuestas de opinión como base para el análisis. Beatriz Magaloni 1994, Jorge Buendía 2000, y Alejandro Poiré, aportan con sus artículos un gran impulso en el caso mexicano, utilizando cada uno sus modelos de votación y utilizando la Teoría de la Elección Racional como fuente explicativa.

Beatriz Magaloni, en su artículo *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano*, contribuye a la utilización de las teorías del voto y en específico la teoría de la elección racional, en la exploración de la mecánica electoral mexicana”.²² Sin embargo, Magaloni estipulaba que la teoría de la elección racional había sido desarrollada para explicar el comportamiento electoral en sistemas donde había existido eficazmente la alternancia en el poder, ya que la retrospectividad es, en estricto, inherente a la gobernabilidad variada de distintos partidos. En el caso de México no existía tal alternancia respecto a la presidencia de la república, pero si en algunas gubernaturas y presidencia municipales, así como también en algunas legislaturas estatales. Por tanto, en su artículo utiliza el concepto de voto estratégico definido como:

²¹ Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral* *Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.: 19

²²Magaloni Kerpel, Beatriz., *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano*, Política y Gobierno Vol. I, Número 2, Julio 1994. Pág. 310.

La presencia del voto estratégico indica efectivamente los votantes realizan cálculos de utilidad esperada, esto es, estimas probabilidades de ganar los distintos candidatos y deciden en consecuencia. El voto estratégico implica votar por el candidato que representa la segunda opción del votante, y al cual con mayores posibilidades de ganar que el candidato de su preferencia. De ahí que el voto estratégico tenga lugar sólo cuando compiten más de dos partidos políticos o candidatos.²³

Los principales aportes del estudio de Magaloni fue el vislumbrar la irrelevancia del concepto de “voto estratégico” en las elecciones presidenciales hasta el año de 1994 (fecha de la publicación de su artículo), esto porque las diferentes alternativas no se percibían como viables a causa de la imposibilidad de la alternancia del poder. También nos mostró la importancia de contrastar, y por ende, considerar de manera más amplia, el resultado de las evaluaciones prospectivas de las retrospectivas del electorado, exponiéndonos así que los candidatos de oposición en México se encuentran en una desventaja; “aun cuando el elector se llegara a identificar con las propuestas de alguno de los candidatos a la presidencia de los partidos de oposición, la falta de información respecto al historial de su desempeño político en el gobierno hace más difícil calcular los beneficios esperados de dichas propuestas, aumentando la incertidumbre para el elector. Así, posiblemente un número importante de electores le otorgue su voto al candidato presidencial del PRI por temor al riesgo.”²⁴ Por último, uno de los principales aportes de Magaloni fue el que, dada la importancia de la información en el cálculo del voto, resulta evidente la necesidad de la equidad en la exposición de los candidatos en los medios masivos de comunicación, ya que al no existir visibilidad de todas las alternativas, los votantes no podrán realizar evaluaciones prospectivas y

²³ *Ibíd.* Pág.: 328

²⁴ Magaloni Kerpel, Beatriz., *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano*, Política y Gobierno Vol. I, Número 2, Julio 1994. Pág. 343.

comparativas con lo que el partido del gobierno en turno (y en el caso del PRI el único en gobernar en la presidencia) goza de una importante ventaja.²⁵

Por su parte Jorge Buendía en su trabajo *El Elector Mexicano en los Noventa: ¿Un Nuevo Tipo de Votante?*, hace referencia a la evolución de las preferencias electorales en las elecciones federales del 1991, 1994 y 1997. Tal evolución tiene como base los nuevos factores que, para Buendía, consideraban de manera innovadora los votantes en la década de los noventa. Dichos factores transitan en las percepciones económicas del país. Por tal motivo Buendía emplea la teoría de la elección racional y específicamente del voto económico para realizar el estudio en dichas elecciones. Utilizando la literatura sobre el voto económico que:

“distingue dos ejes que guían la decisión electoral de los ciudadanos... Uno de ellos resalta la dimensión temporal: el individuo puede considerar los cambios en su bienestar económico en relación con un periodo previo, puede considerar los cambios futuros en su bienestar derivados de la elección de un partido o candidato. En el primer caso el votante será básicamente retrospectivo y, en el segundo, prospectivo... El segundo eje se relaciona con la información económica que usan al decidir su voto: el estado de la economía nacional o el estado de su economía personal o familiar. Los votantes que le dan mayor importancia a la economía personal pueden ser votantes completamente egoístas, que consideran el manejo de la economía nacional como bien público; al votante que privilegia su situación económica personal se le conoce como votante egocéntrico; al que privilegia la situación económica del país, votante sociocéntrico.”²⁶

²⁵ Ídem.

²⁶ Buendía Laredo, Jorge., *El Elector Mexicano en los Noventa: ¿Un Nuevo Tipo de Votante?* Política y Gobierno, Vol. VII Número 2, 2000 pág. 324

Entonces Buendía forma una tipología del votante basada en la información económica utilizada por los individuos al votar: 1) voto retrospectivo egocéntrico; 2) voto retrospectivo sociocéntrico; 3) voto prospectivo egocéntrico; 4) voto prospectivo sociocéntrico.

De acuerdo con el autor, en México existen buenas razones para la aplicación del voto económico, toda vez, que desde 1988 hasta el 1995 ocurrieron crisis económicas que motivaron al votante mexicano a tomar decisiones influenciadas por la economía nacional y personal. Por tanto, Buendía observa la importancia de que la mayoría de los individuos responsabiliza al gobierno por el estado de la economía, en especial la economía nacional. Y sugiere que el voto sociocéntrico debe predominar, mientras que el voto egocéntrico parece menos probable, después del análisis que hace del caso mexicano y gobiernos priistas.²⁷

Una de las principales aportaciones del análisis de Buendía fue el observar que los factores institucionales, como el tipo de elección, influyen en el impacto de los juicios prospectivos en la decisión electoral. En los comicios intermedios el factor prospectivo no parece incidir en el cálculo de los votantes. Como Buendía lo expone esto responde a que “los votantes perciben que el congreso no puede modificar el rumbo del país, pero también es consecuencia de las estrategias electorales de los partidos, ya que en elecciones intermedias su propagandas y mensajes no subrayan elementos prospectivos”²⁸. Asimismo Buendía recalca la estabilidad en los factores que influyen en el voto: cuando la economía nacional crece la posibilidad de votar por el partido de gobierno en turno crece; cuando hay un deterioro económico en turno es castigado en las urnas. Así concluyo que las mayores pérdidas electorales que el PRI en su historia ocurrieron después de la crisis de 1995.

²⁷ Véase los cuadros de las páginas 329, 330 y 330., Buendía Laredo, Jorge., *El Elector Mexicano en los Noventa: ¿Un Nuevo Tipo de Votante?* Política y Gobierno, Vol. VII Número 2, 2000. Pág.: 326-327

²⁸ *Ibíd.* pág. 347

Respecto a la aplicación de la teoría de la elección racional en el caso mexicano Alejandro Poiré en su trabajo *Un Modelo Sofisticado de Decisión Electoral Racional: el Voto Estratégico en México 1997* nos proporciona ciertas afirmaciones respecto a la elección de 1997. El concepto de voto estratégico considera la definición de Downs “la decisión de un individuo de expresar sinceramente sus preferencias electorales en una contienda en la que su primera preferencia no tiene oportunidades de ganar es irracional, especialmente si su sufragio puede ser utilizado más eficazmente para dirimir la elección en favor de la segunda preferencia”²⁹ sin embargo, no la considera de mucha utilidad, por lo que decidí ocupar el modelo de Alvarez y Nagler que le hace una variación que consiste en la *estimación del costo de oportunidad de votar sinceramente*, porque ellos suponen que la probabilidad de que un elector vote por un partido o candidato es creciente con respecto a la utilidad esperada que el elector devenga de dicha opción.

Dentro de las aportaciones de Alejandro Poiré podemos resaltar la medición en porcentaje de la influencia del voto estratégico en una elección. Dicha medición pudo registrarla en base de su modelo propuesto: “modelo de utilidad sofisticada esperada”. Además aseguro que el voto estratégico no solo se da entre los dos grandes partidos opositores sino también a favor del PRI. Por último, contrario a estudios anteriores minimiza la importancia de la identificación partidista no considerándola como un buen predictor del voto sincero para el electorado mexicano. Esto se debe en parte a que “no todos los partidistas duros son iguales, a juzgar por los diferenciales de utilidad que presentan con respecto a su segunda preferencia”³⁰

Estas importantes aportaciones constituyen uno de los primeros pasos en la aplicación concreta de la teoría racional en nuestro país, con todo y su peculiar sistema político-electoral. No fue hasta después de las elecciones del 2000

²⁹ Poiré, Alejandro., *Un Modelo Sofisticado de Decisión Electoral Racional: el Voto Estratégico en México 1997* Política y Gobierno Vol. VII Número 2, 2000, pág. 353

³⁰ *Ibíd.* pág.: 379

donde los estudios desde este enfoque se acrecentaron proporcionándonos un acercamiento a la racionalidad de los votantes en las elecciones presidenciales.

2.- La dinámica del voto racional en las elecciones presidenciales en México.

2.1 Construyendo la nueva racionalidad: La elección Presidencial 1988

Dentro de la historia contemporánea de nuestro país existen dos momentos importantes que definieron, en gran medida, el acontecer democrático que predomina en el México actual. Tales momentos fueron, primero, la cuestionada elección de 1988, en donde no solo se evidenció la manera mezquina en la forma de organizar y validar las elecciones por parte del gobierno, sino que también, se demostró que la idea de que, pese a los más de setenta años del gobierno de un solo partido, se podía crear una conciencia de cambio suficientemente capaz de construir una fuerza que podía competir de manera seria, además, que la alternancia no estaba tan lejana y que existía ya un electorado más robusto con valores y motivos diferentes que resultaban contrarios a los del partido en el poder; y segundo, las elecciones del año 2000, las cuales materializaron de alguna manera, el ímpetu por un cambio que se venía gestando incluso desde los años posteriores a la matanza estudiantil de 1968.

Dichos momentos son de gran importancia ya que teóricamente representan la base de las implicaciones racionales del nuevo votante y sus recientes paradigmas. Constituyen un punto de inflexión en la manera de decidir y evaluar la posibilidad de votar, así como en la percepción de la utilidad del voto, es decir, si la elección racional en gran medida se apoya en elegir la opción que no solo se adecua a las necesidades de cada votante, ya sean económicas, sociales y de identidad, sino que también en elegir a una opción que tenga posibilidades de competir y por tanto de ganar, lo sucedido en las elecciones del 88 y del 2000 demostró de alguna manera que la competencia tendría ya una mayor equidad en el plano electoral, y por ende, el voto racional tendría una nueva dinámica al estar determinado, no solo por la idea de crear conciencias y

defenderlas, sino que la racionalidad del voto ya se entendería, a partir de esto, como un instrumento para la construcción de realidades.

La reacción del electorado de alguna manera cambio desde que se contempla la posibilidad de que el partido de Estado ha perdido. Esta reacción tiene un efecto de crecimiento respecto a la participación electoral de quienes desean un cambio. De acuerdo con el enfoque descrito por *Moreno* sobre la teoría de *Blais*, la participación del elector responde a un cálculo sobre sus posibles costos y beneficios, así como las posibilidades percibidas de que el voto de uno sea decisivo en el resultado de la elección³¹. Es decir, concentrándonos solo en la segunda parte respecto al hecho de ir a votar o no, el racionamiento básico es que el voto a efectuar sea percibido como importante y decisivo, de otra manera los ciudadanos se abstendrían.

De una forma más conceptual y entendido en el caso mexicano, Magaloni se refiere a que antes de 1994 “*las elecciones presidenciales en nuestro país representaban estrictamente una medida de evaluación del desempeño del presidente saliente (un referéndum sobre todo de la situación económica) y no una manifestación de preferencias del electorado*”³², es decir, que la investigadora identifico la irrelevancia de las evaluaciones prospectivas en dichas elecciones ya que las alternativas no se percibían como viables a causa de la imposibilidad de alternancia en el poder. Sin embargo esta ecuación en la realidad mexicana no se daría de una forma tan simple. Algunos estudios sobre la participación electoral en México se han centrado en dos vertientes; el primero sugiere que el elector sufre de una racionalidad a corto plazo que lo lleva a optar por una decisión que pareciera ser descuidada o un tanto miope respecto a las implicaciones futuras, la cual responde a intereses políticos aislados o a influencias sociales o cívicas. En este enfoque concebido principalmente por *Poiré*, el papel de los actores políticos es crucial al promover, facilitar e incluso persuadir al voto. Por otro lado, un

³¹ Moreno, Alejandro, *El votante mexicano: Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, fondo de cultura económica, 2003, pag.136.

³² Magaloni Kerpel, Beatriz., *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano*, Política y Gobierno Vol. 1, Número 2, Julio 1994. Pág. 342

segundo enfoque basado en la experiencia mexicana, se refiere a que el patrón respecto a la participación electoral cambio en cuanto al aumento en la competitividad electoral en México desde a finales de los años sesenta a la elección del 2000. Klesner y Lawson propusieron que dicho cambio respondió a: 1) la erosión de los métodos clientelares del control social, 2) a la ampliación del registro electoral a principios de los años noventa y 3) a una creciente confianza en la integridad de los procesos electorales. Por tanto, se puede entender que una parte importante en la construcción de la nueva racionalidad del votante mexicano se dio conforme a la adecuación del sistema electoral traducido en las distintas reformas electorales. Las reformas coadyuvaron a aumentar la confianza y la competitividad electoral. Si bien es cierto que ya existían grupos y partidos opositores en el sistema electoral, las reformas son las que de alguna manera suman créditos al ímpetu de los electores a considerar la importancia y lo decisivo de su voto.

Reformas electorales federales 1977-1996

Presidente de la Republica	Año de Reforma	Cambio constitucional	Promulgación de nueva ley electoral	Reforma electoral
José López Portillo	1977	X	X	X
	1982			
Miguel de la Madrid Hurtado	1986			
	1987	X	X	X
	1988			
Carlos Salinas de Gortari	1990	X		
	1993	X	X	X
	1994	X		X

Ernesto Zedillo Ponce de León	1996	X		X
-------------------------------------	------	---	--	---

Fuente: Elaborado con datos de Irma Méndez de Hoyos³³

Como ejemplo, en las elecciones de 1976 quienes no estaban de acuerdo con la única opción presentada en las boletas electorales, cuyo único candidato fue José López Portillo, decidían en base a dos opciones únicamente: la primera, abstenerse al voto y la segunda, a votar por el candidato oficial; ambas opciones con el mismo resultado. Es decir, en aquellos años la racionalidad del voto se presentaba con una fuerte limitante, sin un umbral más amplio que propiciara nuevas concepciones respecto a la democracia, de menos en el ámbito electoral, siendo así que dentro del costo-beneficio de los votantes no se contemplaba las plataformas e ideales producidos por una victoria electoral de quienes abogaban por una fuerza opositora, sino que solo se pretendía la formación de grupos de oposición para crear conciencias en cada proceso electoral. Sobre esta línea bastaría con referirnos a los distintos estudios sobre el auge y la creación de los partidos de oposición posteriores a la represión estudiantil de 1968. Mucho se ha escrito sobre las secuelas y lo que propiciaron las decisiones del gobierno respecto a la represión del 2 de octubre y de igual manera sobre las implicaciones en el plano electoral que trajo consigo ese hecho tan arraigado en la sociedad mexicana. Si bien es cierto que de manera inmediata, es decir, en las posteriores elecciones presidenciales de 1970, 76 y 82 no se reflejó el descontento y la creciente conciencia de cambio por un sector de la sociedad en cuanto a un voto de castigo, fue en gran medida por la tan cerrada y reprimida participación, en el plano político y electoral otorgada a las fuerzas opositoras, así como también, a las prácticas clientelares y de control con el sector rural y campesino que aun tardarían en degradarse, sin embargo, la década de los setenta es la que

³³ Méndez de Hoyos, Irma "Transición a la democracia en México" competencia partidista y reformas electorales 1977-2003. FLACSO-Fontamara, 2006, pág. 32.

atestigua el mayor desarrollo partidario en la historia de la sociedad mexicana³⁴. Los sectores medios crecen mucho y se llega a decir que constituyen un tercio de la sociedad. Las universidades albergan ciento de miles de estudiantes, muchos de los cuales manifiestan su abierto rechazo al régimen dominado por el partido de Estado. Una parte importante de la dirigencia de los nuevos partidos que surge en esos años sale de las universidades.

Las nuevas agrupaciones políticas que aparecen en los setenta se cuentan por decenas. Solo algunas poseen una organización nacional, sin embargo, hay muchas pequeñas organizaciones locales o regionales nuevas que no tienen en su origen ni han conseguido hasta la fecha ninguna identidad partidaria, es decir, los movimientos sociales y políticos de la década de los setenta se traducen en alguna medida en esfuerzos de organización partidaria durante esa misma década. Otros empiezan a concretar alianzas electorales hacia principios de la década siguiente.

Todo lo anterior revela una nueva dinámica en la sociedad civil. No se puede hablar de que haya surgido un poderoso sistema de partidos, en el que algunos de ellos sean capaces de poner en serio riesgo al partido de Estado. Sin embargo, hay una cierta revitalización de la expresión política de la sociedad civil, así como manifestaciones claras de que ha aumentado un poco su capacidad de expresarse a través de partidos y elecciones.

A pesar de que los partidos visiblemente se han desarrollado y de que hay una vida partidaria más consistente, la capacidad de los partidos para ser un vínculo entre sociedad-Estado que resuelva necesidades sociales, sigue siendo muy reducida. Esto nos hace pensar, que de alguna manera todavía a principios y mediados de los ochenta, los partidos opositores gozan de características propias más de grupos de presión y de opinión que propiamente de partidos políticos, La discusión en las cámara así como el discurso tenían efectos más por su impacto

³⁴ Gonzales Casanova, Pablo (coord.), *Las elecciones en México: evolución y perspectivas*, Siglo XXI editores, Primera edición 1985, pág.

mediático sobre la opinión pública más que por otra razón. Incluso, en muchos sectores de la población mexicana existe una gran desconfianza respecto a la organización funcional partidaria. Hay un gran número de grupos populares independientes (de obreros, campesinos, estudiantes, intelectuales, profesionistas y otros) que incluso se han organizado y tienen intereses políticos, pero que no aceptan incorporarse al sistema como partidos por saber que el mecanismo electoral está completamente cerrado. De igual manera quienes compartían la idea de la democratización del país no podían, al menos de manera efectiva, ejercer su voto a sabiendas de que no se podría ganar una elección.

Sin embargo en el plano electoral la participación de la oposición fue creciendo paulatinamente en combinación por las reformas y la dinámica social que existía. Esto trajo consigo un pensamiento básico en el electorado mexicano de oposición el cual se refiere que ante una fuerza creciente solo quedaba propiciar una unificación y apostarle con mayor fuerza a una contienda electoral.

La elección de 1988 representa un indiscutible punto de referencia en el análisis de la racionalidad del votante en México, y por tanto, en la transición democrática también. Representa no solo un eje de convergencia de acontecimientos coyunturales y tendencias estructurales, sino que es, además, el punto de partida de las reformas que sentaron las bases para una competencia más libre, justa y transparente. Asimismo, también propició un cambio en la dinámica del *cómo elegir* dentro de la racionalidad del elector.

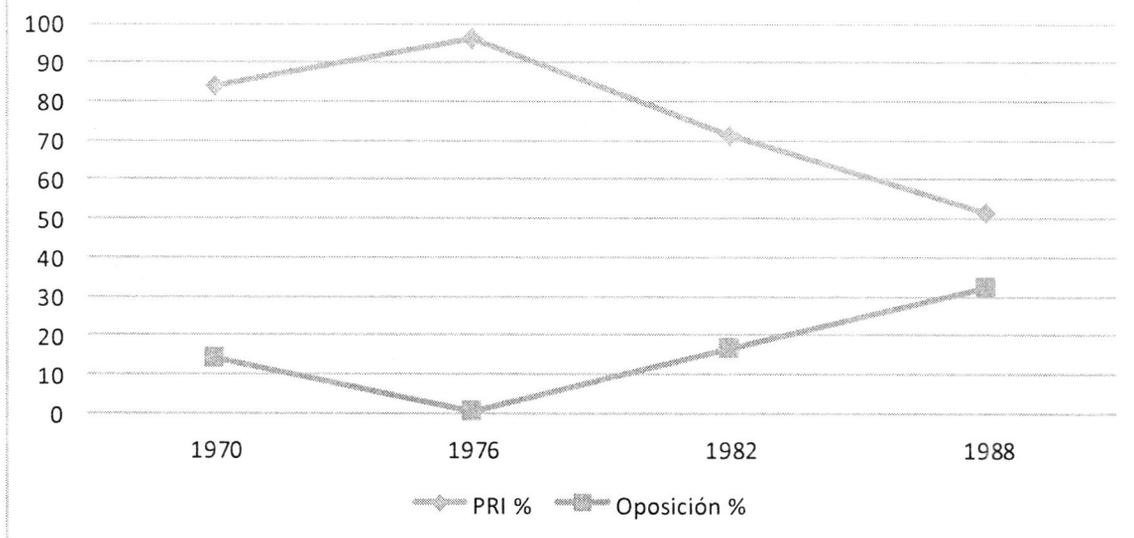
Los resultados de la elección federal de 1988 reflejaron la consolidación de tendencias que comenzaron en el pasado, a la vez que anunciaron el principio de transformaciones sustanciales dentro del sistema electoral y de partidos. El deterioro de las prácticas políticas tradicionales, la aparición de nuevas fuerzas en la arena política y electoral, y la realineación dentro del sistema de partidos, fueron algunos de los resultados más significativos que hicieron de 1988 una elección donde el involucramiento electoral fue relativamente alto y en donde los resultados de la votación revelaron una aguda alteración de las decisiones

preexistentes dentro del electorado³⁵. Esta alteración puede ser vista, como ya vimos, desde varios enfoques. Sin embargo, lo que es un hecho es que al deteriorarse las prácticas políticas tradicionales del PRI el electorado rompe con la racionalidad a corto plazo, esa racionalidad miope en la cual se cambiaba el voto por algún apoyo, o por el no quedar fuera del aparato del partido de Estado. Racionalidad que pertenecía, como lo describe Moreno, a un grupo más rural, de mayor edad, menos escolarizado y donde se creía que no había más opciones. De igual forma al percibir que hay nuevas opciones, una mayor participación de partidos y afluentes prodemocráticos, el electorado en expansión del México urbano y producto de las políticas de modernización existentes desde el impulso de Lázaro Cárdenas, comienza a participar en función de una alternancia real en el poder y la posibilidad de una verdadera integración política de la oposición en las riendas del país desde cargos públicos.

Es así que los electores con su representación en los partidos junto con los movimientos populares y la ciudadanía en general, colocaron a las elecciones como un canal privilegiado para expresar inconformidad, descontento, apoyos y expectativas diferenciadas, al igual que exigir un cambio en el sistema, o por lo menos un cambio en los términos legales e institucionales de su propia representación. Esta exigencia sería el principal lineamiento en las posteriores elecciones después del 1988, aunque no sería hasta la elección del 2000 donde se tomara como el principal motivo en los votantes mexicanos opositores a la hora de asistir a las urnas.

³⁵ Méndez de Hoyos, Irma, *Transición a la democracia en México: Competencia partidista y reformas electorales 1977-2003*, FLACSO-Fontamara, 2006, pág. 44.

Grafica 1. Porcentaje de votos del PRI y candidatos presidenciales de oposición más fuertes, 1970-1988



Fuente: Elaborada con datos del Centro de Estudios de la Democracia y Elecciones, UAM Iztapalapa.

2.2 La Elección del 2000

El 2 de julio de 2000 representa una fecha importante en el proceso de democratización de México. Tras las campañas y el mensaje de “cambio” de Vicente Fox y de la Alianza por el cambio, se terminaron los más de setenta años del gobierno de un solo partido. La alternancia de la presidencia por fin había llegado.

En cuanto a los motivos que permitieron la derrota del PRI, fue precisamente la bandera del cambio el argumento más recurrente en los votantes de oposición. De acuerdo con el estudio de Moreno, cuatro de cada diez votantes dijeron que la razón principal de su sufragio ese día era lograr un

cambio. Dos tercios de quienes votaron por un cambio apoyaron a Fox³⁶. Esto refiere a que, en el 2000 la activación del voto estratégico, es decir, el optar por una opción que no necesariamente era la primera en preferencia sino que la segunda con la mayor posibilidad de ganar, había sido un hecho que incluso definió la elección misma.

Para la mayoría de la gente el cambio significaba alternancia, dar la oportunidad de gobernar a alguien que no fuera del PRI. En ningún momento el cambio significó una transformación en el sistema político o una reorientación de las políticas públicas. El cambio no tenía un significado programático y sustancial sino solo un significado político. Es así que el mensaje del “cambio” junto con la percepción de una posibilidad real de sacar al PRI de los pinos enfatizada por las encuestas y difusión en medios masivos que mostraban la desventaja porcentual en las preferencias, fueron los factores principales que activaron el votar estratégicamente por parte de los electores de oposición. Vicente Fox ganó la elección porque fue capaz de activar el deseo de un electorado más moderno, urbano y escolarizado de lograr una alternancia, y ante el cual sus diferencias ideológicas y programáticas quedaron en un segundo plano. Además de captar el voto de quienes no veían, en su umbral de izquierda, posibilidad de ganar, al igual que provocar abstencionismo en los votantes con un arraigo importante en su hábito de votar siempre por el PRI.

Aunque el voto estratégico ya tenía aplicaciones anteriores, los estudios de este habían sido conforme a elecciones de gubernaturas, así como elecciones intermedias, donde ya se tenía un enfoque más multiopcional por la competencia más equitativa en cuanto a los diversos partidos en el congreso. O también estos estudios se hicieron en función de exponer la imposibilidad de tal condición³⁷. En

³⁶ Moreno, Alejandro, *El votante mexicano: Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, fondo de cultura económica, 2003, pág. 164.

³⁷ Como ejemplo, el trabajo de Alejandro Poiré “*Un modelo sofisticado de decisión electoral racional*” consiste, en gran medida, en la aplicación de su *modelo de utilidad esperada sofisticada* en las elecciones para renovar el congreso Mexicano en 1997. De igual forma, Jorge Buendía se refiere al voto estratégico y a su consideración en México en su *trabajo “El elector mexicano en los noventa: ¿un nuevo tipo de votante?* Por su parte, Beatriz Magaloni en su

cambio, después de lo acontecido en el 2000 se le tendría que tomar al voto estratégico como una verdadera variante y con un peso significativo en las predicciones electorales futuras.

La elección del 2000 representa el fin del monopolio del poder, al menos, el de un partido político, por tanto, en algunos sectores se creyó que la democratización del país era un acto consumado y que el Partido Revolucionario Institucional estaba herido de muerte en vísperas de un rezago político. La alternancia en la presidencia, de alguna manera, materializó los anhelos de muchas personas en el país que querían un cambio político a favor de una democratización real. La derrota electoral del PRI marcó un momento clave en la percepción política de los mexicanos. La simple alternancia cambió radicalmente las apreciaciones acerca de nuestro sistema político no solo en los círculos académicos sino también entre los mexicanos en su conjunto. Por tanto, el ambiente político se configuró en una llamada "Democracia joven" la cual tendría serias pruebas durante los años posteriores, sin embargo, había ya permeado la mayoría de los ciudadanos con la idea de un México democratizado.

Como hemos visto la participación electoral opositora y el proceso de democratización del país fueron creciendo de manera paulatina, teniendo puntos altos en ciertos momentos coyunturales de la vida política y social de nuestro país. Por tanto, la "coalición por el cambio" que llevó a Vicente Fox a la presidencia no puede ser considerada como una manifestación aislada y que emergió, de manera exclusiva, en respuesta del proceso electoral del 2000, sino como la respuesta a un proceso sociopolítico en evolución que se había hecho visible, al menos desde 1988. La campaña y la elección presidencial del 2000 solo le dotaron una nueva forma, así como la confirmación de su vigencia.

trabajo *"Elección Racional y voto Estratégico: algunas aplicaciones para el caso mexicano."* refiere que más que racionalizar el voto con evaluaciones prospectivas, al no haber una alternancia, solo se hacía una retrospectiva del gobierno saliente.

Uno de los sucesos más importantes posteriores a la elección fue sin duda el aumento en la percepción de los electores de que el sistema político y electoral garantizaban la voluntad de su voto, que el IFE y demás instituciones producto de las reformas servían eficazmente y que la transformación verdadera del país estaba comenzando. En otras palabras, que México era, después de junio del 2000, más democrático. En Mayo de 1999, por ejemplo, en durante el comienzo de la elección interna del PRI para su candidato presidencial, solo el 37% de los mexicanos consideraban que México podría considerarse como una democracia; por su parte, un 48% no creía que fuera así. Posteriormente, al culminar los procesos de selección de candidatos y terminadas las campañas electorales y días antes de la elección, en los últimos tres meses, existió un promedio de un 45% de la muestra que creía que en el país se gozaba de una democracia. Después de la victoria de Vicente Fox y del reconocimiento de la derrota del PRI, esta percepción de un México democrático aumento desmesuradamente en el mes de agosto alcanzando un 66% entre los encuestados. Esta cifra variaría dentro de los dos primeros años del gobierno de Fox, manteniendo un promedio de 59%, sin embargo lo importante en observar sería, que más de la mitad de los mexicanos aseguraba la democratización del país³⁸.

De acuerdo con estos resultados, era de esperarse que las percepciones de un México más democrático determinarían la dinámica en que los electores eligen una opción. Visto de otra manera, podemos decir que la alternancia en la presidencia trajo consigo una mayor confianza en general del sistema electoral, así como también de las instituciones propias del orden político, lo cual propicio que también los votantes y actores políticos se vieran en sí, en un ambiente totalmente distinto.

³⁸ Ibid. pág. 224

Apreciaciones de México como una democracia, 1999-2002

¿Considera usted que, hoy en día, México es una democracia o no es una democracia?

Año	Mes	México si es %	México no es %	Tamaño de la muestra
1999.	Mayo	37	48	1519
	Agosto	38	48	1550
	Noviembre	40	43	1542
2000	Enero	45	40	1544
	Febrero	49	33	1510
	Marzo	44	40	1553
	Abril	46	39	1647
	Mayo	42	40	1547
	Junio	47	39	1545
	Julio	59	32	1199
	Agosto	66	24	1549
	Noviembre	59	28	1543
2002	Mayo	59	31	1195

Fuente propia con datos de Alejandro Poiré

Por tanto, ahora ya no se tendría que recurrir a la bandera del cambio como fuerte estímulo para la decisión electoral, sino que habría de ser, dicho estímulo, un argumento diferente en donde la evaluaciones racionales se efectuaran en un campo más plural y no solo con un partido como referente. La arena política se había cambiado y de igual forma los electores tendrían que elegir conforme a una nueva racionalidad menos acotada. Este hecho nos muestra la nueva pauta en la relación entre el sistema político-electoral y los mismos ciudadanos, poniendo la primera piedra no solo de una legitimidad fehaciente y de una percepción mejor y con mayor validez, sino que de la misma

racionalidad ya no enfocada a tirar un régimen, sino que de una racionalidad basada en un sentido democrático.

2.3 El voto de una nueva era: La elección del 2006

Como hemos señalado, los diferentes factores, las percepciones y el dinamismo en general del cómo y por qué se debe votar, ha cambiado en el transcurso de la apertura electoral y conforme a las coyunturas sociopolíticas del país. Si bien es cierto que, en la elección del 2000 se tuvo un muy diferente campo en cuanto a opciones con posibilidad de ganar, y por tanto, una racionalidad en el voto menos acotada y con distintas posibilidades para determinar una decisión en las urnas, la elección de julio de 2006 nos mostraría que dicho dinamismo seguiría cambiando y que lo haría, incluso, de una manera más acelerada en los seis años que se tienen de diferencia entre estas dos elecciones. Podemos considerar que es justamente en el 2006 donde surge la necesidad de considerar, como un fuerte determinante en la decisión electoral, nuevas variantes que, por la particularidad de esta elección, representaron un papel de suma importancia. Es así que, conceptos como la volatilidad en las preferencias políticas, las redes de discusión política, sesgo informativo, campaña negativa y contagio electoral³⁹, por mencionar algunos, se incluían ya con mayor peso en la elaboración de los nuevos modelos de análisis electorales aplicables en nuestro país.

De igual manera, al tener ya la experiencia de un gobierno diferente, y por tanto, un nuevo ente a evaluar y comparar en términos retrospectivos en cuanto a la situación del país antes y después de los gobiernos del PRI y del PAN, el voto económico resurge de manera crucial en cuanto a la elección del 2006. De

³⁹ Castañeda Gonzalo e Ibarra Ignacio, *Campañas, Redes de discusión y volatilidad de las preferencias políticas. Un análisis de las elecciones mexicanas del 2006*. Foro internacional, vol. 51, núm. I. El Colegio de México, enero-marzo 2011. Este trabajo es un claro ejemplo de la forma y de las nuevas variantes que se consideran ahora, en los innovadores modelos de análisis electoral.

hecho, las evaluaciones económicas de los votantes se vincularon estrechamente con las preferencias político-electorales. Aquellos que expresaban juicios favorables acerca de la situación económica del país fueron mucho más proclives a votar por el candidato del partido que ahora gobernaba, mientras que quienes que emitían juicios desfavorables acerca de la economía optaron en mayor cantidad por el candidato de la oposición, en particular por López Obrador. Es así que, en esta contienda uno de los temas más importantes, fue el de si lo votantes darían una continuidad a la política económica de Vicente Fox y del PAN, o si respaldarían un enfoque diferente a manos de los partidos identificados de izquierda.

Esta lógica del voto económico, que es tan común en democracias más avanzadas, no había tenido una evidencia tan clara en México. Algunos interpretaron la relevancia del voto económico en dicha elección como una señal de madurez política y democrática en el electorado. Sin embargo, otra interpretación señala que es un reflejo del replanteamiento de los temas de competencia política electoral. En los años en los que el PRI perdía espacio en la arena electoral y hasta antes del gobierno de oposición, los razonamientos de corte político, como el apoyo a la alternancia, el cambio y la democratización, se anteponeían a los razonamientos económicos y de desempeño que sirven de base al voto racional, tanto como el retrospectivo y prospectivo.⁴⁰

Además, en cuanto a las valoraciones estratégicas, en la elección del 2006 por primera la gran mayoría del electorado mexicano no ejercía su voto pensando en una confrontación directa con el PRI, sino que lo hacía considerando una nula posibilidad de que éste ganara. Así, la elección tuvo un dinamismo diferente al presentado desde que la oposición decidió competir electoralmente, incluso la elección realmente transcurrió con solo dos competidores, ambos, con sellos de oposición que todavía representaban, aún más, el declive del PRI. Por tanto, el proceso electoral se comenzó a impregnar

⁴⁰ Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 pág.:381

de un fuerte sentido ideológico, el cual, se puede explicar por el vacío que dejó el ya no competir ante el partido que siempre ganaba, el ya no identificarse con los que “siempre ganamos” o con la oposición que “siempre pierde”, ahora muchas de las personas que no tenían bien definido por quien votar, tenía que decidir en qué canal subirse, porque el umbral de pertenecer al oficialismo o a la oposición había cambiado por el de ser de derecha o izquierda. Esto llevó a que específicamente en cuanto al voto estratégico en la elección del 2006 observáramos una relación entre el PRD y el PAN sin precedente en la vida partidaria de México. Tal relación se presentaba como una competición de sumacero. La elección se perfilaba tan cerrada que ante un aumento o descenso de los puntos en las preferencias electorales de cualquiera de los candidatos del PRD y el PAN se observaba un sentido inversamente proporcional entre ellos, es decir, lo que uno perdía lo ganaba el otro, siempre considerando que el PRI no se beneficiaba de esta relación.

Por esta causa, la elección presidencial del 2000, recordada como la del cambio, no fue la primera de una nueva era democrática, sino la última de una era en la que la competencia político-electoral se guiaba bajo un clivaje democrático-autoritario. En pocas palabras, se terminó con la llamada dictadura perfecta y se pasó a un régimen democrático con muchas imperfecciones. Como ya se mencionó, tanto como los valores, factores y la misma racionalidad del electorado mexicano cambiaron dentro de un proceso paulatino, lo cual nos lleva aseverar que las coaliciones de electores a favor del cambio, tomando esta bandera como el único argumento importante en su voto en el 2000, se fueron gestando por lo menos desde 25 años antes.

En contraste, la elección de 2006 fue una manifestación de los nuevos electores que tomaron forma luego de la alternancia del 2000, poniendo en práctica y cambiando muchos de los patrones en su manera de decidir. A su vez, el sistema político-electoral también se presentó y funcionó bajo un dinamismo distinto, bajo reglas distintas. Por tanto, el hablar de la elección del 2006 es

hablar de la primera elección presidencial de una nueva era democrática en México.

3.-El voto retrospectivo en la elección presidencial del 2012

Hasta aquí, hemos recapitulado tanto las consideraciones teóricas, como las conclusiones hechas a las pasadas elecciones del 2000 y 2006 conforme al cambio en la dinámica del voto racional y su presentación paulatina, así como los factores que propiciaron su advenimiento conforme a los cambios socio-políticos en el país en cada una de dichas elecciones. Hemos observado también, que el ejercicio por parte de los electores en sus consideraciones racionales se ha puesto en marcha, cada vez con mayor intensidad, conforme se van teniendo elecciones más justas y competidas. Se ha tratado de mostrar, que ahora gozamos de un campo mayor, en el cual, las valoraciones racionales se hacen imprescindibles, tanto para quienes tenemos que elegir, como para los que quieren ser electos, deviniendo así, nuevas estrategias y mensajes respecto a la competencia electoral. Pero si esto es cierto, si realmente hemos transitado 12 años dentro de un proceso de apertura en las valoraciones racionales, si hemos logrado tirar algunas limitantes para tener una diversidad mayor con fuerzas reales para ganar una elección, ¿Cómo es que el PRI, quien fue el partido que basó sus continuidades por más de 70 años precisamente en la limitación del accionar racional, ahora con toda esta apertura pudo ganar en 2012 la elección presidencial? Aunque al planteamiento de esta pregunta se le pueden sumar otros tantos, es importante para este trabajo el poder explicar si los electores; primero, ¿decidieron y votaron bajo esta nueva dinámica racional menos acotada? y; segundo, ¿Qué factores tomaron en cuenta para anteponer las otras opciones y votar por quien acotaba su libre elección? Existen algunos estudios que basados en modelos econométricos explican algunas consideraciones, así como los “estímulos” con los que se persuadió el voto por parte del PRI, también explican la geografía electoral y el perfil de los electores durante el proceso

electoral⁴¹. Por otra parte, existen también estudios que detallan el accionar de la maquinaria clientelar y del uso de recursos de manera desigual que ayudaron a captar votos de los grupos que hasta ahora permanecían en una cierta imparcialidad. Sin embargo, desde las implicaciones exclusivamente racionales no se han tenido una clara presentación de lo sucedido en dicha elección.

Por tanto, los siguientes apartados en esta investigación intentan, por una parte, presentar de manera general los factores que tuvieron una incidencia directa en el accionar racional conforme a los preceptos teóricos antes mencionados, y por otra, hacer conclusiones basadas en esos datos que nos ayuden a vislumbrar el panorama bajo el cual los votantes ejercieron su voto. Respecto a la presentación de los datos, se han separado los determinantes económicos de los no económicos conforme a los problemas del país, aunque se han analizado de la misma manera. De igual forma, se han desagregado las valoraciones retrospectivas de las prospectivas con el fin de exponerlas conforme a nuestra visión del proceso de decisión.

3.1-Consideración teoría respecto a los factores no económicos.

Como ya hemos visto la teoría de la elección Racional postula, de manera general, que los electores generan juicios de utilidad respecto a los beneficios esperados por parte de quienes se le ha de otorgar su voto en una elección determinada. Estas utilidades son principalmente concebidas dentro del ámbito económico, tanto de manera personal, como en una perspectiva nacional (*voto económico egotrópico o de bolsillo, y voto sociotrópico respectivamente*)⁴² contrastando los resultados presentados por administraciones o cargos anteriores por parte de las facciones, partidos, proyectos o candidatos, con las

⁴¹ Díaz Cayeros, Alberto., Magaloni, Beatriz., Olarte, Jorge., y Edgar Franco, *La Geografía Electoral de 2012*, Center for U. S-Mexican Studies, at the School of International Relations and Pacific Studies. México Evalua 2012. Págs.: 1-30

⁴² M. Singer, Matthew., "Defendamos lo que Hemos Logrado" *El Voto Económico en México Durante la Elección Presidencial de 2006*. Política y Gobierno, Volumen Temático 2009, Pág 199

promesas y expectativas dentro de un periodo posterior posible. Además, según los preceptos básicos de la teoría, la racionalidad en la elección de los votantes radica en el crear estrategias en cuanto las probabilidades de ganar que tienen los partidos o candidatos en una elección, es decir, tomando en cuenta la información de quienes van encabezando la elección, el votante en ocasiones considera dejar a un lado sus preferencias naturales, para dar lugar a una estrategia en la cual se maximice la posibilidad de que su opción menos deseada pierda,- aunque esto represente votar por una segunda opción con mayor posibilidad de ganar (*voto estratégico*).

Es así que, partiendo de estos puntos básicos en la teoría, las posibilidades de considerar más variables o factores que inciden directamente en estos dos procesos en los que los votantes crean su elección, son muchas, ya que los juicios de utilidad pueden alejarse del ámbito económico para transitar hacia los principales problemas percibidos por parte de los electores. En otras palabras, la teoría de la elección racional predice que el elector le otorgará su voto al candidato del que espera el mejor desempeño en relación con los aspectos que considere más importantes, tales como el empleo, la salud, seguridad pública, la inflación , según sea el caso. Los factores claves para predecir la dirección del voto son entonces: primero, las posiciones e ideales políticos que tienen los electores, dentro de los cuales los aspectos económicos son determinantes aunque no los únicos, y segundo, la manera como éstos obtienen la información respecto a las posturas y desempeño esperado de los candidatos. *A mayor información, mayor posibilidad de realizar un voto racional*⁴³. Por tanto, los juicios de utilidad, más allá de no guardar una exclusividad en los temas económicos, también pueden ser distorsionados al caer en alguna estrategia o manipulación de la información.

Es completamente clara, entonces, la existencia de dos tipos de información que son importantes para entender la gesta de la racionalidad del

⁴³ Magaloni Kerpel, Beatriz., *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano*, Política y Gobierno Vol. I, Número 2, Julio 1994. Pág.: 322.

voto; lo que los candidatos nos dicen que van a hacer y lo que estos han hecho en el pasado, es decir, nuestras expectativas de utilidad, y nuestros balances de lo acontecido; lo segundo sirve para evaluar la credibilidad de lo primero. No obstante la decisión de votar se toma por lo general en un ambiente de "información imperfecta", dado que pocos electores invertirán mucho tiempo en seguir con detenimiento las campañas, analizar las propuestas programáticas y estimar los beneficios derivados de las distintas alternativas.

Los votantes usan variados procesos cognitivos para ahorrar costos de información. En primer lugar realizan evaluaciones *prospectivas* utilizando la información "incidental" (la que obtiene a través de los medios de comunicación o de observar directamente a los candidatos en campaña) para determinar las posiciones de los candidatos y calcular al utilidad esperada de los beneficios futuros derivados de las promesas de campaña, es decir, el proceso prospectivo en los electores va de la mano con el marketing político del candidato o partido en campaña. Pero en la medida en que éstas son solamente promesas inciertas, los electores necesitan contrastar dicha información con hechos reales, esto es, el desempeño pasado de los partidos. Así, en segundo lugar, los votantes realizan evaluaciones *retrospectivas* sobre el desempeño del gobierno y la actuación pasada de los contendientes.

Para evaluar retrospectivamente el desempeño se califica la situación prevaleciente durante el gobierno en turno, que como ya mencionamos con frecuencia, pero no exclusivamente, se determina en base a la situación económica; se constata el crédito o la culpa que al respecto tiene el candidato o partido en el gobierno, y la manera como se estima que hipotéticamente los contendientes habrían actuado en caso de haber estado en el poder. Dicha evaluación hipotética se realiza con base en la memoria específica del desempeño de los contendientes cuando estuvieron en el poder o en comparación, en una escala de menor representación, con lo gobernado en otros Estados o ciudades.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede vislumbrar que la acción racional en la toma de decisiones de los votantes, circula de manera constante entre dos esferas de influencia; primero, la que ha de considerar lo referente a las utilidades a futuro, es decir, las promesas y plataformas políticas que se tendrán que postularse para convencer al electorado y, la segunda, que tiene que ver con lo hecho en lo pasado y la información fidedigna y sin distorsiones disponible para hacer los balances propios, para así determinar la mejor opción.

Estas dos esferas de influencia contemplan distintas variables para el estudio concreto de la decisión electoral, sin embargo en este trabajo se tomaran las de mayor relevancia en cuanto a la percepción en los ciudadanos, contrastándolas de manera siguiente con los datos duros de las distintas mediciones para cada caso, para así poder acercarnos a una explicación de mayor efectividad en términos genéricos.

Así, los siguientes apartados están enfocados a analizar estas dos esferas, por una parte, se expondrá los datos obtenidos mediante encuestas y estudios de opinión realizados en el año previo, durante la campaña, e incluso durante el día de la elección a fin de observar cuales eran los principales factores a considerar, por parte de los electores al hacer sus evaluaciones retrospectivas más allá del ámbito económico, al cual se le otorgará más adelante un apartado completo tratando exclusivamente el *voto económico*. Siguiendo a esto, se presentará un estudio respecto a la información disponible, y a la calidad de la misma, de los actores políticos en competencia, para así poder contemplar las implicaciones que posiblemente tuvieron en el proceso prospectivo de los votantes.

Proceso de decisión



Fuente propia

3.2-Panorama General.

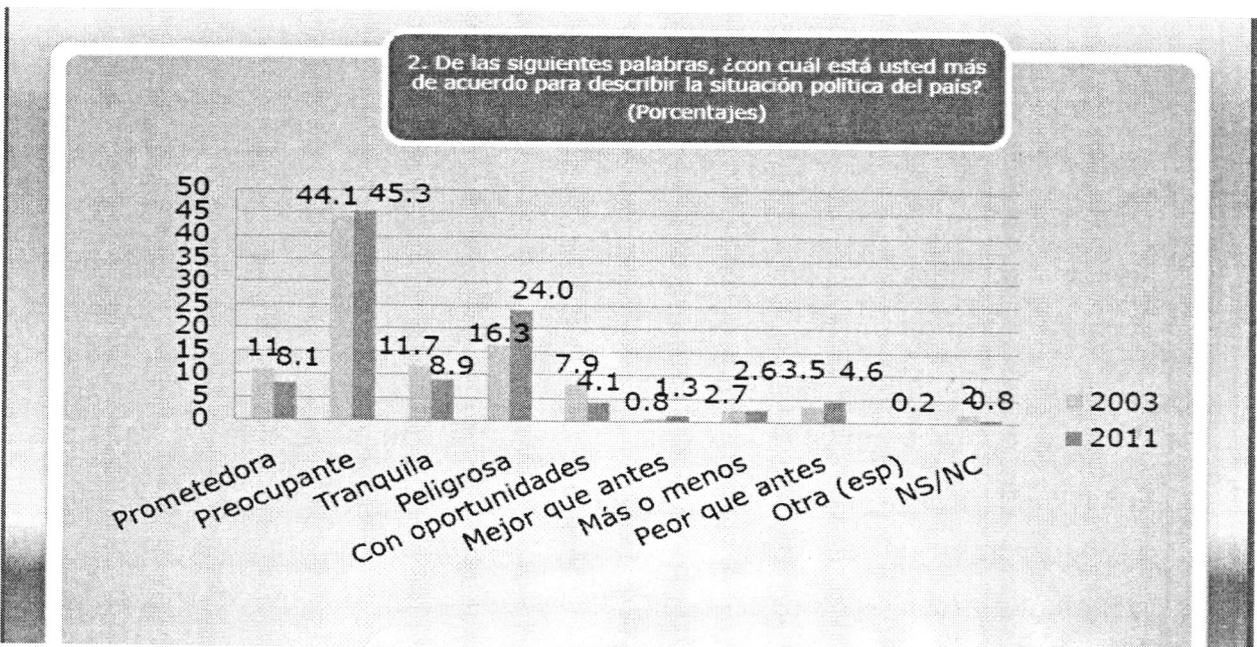
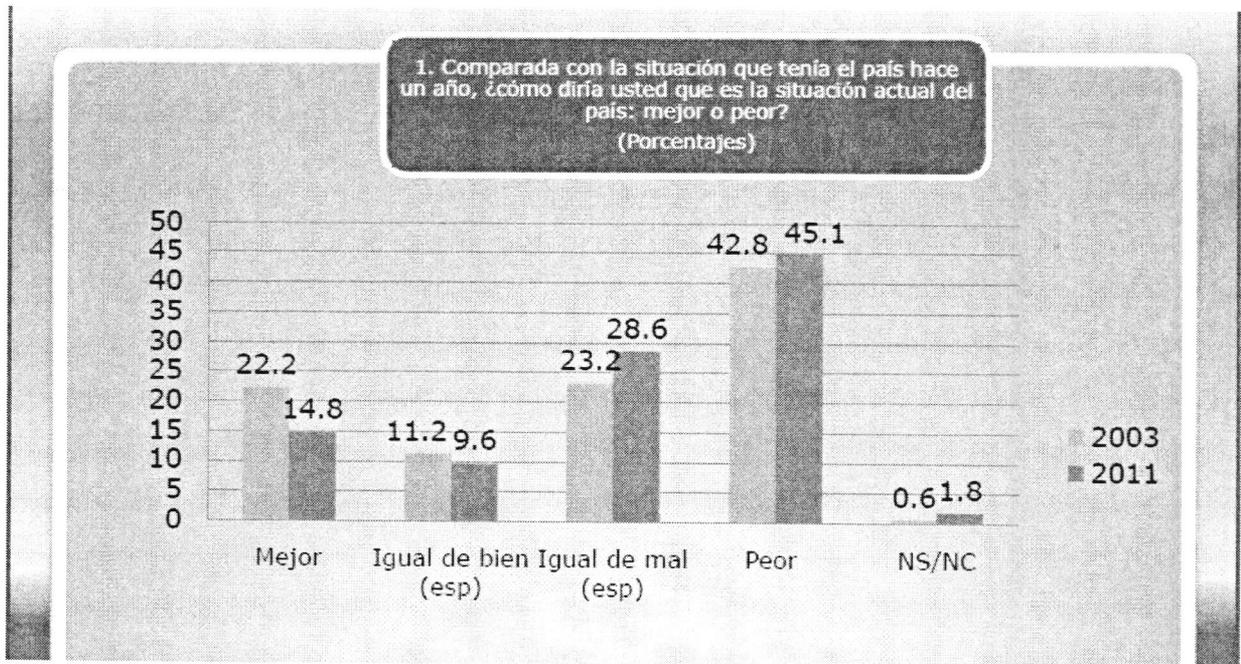
Para el análisis de los datos hemos de considerar, en primera instancia, la percepción general del país por parte de los ciudadanos hasta antes de la elección. Posteriormente contrastar esta percepción con las cifras o datos duros que nos ayuden a visualizar la situación real por la que México transitaba. En este caso, se ha puesto a la opinión pública como una variable de mayor relevancia ante los posibles datos duros, ya que para el análisis de la intencionalidad del voto, así como de sus factores, influencias e incentivos, se debe anticipar la subjetividad del elector en la percepción del país en conjunto. Esto responde a que ante una posible distorsión de la información, entendiendo como información a la producida y basada en cifras o estudios científicos (*información científica*), así como su omisión o desconocimiento de la misma por parte de los electores, estos responden a la imagen creada por las percepciones individuales, las cuales, en el mayor de los casos, no tienden a ser sustentadas por datos veraces, ni creadas por argumentos forjados por estudios especializados ni mediciones concretas, ya que en general, las opiniones respecto a los indicadores de los principales problemas del país se van creando, en la mayoría de la gente, en base a la información presentada por medios masivos de comunicación (*información incidental o vulnerable* a la manipulación y que por tanto se ha de considerar una variable importante) y de las vivencias y realidades muy aisladas de cada individuo (*información subjetiva*). Por tanto, se hace necesaria una visión general, que ante cualquier acierto, diferencia, omisión o desconocimiento de estos tipos de información, nos proporcione el panorama bajo el cual los electores forjaron su decisión.

Como primer dato, hemos rescatado los datos presentados en la *Encuesta Nacional de Cultura Constitucional: Legalidad, legitimidad y rediseño del Estado IFEIJ, UNAM, 2011*⁴⁴, la cual nos proporciona que la percepción previa tiene un

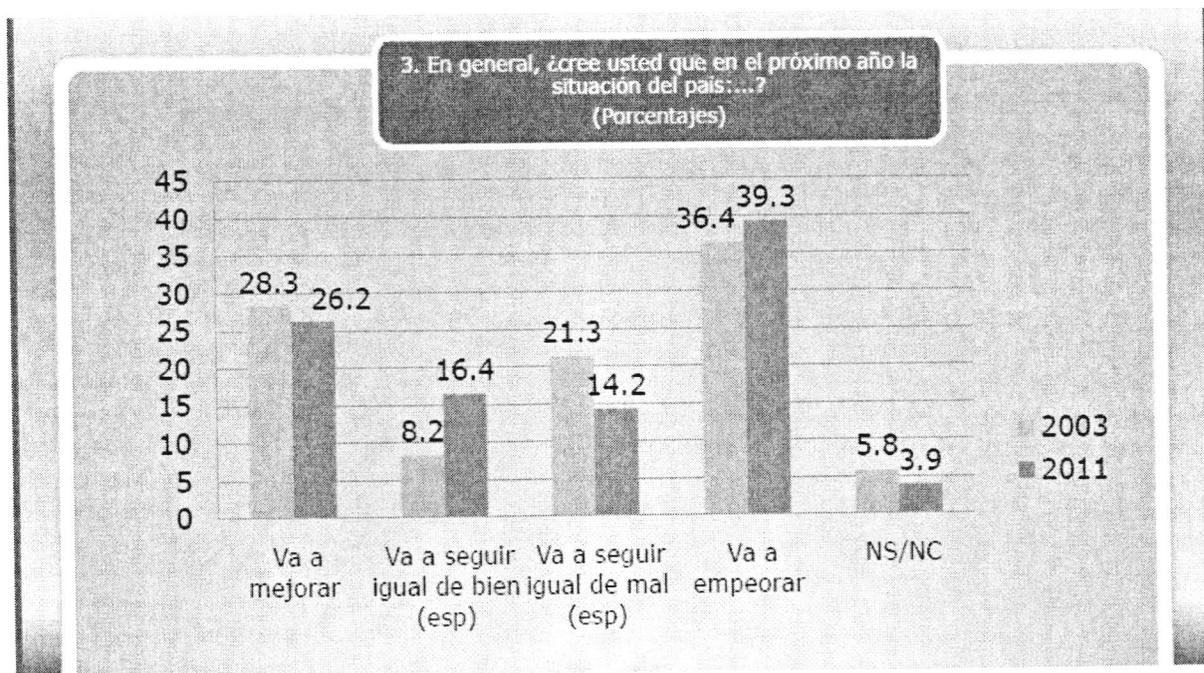
⁴⁴ Encuesta Nacional de Cultura Constitucional: Legalidad, legitimidad y rediseño del Estado IFEIJ, UNAM, 2011.

<http://www.juridicas.unam.mx/invest/areas/opinion/doc/EncuestaConstitucion.pdf>

carácter altamente negativo. Sin considerar un análisis específico, la gente en ese momento percibía que la situación del país no era mejor o igual respecto a los primeros años del gobierno del PAN, e incluso del año previo a la elección de Felipe Calderón.



Dentro de este sentido negativo casi la mitad de los encuestados percibe la situación del país como “preocupante”, mientras que uno de cada seis la considera “peligrosa”.



De igual manera las expectativas a futuro, propiamente para el año en que las campañas y las elecciones tendrían lugar, no son alentadoras. De acuerdo con las opiniones de los entrevistados, más de la mitad de los participantes en la encuesta de 2011 tienen expectativas pesimistas. Cuatro de cada diez entrevistados dijeron que la situación mejorará o seguirá igual de bien. Quienes tienen expectativas optimistas del futuro son las personas que obtienen cinco salarios mínimos o más, en contraste las personas más pesimistas son quienes obtienen uno o menos salarios mínimos. Sin embargo, es fácil suponer que estas cifras tendrían cambios sustanciales respecto a temas específicos, más allá de los niveles de ingreso, ya que aunque en cada elección muchas personas forjan su decisión en un razonamiento tan básico y general como este, otras muchas tienen una repercusión directa con problemas específicos que los hacen asentar

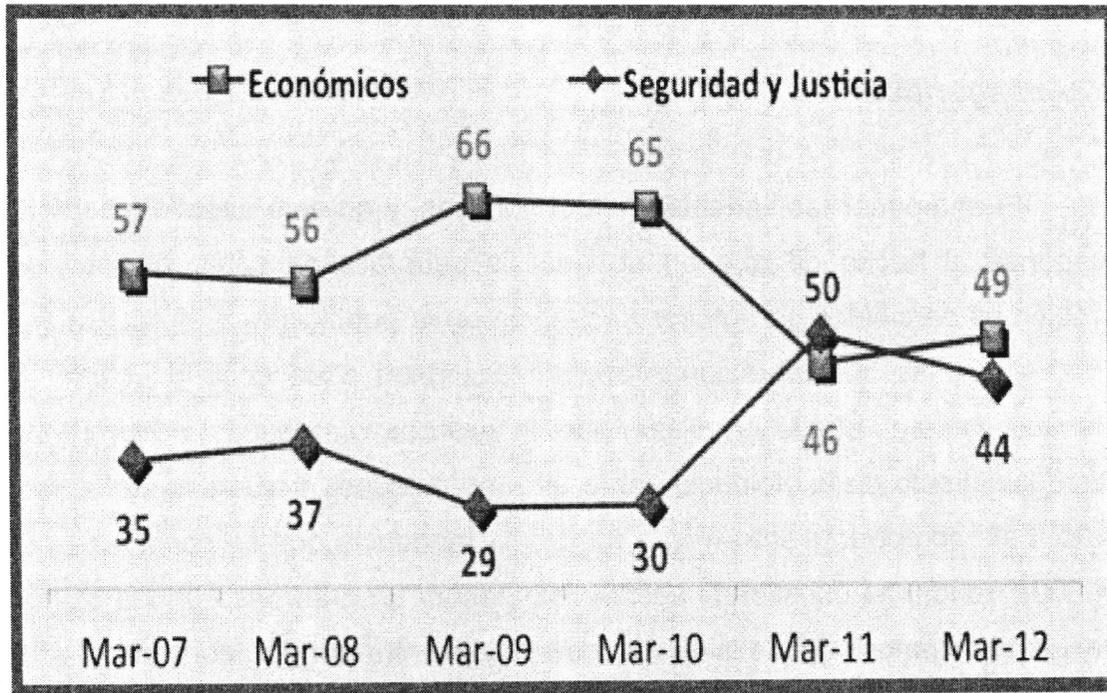
opiniones distintas, las cuales al final, son las que repercuten en su manera de decidir.

3.3-Inseguridad

El anteponer las variables no económicas, y en este caso la inseguridad, responde al hecho de que en un análisis generalizado sobre el tipo de los problemas percibidos con mayor frecuencia en la población en el año anterior a la elección, las consideraciones económicas caen a un segundo plano. Esta disminución se puede explicar por la intensa campaña mediática y el recrudecimiento de la violencia sobre todo en ciudades fronterizas del norte del país. Este comportamiento vino a romper la tendencia que se observaba desde el 2009 donde las cuestiones económicas tenían un gran peso en las opiniones de los mexicanos, donde siete de cada diez entrevistados consideraban a la economía como el principal problema. Para marzo del 2011 los temas de seguridad y justicia se colocaron por encima de cualquier otra opinión con una ventaja mínima, aunque con una escalada repentina. Según la *Décima Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México*⁴⁵ el debacle económico producido por la crisis inmobiliaria en estados unidos durante el 2008, no fue suficiente como para mantenerse por más de tres años en la opinión negativa en México pese a nuestra relación casi simbiótica, que propicia en cada crisis de nuestro vecino del norte un inevitable contagio en nuestra economía. Aunque se insistió por parte del gobierno que México estaba preparado y estable para contener una crisis como la presentada, el problema económico se agudizo durante todo el 2009 hasta el primer trimestre del 2010, año en el cual y sin tener una causa estricta en la mejora sustancial de los diferentes indicadores económicos, los temas referentes a la inseguridad y el narcotráfico son llevados a primera instancia en cuanto a las opiniones de los ciudadanos.

⁴⁵ México Unido Contra la Delincuencia A.C. y Consulta Mitofsky, *Décima Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México 2012*. Versión web: <http://mucd.org.mx/recursos/Contenidos/EncuestaMitofskydePercepcinCiudadanasobrela/documentos/10%20Encuesta%20%20%20Mitofsky%20completa.pdf>.

PRINCIPAL PROBLEMA POR TIPO



Fuente: Décima Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México 2012

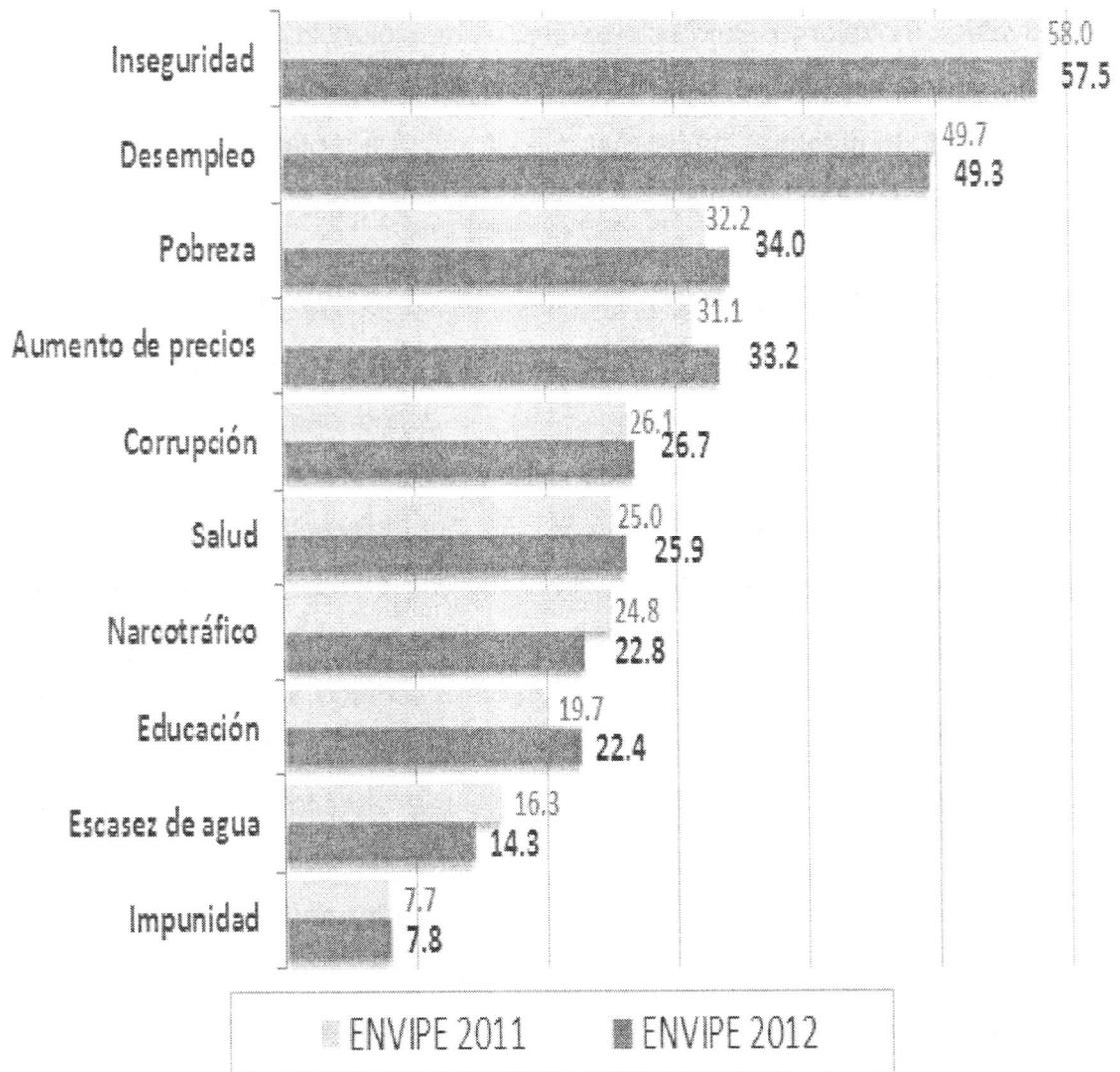
La gráfica anterior nos muestra que la inseguridad se presentaba ya como una de las principales preocupaciones en la sociedad mexicana durante los últimos cuatro semestres de la administración. Existía una gran cobertura mediática respecto a la estrategia del gobierno de Felipe Calderón “guerra contra el narco”, la cual, fue severamente criticada. Al respecto, dada la urgencia de convencer a los ciudadanos de que la estrategia iba teniendo logros, cada vez eran más los casos que se mostraban en los medios masivos de comunicación, de detenciones y golpes hechos a la delincuencia organizada. Sin embargo, lejos de convencer, esta propaganda del gobierno mostraba a los ciudadanos la creciente ola de violencia y el apoderamiento, cada día mayor, de las organizaciones criminales del control de algunas partes del territorio nacional. Así, el país se volvía espectador no solo del problema del narco y sus

consecuencias en la destrucción del tejido social, sino también observaba la manifiesta incapacidad del Estado en velar, de menos, garantías básicas. En otras palabras, se le mostraba a la ciudadanía que había casos en los que en ciertas regiones del país existía un vacío de autoridad en cuanto a los tres niveles de gobierno. Bajo este panorama de violencia y fuertemente mediático, la ciudadanía en general, y por tanto, los potenciales electores, obtuvieron una gran cantidad de información respecto al tema. La nota roja parecía ser ya una constante en la vida cotidiana.

Según los datos de la *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2012 (ENVIPE)*⁴⁶ más de la mitad de los Mexicanos encuestados opinó que la inseguridad y la delincuencia era el principal problema que aquejaba al país, obteniendo así la cifra publicada por el INEGI de un 57.5% de encuestados con esta opinión. Aunque respecto al año anterior y a los resultados del mismo estudio realizado en el 2011, se puede apreciar una disminución de 0.5 puntos porcentuales, que a pesar de no ser significativa, si representa de alguna manera el impacto mediático a principios del 2012 en la población, sobre todo, de quienes creían en una efectividad del gobierno respecto al tema, observando la utilización del ejército en algunas partes del país para el resguardo de la población en tareas de patrullaje. Asimismo podemos suponer que la diferencia respecto al año anterior no tuvo una magnitud como la esperada puesto que, y a pesar de la alta aprobación por parte de la ciudadanía a utilizar al ejército en el combate al narcotráfico, también se presentaron algunos casos en los que al mismo ejército se le cuestionaba por abusos y delitos contra la ciudadanía al violentar algunos de sus derechos y no poder ser juzgados bajo un fuero civil, restringiendo la impartición de justicia en una exclusividad militar, la cual, en algunos sectores de la población, también se veía bajo una opinión negativa al sospechar cierta complicidad y consumismo de drogas en el mismo ejército.

⁴⁶ INEGI, *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2012*
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/regulares/envipe/envipe2011/default.aspx>

Distribución porcentual de los principales problemas



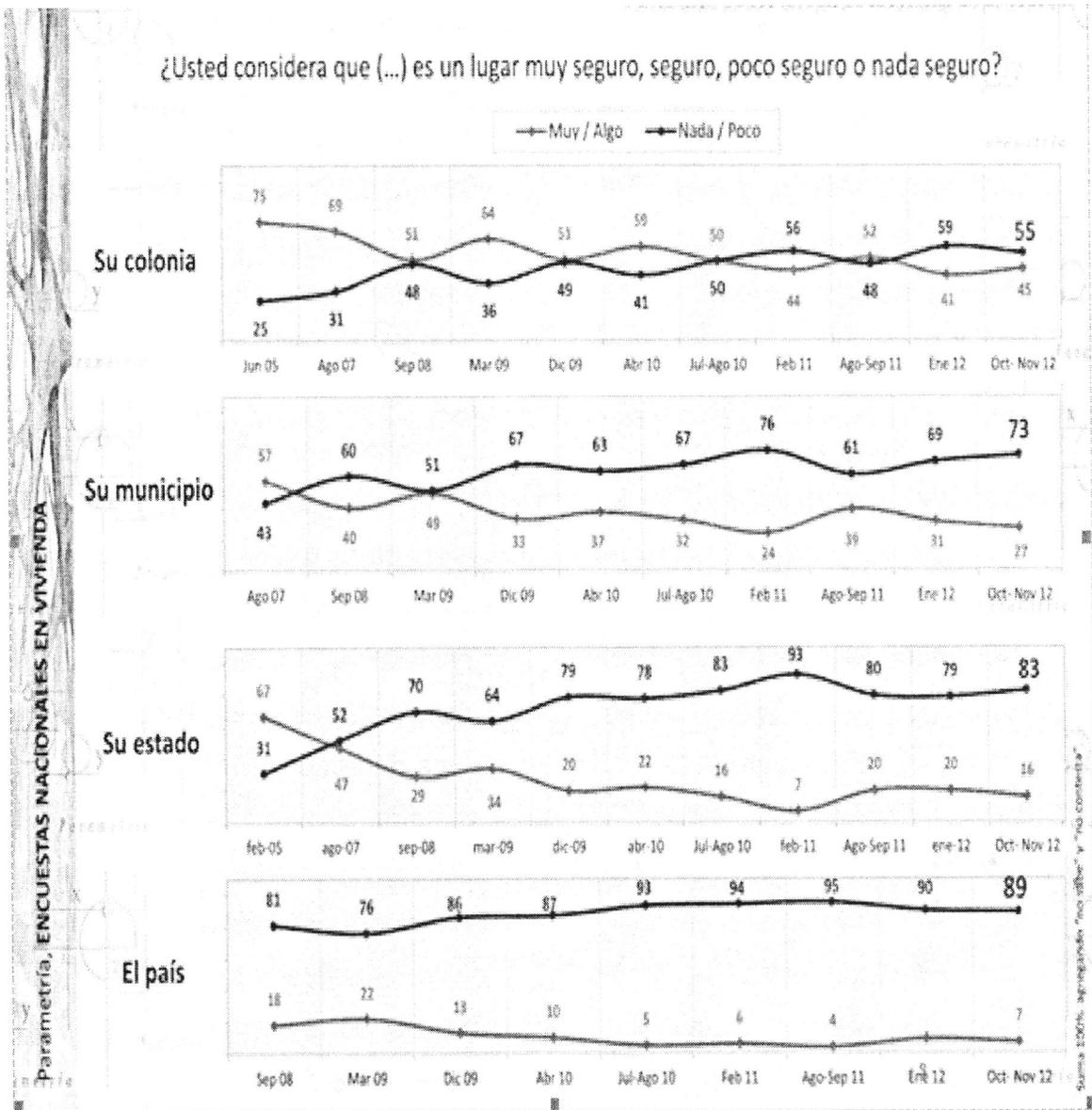
Fuente: ENVIPE 2012

Sin embargo, dicha mejora en la percepción nacional sobre este tema y a la respuesta del gobierno de sacar al ejército a las calles, no causó que el problema de la inseguridad y la delincuencia descendiera como la principal preocupación entre los mexicanos.

Hay que destacar, que en cuanto a los resultados de la ENVIPE 2011-2012 se disgregó el tema del narcotráfico, colocándolo como una categoría independiente. Esto es importante, ya que, si consideramos que el problema de la inseguridad alberga y se conforma, en gran medida, por reacciones directas del narcotráfico, estaríamos ante un incremento considerable en la cifra concreta, es decir, tendríamos que adecuar de alguna manera los 24.8 % para el 2011 y el 22.8 % para el 2012, a la cifra ya antes mencionada respecto a la inseguridad.

Un estudio hecho por la empresa "*Parametría*"⁴⁷ revela que en cuanto a la percepción de seguridad en los ciudadanos, los números se incrementaron en contra de una posible mejora. Asimismo, los datos muestran que entre la sociedad mexicana existe la percepción de vivir en espacios inseguros, esto es que: cinco de cada diez mexicanos (55%) consideran que su colonia es insegura; siete de cada diez (73%) se sienten poco o nada seguros en su municipio; ocho de cada diez (83%) creen que su Estado carece de seguridad; y nueve de cada diez (89%) afirma que el país es poco o nada seguro. La percepción de inseguridad se incrementa de lo local a lo nacional; los entrevistados consideran poco segura su localidad, pero perciben más inseguro el territorio nacional. Es factible que experiencias y el impacto de las noticias sobre el tema contribuyan a esta opinión. Esto muestra que, en referencia al sentido sociotrópico, la percepción es mayor teniendo como base la violencia en todo el país, aunque las experiencias personales también presentaron un aumento considerable. En el norte del país las valoraciones egotrópicas respecto a la inseguridad presentaron un mayor puntaje ya que en algunas de las ciudades de esa región como Chihuahua, Cd. Juárez, Nuevo Laredo, Tijuana, Torreón, Reynosa, principalmente, se incrementaron los índices delictivos, especialmente los relacionados con los del narcotráfico, los cuales, se caracterizan por tener una violencia mayor, y por tanto, una especial atención por parte de los ciudadanos.

⁴⁷ "*Reto de la Seguridad Pública*" Estudio de opinión. Parametría. <http://www.parametria.com.mx>



Fuente: Parametría: Reto de la Seguridad Pública

Sin embargo, no solo debemos apreciar los datos presentados de manera integral conforme a la inseguridad, delincuencia y narcotráfico, como un factor genérico primordial en la toma de decisiones del electorado, sino también se tiene que observar los cambios en la forma en que los distintos entes criminales ejecutan sus acciones ya que la mala percepción, y por tanto, los índices que miden esta problemática, se incrementan en la medida en que los actos delictivos se convierten en formas más violentas y amenazantes para la población. No es que se pueda decir que es preferible un cierto tipo de violencia

más aislada y reducida a ejecuciones entre delincuentes, a una en donde se exhiben en lugares públicos y con una gran audiencia cuerpos decapitados, o desmembrados para hacer un escarmiento que indiscutiblemente la población percibe como una amenaza directa de quienes pisan el mismo suelo dentro de cada región.

*El reporte del Centro de Análisis de Políticas Públicas: México Evalúa*⁴⁸, informó que durante el Gobierno de Felipe Calderón se registraron 101,199 homicidios dolosos, de los cuales el 50% (aproximadamente) están asociados al narcotráfico. Otro dato relacionado con el crimen organizado es el que dio a conocer el periódico Reforma, a través del “Ejecutómetro 2012”⁴⁹, el medio indica que se registraron 47 mil 253 personas que perdieron la vida en el sexenio del Gobierno panista, y hasta el 23 de noviembre de 2012 se contabilizaron 8,933 ejecutados. Cifra que, no es para menos mencionar, fue comparada con los números de muertes producto de los países con conflictos armados o en alguna guerra declarada.

Aunque el manejo que en los medios de comunicación se le dio a esta información no fue del todo bien dimensionada, la forma en que aparecían en los titulares noticiosos las muertes de los delincuentes asociados al narcotráfico gozaba de un alto impacto en la población, ya que, y a pesar de la mesura en los medios, era evidente la falta de una mínima valoración de la vida humana en las ejecuciones, que rayaban en lo grotesco e inhumano.

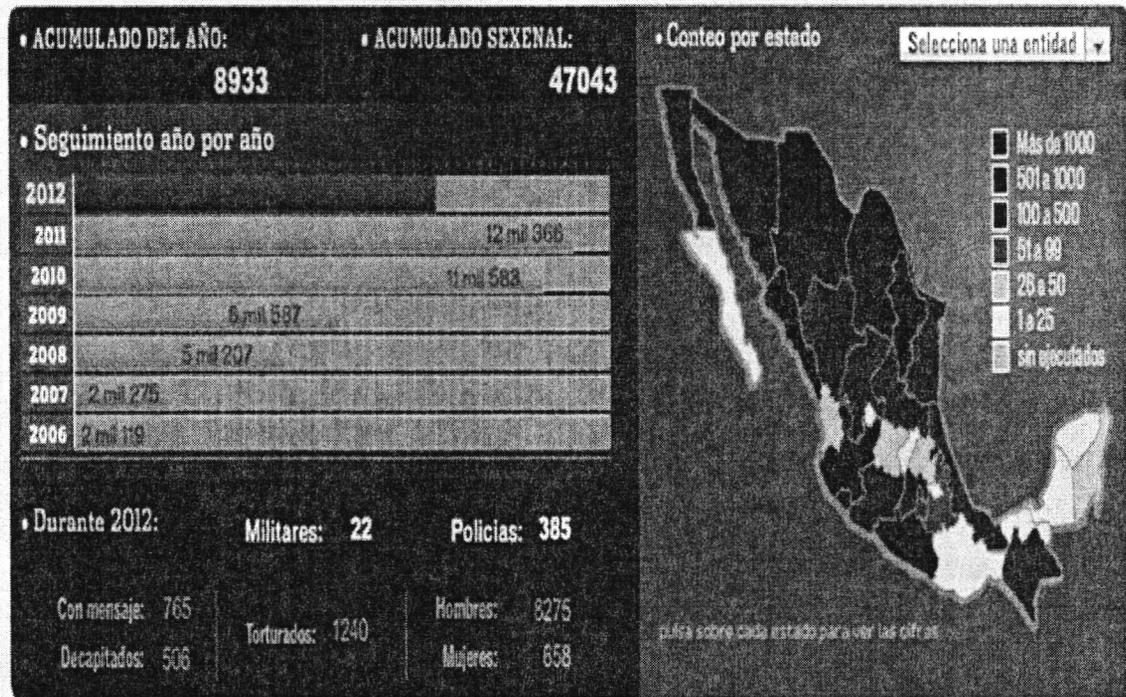
⁴⁸ México Evalúa, Centro de Análisis Políticas Públicas, A.C. *Indicadores de Víctimas Visibles e Invisibles de Homicidio*. Noviembre, 2012.

http://mexicoevalua.org/descargables/568ae9_413537_IVVI-H.pdf

⁴⁹ Ejecutómetro 2012, Grupo Reforma, 24 de noviembre de 2012. <http://www.reforma.com/>

Ejecutómetro 2012

El sexenio calderonista atraviesa sus últimos meses con un saldo rojo debido al aumento constante de ejecuciones en los años pasados. Grupo REFORMA realiza un registro periodístico semana a semana de las muertes causadas por la violencia del crimen organizado y el combate contra este fenómeno.

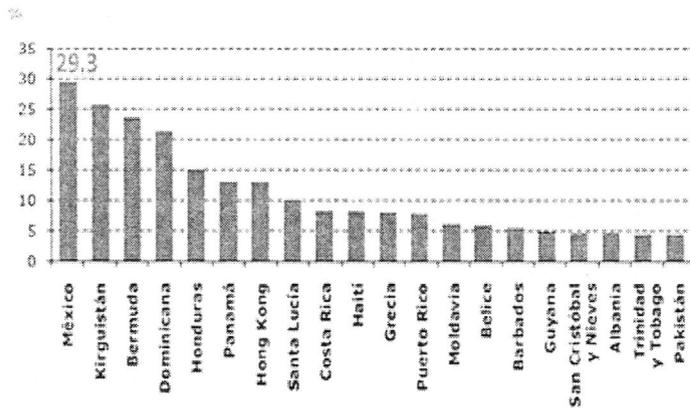


Fuente: Ejecutómetro 2012

En el mismo sentido, datos de la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, incorporados en el informe de México Evalúa, muestran que la violencia en México aumentó más que en cualquier otro país del mundo. La nación registró la tasa de crecimiento de homicidios más alta (29.3%) entre los últimos 20 países considerados. Homicidios que si los contrastamos con los del “Ejecutómetro” veríamos que la mayoría provienen del narcotráfico, poniendo así, a la “guerra contra el narco” a la par de conflictos armados, guerras civiles e incluso a la presentada en los países de medio oriente.

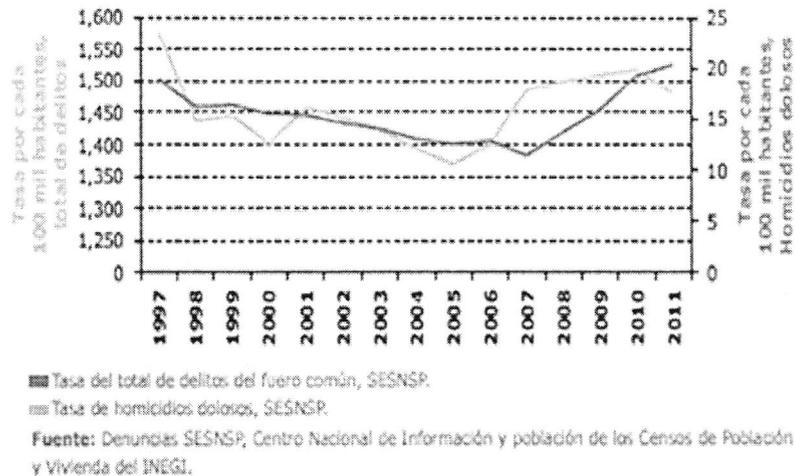
Tasas de crecimiento promedio anual: 2007-2010.

Países que registraron las tasas de crecimiento más altas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ONUDD.
*El cálculo se realizó con tasas de crecimiento geométricas.

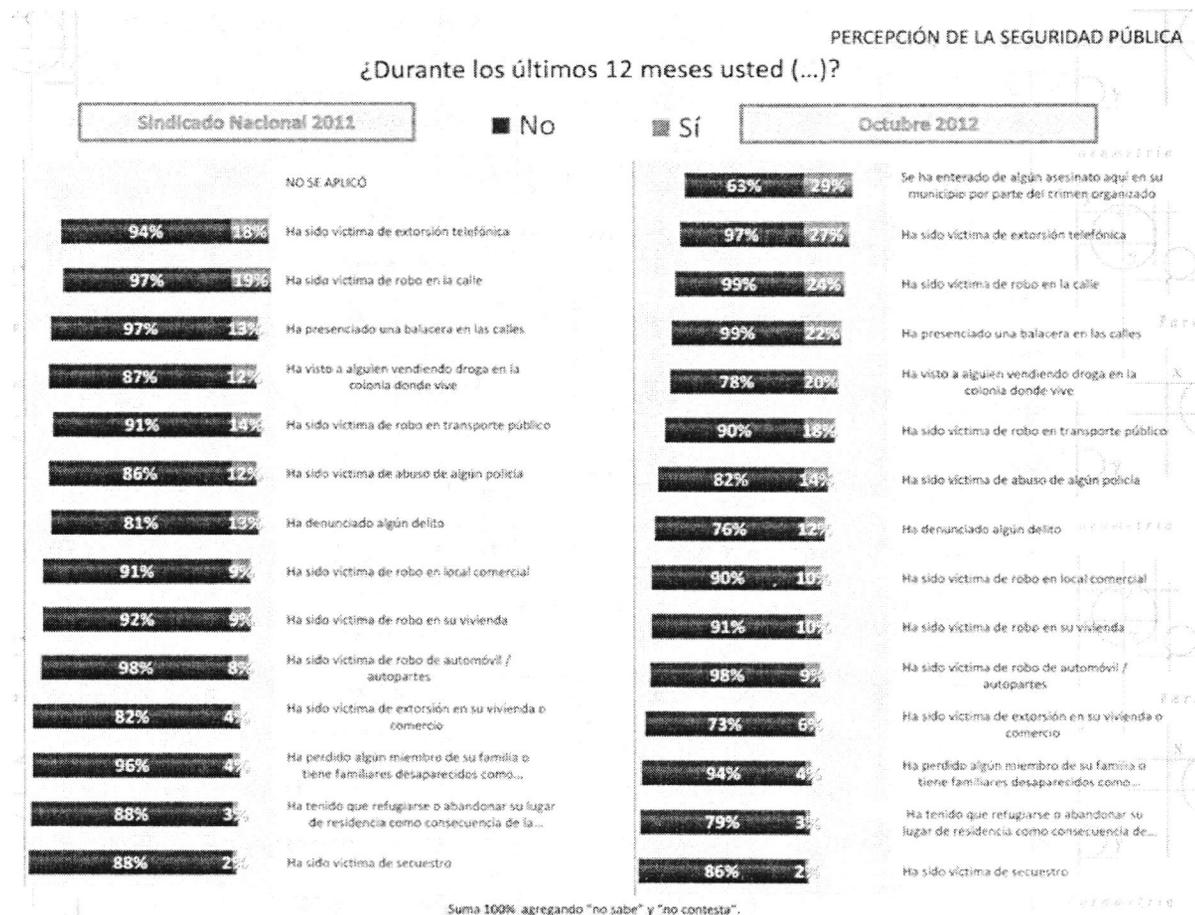
Delitos del fuero común y homicidios dolosos en México, tasas por cada 100 mil habitantes, 1997-2011



Fuente: México Evalúa http://mexicoevalua.org/descargables/568ae9_413537_IVVI-H.pdf

No obstante, el problema de la violencia y seguridad no se limita a los homicidios, sino que otros delitos también influyen en la percepción de la inseguridad que tienen los mexicanos. Entre 2006-2012, delitos violentos como el homicidio, el secuestro, el robo de vehículos con violencia y la extorsión han crecido. La ENVIPE reporta que el 24.5% de los encuestados de 18 años y más (18, 675, 004 personas), fueron víctimas de algún delito durante 2011.

En el ejercicio de Parametría, la población víctima de algún delito se incrementó de un año a otro. En 2011 el 18% de los entrevistados dijo haber sido víctima de extorsión telefónica, para octubre de 2012 el porcentaje fue de 27%. La proporción de asaltados en la calle creció 5 puntos porcentuales de 19% a 24%. El mayor aumento se registró en el porcentaje de testigos de una balacera, ya que en junio de 2011, los declarantes representaban 13% de la población, y para el 2012 las personas que habían presenciado una balacera constituyen un 22%. Si bien, estos delitos son del fuero común, también crecieron delitos relacionados con el crimen organizado. El 29% de los mexicanos respondió estar enterado de algún asesinato en su localidad por parte de la delincuencia organizada.



Fuente: Parametría: Reto para la Seguridad Pública

Acorde con la información del Latinobarómetro 2012, México era el país con el mayor número de víctimas de un delito con un 42%, y ocupaba la segunda posición en víctimas de delito con violencia (56%) sólo por debajo de Ecuador. Esta información evidencia que las condiciones internas de la nación incidían en la opinión que las personas tenían de la seguridad pública.

Por tanto, el tema de la inseguridad, de manera integral, constituyó el principal factor a considerar en las opiniones del electorado mexicano. No es para menos suponer que, incluso más allá de las valoraciones y las afectaciones económicas, la mayoría de la gente se preocupara por el llevar una vida tranquila y demandar que el narcotráfico junto con la delincuencia organizada no desquebrajara la paz del lugar en que viven. Así los potenciales electores de ese momento tendrían que filtrar su posible voto considerando el qué tanto crecería el problema o cual sería la estrategia a seguir por los candidatos, lo cual represento, como veremos más adelante, que las propuestas respecto a la inseguridad fueran un fuerte punto programático en las campañas. La estrategia “guerra contra el narco” mantuvo al PAN en una línea muy delgada en cuanto a una estrategia que le diera mayor aceptación o a que le generara una opinión contraria. Aunque en los primeros años de la administración de Felipe Calderón se tuvo una gran aceptación por la incursión del gobierno en hacerle frente a los principales grupos delictivos y cárteles del narcotráfico, durante el 2010 y conforme los medios acrecentaban los hechos al presentarlos en redes públicas, la opinión positiva descendió evidenciando un fuerte cuestionamiento respecto a los logros de la estrategia. Así, el panorama retrospectivo del PAN no contenía ningún referente de éxito que pudiera persuadir el voto a su favor, ya que ni en sus pretensiones de una política de seguridad efectiva, ni tampoco en la de una política de solidez económica, se habían tenido números a favor.

3.4.- *Corrupción*

Otro de los principales problemas referidos en la percepción de los ciudadanos durante un año previo y durante las pre-campañas, campañas y el día mismo de la elección, fue el de la corrupción. Cabe recordar que los problemas con implicaciones económicas, tales como el desempleo y la pobreza ocuparon el segundo y tercer sitio respectivamente, sin embargo, no serán analizados hasta el tercer apartado exclusivo del *Voto Económico*.

Aun así el tema de la corrupción tiene una implicación importante en cuanto a la toma de decisiones en el elector, y más cuando se ha sufrido de un cierto desencanto respecto al cambio esperado de las malas prácticas cometidas por gobiernos anteriores de corte priista. Si planteamos, de manera concreta en el análisis, la base teórica en que las aprobaciones del desempeño pueden ser un factor a favor o en contra para darle credibilidad a las promesas presentadas por los contendientes, en este rubro el PAN tuvo una importante desventaja en sus intenciones de dar continuidad a su partido en la presidencia, ya que muchos de los posibles electores no vieron una mejoría, o de menos, un cese de aquellas corruptas prácticas pasadas.

El estudio presentado por Consulta Mitofsky en conjunto con México Unido contra la Delincuencia A.C.⁵⁰ corrobora los datos de la ENVIPE asignándole una cifra de hasta un 6.8% en el bimestre previo a la elección, teniendo su porcentaje más alto en la gestión de Felipe Calderón en el año 2008 con un 7.1% en la percepción de los encuestados.

⁵⁰ “Décima segunda Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México”, Consulta Mitofsky/ México Unido contra la Delincuencia A.C.: http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_MUCD.pdf

¿PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS?

	MAY 2006	MAY 2007	MAY 2008	MAY 2009	MAY 2010	MAY 2011	MAY 2012	MAY 2013	VARIACIÓN 2012-2013
Inseguridad/delincuencia	26.4	26.6	17.7	19.0	22.3	30.7	41.2	32.4	-8.8
Crisis económica	20.0	22.6	23.8	40.2	29.8	18.4	14.3	26.4	12.1
Desempleo	22.1	14.6	15.9	15.3	16.1	17.5	13.8	15.4	1.6
Pobreza	11.9	10.4	10.3	5.4	8.6	8.5	10.5	9.4	-1.1
Corrupción	5.5	5.9	7.1	5.0	5.4	5.6	6.8	3.3	-3.5
Narcotráfico	1.2	7.6	6.8	4.1	6.8	6.7	3.2	3.3	0.1
Inflación	3.1	3.1	4.1	3.0	5.4	3.9	2.2	2.4	0.2
Bajos Salarios	0.6	1.3	3.2	1.7	1.9	1.2	0.7	2.2	1.5
Drogadicción	1.8	1.2	1.3	0.8	0.9	1.3	1.5	0.7	-0.8

Fuente: Decima Segunda Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México

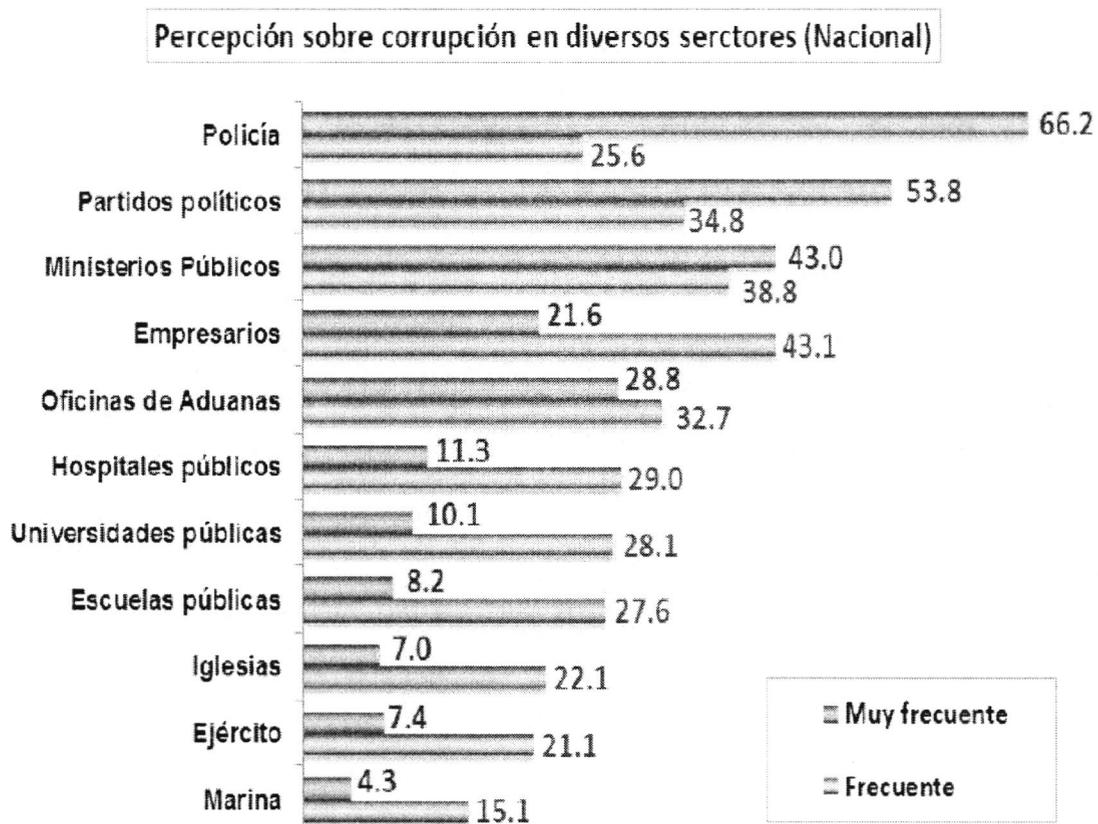
Dentro de esta mala percepción, es importante destacar cuales fueron las instituciones con los porcentajes más altos, observando como ejemplo que en el caso de la policía (que como mencionamos anteriormente, era la institución que tenía el encargo de promover la tarea más importante de gobierno en cuanto a la única estrategia reconocida por el electorado) no gozaba de una buena opinión, incluso, los ciudadanos la catalogaban como la institución más corrupta. Es por ello que no es de sorprender que la estrategia "Guerra contra el narco"

promovida como un gran factor y logro del PAN, fuese tan criticada, puesto que siendo la Policía Federal el responsable directo de ejecutar dicha estrategia, tenía el indicador más alto en cuanto a corrupción. De esta forma, veríamos después, que fue un tema en el cual incidieron los demás partidos, incluso llevándolo a un tema central, en el caso PRI, con la sentencia “nosotros sí sabemos gobernar”

Dentro de los mismos datos presentados por el estudio del INEGI “Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2011” (ENCIG)⁵¹, también se presenta a los órganos encargados de la impartición de justicia, y en específico, a los ministerios públicos, en un tercer lugar como institución más corrupta, teniendo como cifra de 43% en las menciones de los encuestados.. Si añadimos el tema de la procuración de justicia de manera genérica, veríamos entonces que la corrupción en este rubro tiene un porcentaje bastante considerable. Aunque esta cifra se sustenta en la poca efectividad que históricamente se ha tenido en el país respecto a los que no terminan pagando una pena por el delito que cometieron, también una de las principales causas de esta mala percepción pudo ser que los ciudadanos observáramos en varias ocasiones las detenciones de altos rangos dentro de los cuerpos delictivos, las cuales, se enmarcaban en los medios de comunicación como un paso más, en que se le ganaba a la delincuencia organizada, sin embargo, también muchas ocasiones fuimos espectadores que muchos de aquellos detenidos salían tiempo después gracias a los procesos penales poco efectivos que llevaban a cargo las instancias correspondientes. Incluso en algunos casos las opiniones de los ciudadanos se inclinaban a que existían fuertes nexos entre autoridades y delincuentes haciendo de la procuración de justicia una tarea que, en vez de perseguirlos, les brindaba protección y el paso libre para sus actividades ilícitas. Es decir, se tenía una alta percepción de que la delincuencia estaba inmersa o

⁵¹ INEGI, Encuesta sobre Calidad de Trámites y Servicios del Gobierno, “Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2011” (ENCIG), BOLETÍN DE PRENSA NÚM. 358/12, 16 DE OCTUBRE DE 2012, AGUASCALIENTES, AGS.
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/especiales/encig/2011/default.aspx>

tenía una fuerte influencia dentro de las instituciones de impartición de justicia en todos los niveles de gobierno, ya que si bien, el gobierno y la Policía Federal llevaban la bandera y el compromiso de reducir la actividad de los grupos delictivos, dentro del ámbito estatal y de las policías municipales, no se observaba un intento productivo que se sumara a este supuesto.



Fuente: INEGI, ENCIG 2011

Por otra parte, en segundo lugar, los partidos políticos también tenían una alta desaprobación en cuanto a corrupción, aunque se podría decir que a pesar de tal condición y de manera general, entre los cuatro Partidos y candidatos contendientes, se gozaba de cierta igualdad de condiciones. Sin duda hubo diferencias y un partido era percibido como más corrupto que otro, sin embargo al ser el PAN el partido que Gobernaba e implementaba las estrategias del rumbo del país, de cierta forma, las valoraciones del electorado se concentraba

más, como ya lo vimos teóricamente, en la evaluación de su desempeño, acciones y de la imagen como partido en el poder.

En el aspecto internacional desde el año 2000 existe un aumento en cuanto a los niveles de corrupción, ganando año con año lugares en el ranking de los países más corrupto según reconocidas instancias internacionales. Al iniciar la administración de Felipe Calderón, según el informe de *Transparencia Internacional* 2006, México se encontraba en el lugar 75 de 173 evaluados, mientras que para el informe del 2012 se colocaba en el lugar 105 de 175 países⁵². La corrupción en nuestro país aumento de manera gradual durante el los dos sexenios de los gobiernos del PAN lo cual probablemente fue considerado por parte de los electores ya que la idea de vivir en la alternancia conlleva, para muchos, el dejar a un lado las prácticas corruptas del gobierno anterior, algo que evidentemente y bajo percepciones internas y externas, no sucedió. El índice de Percepción de la Corrupción de *Transparencia Internacional* contempla un conjunto de encuestas de opinión aplicadas a expertos que sondean las percepciones de corrupción en el servicio público, así como de la percepción general de los ciudadanos en cuanto a los servicios de la administración pública, por tanto, dicho índice tiene sustancialmente la opinión concreta de los que pudieron ser los potenciales electores durante el 2012.

⁵² *Índice de Percepción de la Corrupción de Transparency International 2006, versión web:* http://www.funcionpublica.gob.mx/web/doctos/transparencia/focalizada/indices/02a_report_ipc_2006.pdf, y *Corruption Perceptions Index 2012 Transparency International, versión web:* http://issuu.com/transparencyinternational/docs/cpi_2012_report/4?e=2496456/2010281

4.- Factores del voto prospectivo en la elección presidencial del 2012

4.1.- Equidad, calidad, y el manejo de la información presentada durante la carrera presidencial.

Como ya mencionamos, el proceso de decisión radica en las consideraciones hechas respecto a lo que se hizo anteriormente, junto con lo que se ha de proponer. Por tanto, las futuras e hipotéticas respuestas a los problemas concebidos por los ciudadanos, requieren una aprobación que las haga más convincentes. Dicha aprobación se obtiene, en gran medida, de las evaluaciones previas al desempeño efectuado de quienes detentaron el cargo en ocasiones pasadas, las cuales, para la elección presidencial del 2012, se han presentado en el apartado anterior. Sin embargo este axioma no se realiza de una forma tan sencilla, ya que el elector necesita un mínimo de información para ejercer un actuar racional que determine su voto, la cual puede presentarse en un ambiente donde se ha de manipular para influir en la decisión del electorado.

Por tanto, es de suma importancia analizar la equidad con que se presenta dicha información, observando los tiempos y canales informativos en los que a cada candidato se le da la oportunidad de difundir entre los electores, tanto sus acciones pasadas, como su acción prospectiva. De igual manera, se tiene que tomar en cuenta la calidad de la misma, a favor de que los juicios de utilidad esperada en los electores no carezcan de veracidad o de exclusión alguna. Asimismo, se ha de considerar la información producida desde el principio del

proceso por las encuestas respecto a la intencionalidad del voto, ya que tomando en cuenta los factores que inciden en la valoración de las preferencias en los votantes, el suponer las ventajas o descensos en los puntos porcentuales de la intencionalidad del voto en los contendientes, implica el accionar estratégico, distorsionando así las preferencias al día de la elección.

Por otra parte, es importante analizar y describir las plataformas de campaña de los cuatro candidatos a la presidencia, esto con el sentido de entender las distintas estrategias planteadas, así como el alcance y manejo de la información de cada partido o coalición para persuadir el voto a favor, entre los ciudadanos.

El siguiente apartado tiene como objetivo el exponer algunos de los datos que se presentaron durante el proceso, con el sentido de mostrar un panorama general de la información disponible por los electores en el proceso de dicha elección.

4.2.-Exposicion a la información: Campañas y Spots

El proceso electoral de 2012 estuvo compuesto por tres etapas: precampaña del 18 de diciembre 2011 a 15 de febrero 2012, intercampaña del 16 de febrero a 29 de marzo 2012 y la campaña del 30 de marzo a 27 de junio 2012. Hay que aclarar que la contienda electoral del 2012 fue la primera en la que existieron las intercampañas, creadas a partir de la reforma electoral 2007-2008 como “un espacio diseñado por los legisladores para que se resuelvan los diferendos surgidos en los partidos políticos y coaliciones con motivo de la selección de sus candidatas y candidatos, y para que al inicio de las campañas,

todos los contendientes tengan las mismas condiciones”⁵³. Esto responde a las notorias discrepancias y enconos que fragmentan internamente las estructuras mismas de cada partido. El proceso de apertura en la decisión de candidatos no siempre resulta como la mejor manera de elegir y menos en aquellos partidos que históricamente han tenido estructuras basadas en la imposición o en la adjudicación de relevos. Actualmente y ante la nueva racionalidad del votante que hemos descrito anteriormente, la democracia debe permear a todo el ejercicio político hundiéndose a los partidos en una retórica que, en cada nuevo proceso electoral y lejos de permitir una injerencia directa de sus militantes, pareciera que los hace inventar nuevas formas de encubrir sus imposiciones a la par de legitimarlas ante sus simpatizantes.

En nuestro país las campañas políticas se hacen valer por los tiempos en los medios de comunicación principalmente. Aunque los medios impresos como los carteles y espectaculares son una de las formas más efectivas de reconocimiento de los candidatos, la televisión y la radio conforman una importante vía para proveer de información a los ciudadanos. La guerra de spots se ha convertido en el medio principal para dirimir opiniones hacia los candidatos y partidos que contienden, por lo que los tiempos en televisión, la publicidad y el marketing político son esenciales dentro de las campañas ya que en la forma en que principalmente los ciudadanos se hacen de la información política. Dentro de los resultados que la *Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ENCUP 2012*⁵⁴ se considera que 76.10% de los ciudadanos usa la televisión para enterarse de los temas políticos, mientras que solo un 9.01% lo hace por la radio.

⁵³ Jara, Elías José Rubén *Comp. Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012*. Pág.: 47.

⁵⁴ *Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ENCUP 2012*, disponible en: <http://www.encup.gob.mx/work/models/Encup/Resource/69/1/images/Resultados-Quinta-ENCUP-2012.pdf>

P4. ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en política?

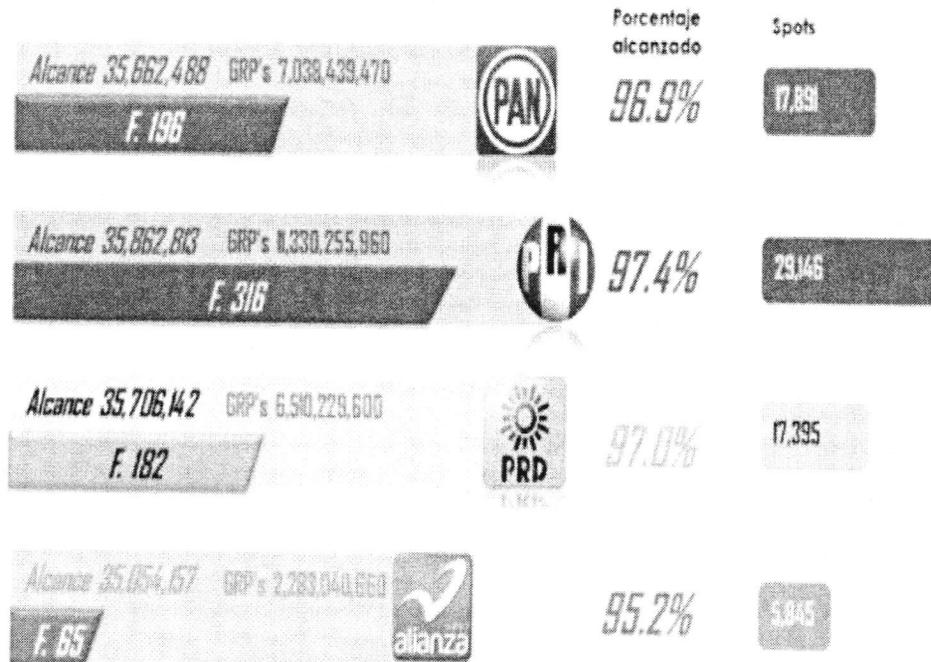
Opción de respuesta	Muestral	Expandida	%
Radio	338	6,920,373	9.01
Televisión	2,854	58,428,717	76.10
Periódicos	201	4,116,664	5.36
Revista	3	63,285	0.08
Redes sociales	27	559,607	0.73
Internet	179	3,655,406	4.76
Por comentarios o rumores	68	1,397,964	1.82
No me interesa informarme de política	59	1,208,558	1.57
Su esposo	1	20,413	0.03
Mensaje de celular	3	61,015	0.08
Todos	11	222,947	0.29
No sé	3	58,924	0.08
No contesta	3	61,941	0.08
Total	3,750	76,775,814	100.00

Fuente: Datos de la ENCUP 2012

El primer dato a analizar es el porcentaje de cumplimiento del pautaaje del IFE. Los números que arroja el estudio *Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012*⁵⁵ indican que de 73,760 spots que el Instituto mandó a transmitir en 10 canales principales se difundieron 70,277 spots, representando un 95.2% de eficiencia. Es decir, los spots pudieron llegar a un gran número de población. En la siguiente tabla se muestra los datos, de acuerdo al trabajo que realizó Delphos 2012.

⁵⁵ Jara, Elías José Rubén *Comp. Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012*. Pág.: 53.

GRÁFICA 6. ALCANCE EN MILLONES DE PERSONAS, PORCENTAJES Y FRECUENCIA. CAMPAÑAS 30 DE MARZO AL 27 DE JUNIO DE 2012



Fuente: Delphos 2012. Elaboración propia con datos de IBOPE AGB México.
 Periodo: 30 de marzo al 27 de junio de 2012.
 Datos de alcance (Cov%)(Cov#), frecuencia (OTS), GRP e inserciones para el target 18+ nacional.

Como se muestra en la gráfica, el impacto mayor de spots fueron los presentados por el PRI, que obtuvo 97.4% con el candidato Enrique Peña Nieto, Andrés Manuel López Obrador y Josefina Vázquez se siguieron muy de cerca. Los spots alcanzaron a 98% de su público objetivo, es decir, un total de 36, 062, 680 personas alcanzadas. Un dato que resulta revelador para el análisis futuro sobre los tiempos que se dedican a las campañas se encuentra en el total de los "Puntos de Rainting" *GRP* (Gross Rainting Point) de la campaña. La cifra final fue de 27, 161,965, 690 (más de 27 mil millones), dato que muestra claramente el exceso de promocionales que se utilizaron para llevar a la población los

mensajes de los candidatos a la presidencia. Derivado de esta saturación sin precedentes, ningún sector de la población se quedó al margen del “spoteo” electoral⁵⁶. Las personas en edad de votar fueron sometidas a una sobreexposición de *spots* por parte de los partidos, en un promedio de más de 750 impactos en tan sólo 90 días. Esta cantidad es diez veces mayor a la que pueda aspirar cualquier sector comercial con el suficiente capital económico para emprender una campaña publicitaria de gran envergadura. Incluso si consideramos los 192 días del proceso total (sumando precampaña, intercampaña y campaña), el volumen de exposición asciende hasta los 1,152 impactos.⁵⁷

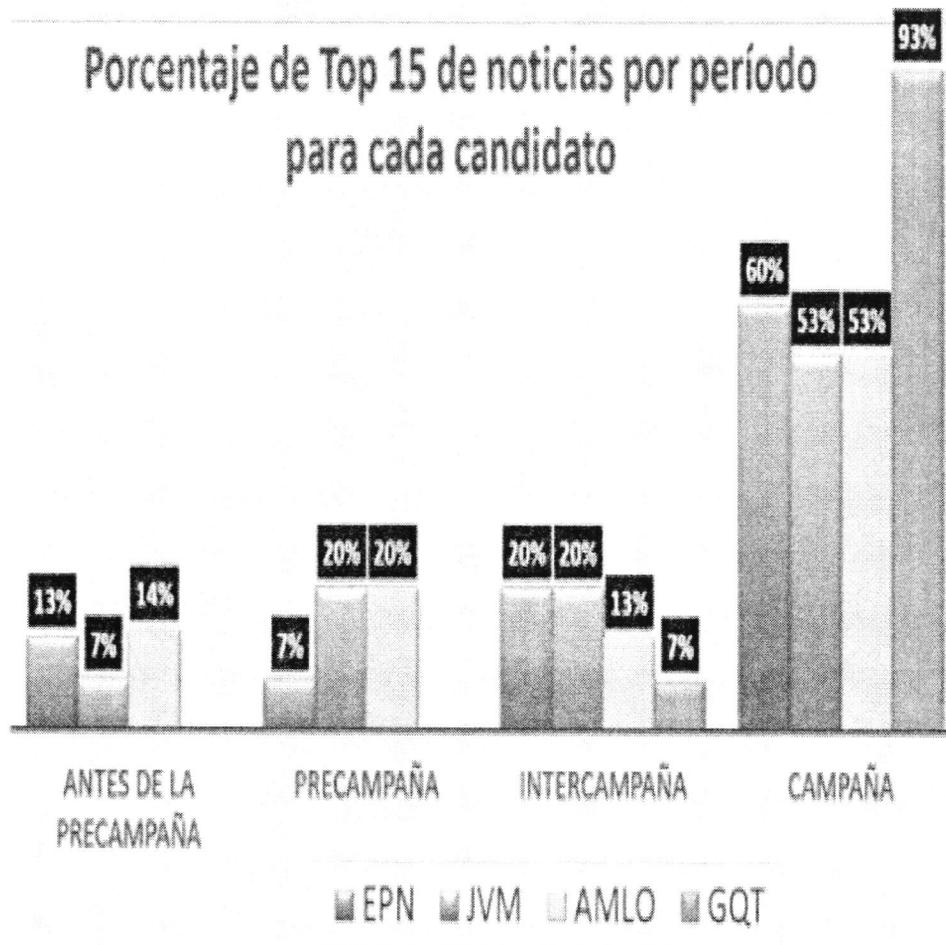
Sin embargo, el que haya existido una exposición “excesiva” o hasta un tanto “obscena” no quiere decir que los resultados fueran los esperados. Es decir la cantidad no es lo mismo que la calidad. La empresa Millward Brown dedicada a la realización de estudios de investigación en mercados, realizó un estudio en donde menciona que 47 *spots* que fueron evaluados, 60% de la gente declaró haber visto alguno de estos comerciales, obteniendo 16 puntos más que el registro en la Norma México. Aunque los *spots* políticos sí fueron notorios para el público, los esfuerzos publicitarios de los candidatos estuvieron relacionados en el vocabulario de la gente con palabras como “común”, “aburrido” o “débil”, llegando a tener cuatro veces más asociaciones negativas que los comerciales de marcas de consumo.

En cuanto a los medios de comunicación, es decir, qué tanto se habló de los candidatos, Delphos 2012 nos muestra la siguiente tabla donde se observa que GQT fue el que tuvo más exposición en noticias, seguido por EPN. JVM y AMLO estuvieron el mismo porcentaje en la campaña.

⁵⁶ Jara, Elías José Rubén *Comp. Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012*. Pág.: 53.

⁵⁷ *Ibíd.* Pág.: 64

Porcentaje de Top 15 de noticias por período para cada candidato

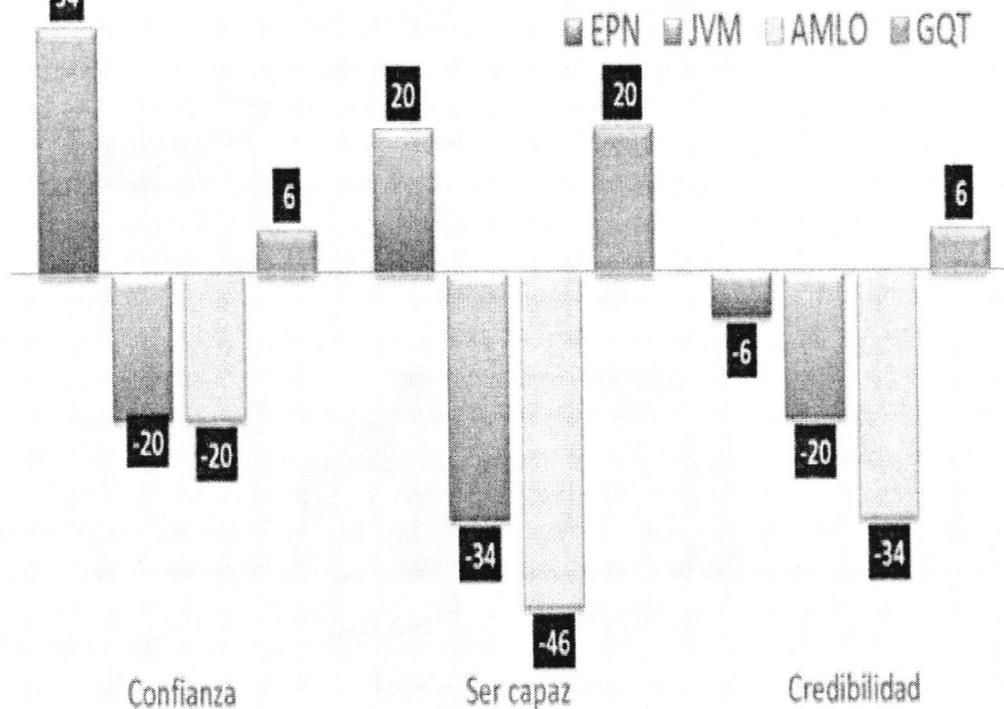


Fuente DELPHOS 2012

Por otra parte, en la siguiente gráfica podemos ver el saldo de opinión con relación a tres atributos específicos: generar confianza a partir de la nota, demostrar ser un candidato capaz a partir de la nota y generar credibilidad a partir de la nota. Destaca GQT como el único candidato que logró un saldo positivo en los tres atributos.

También destaca positivamente el saldo de EPN en generar confianza a través de sus noticias; por el contrario, es negativo el saldo para JVM y AMLO en cuanto a demostrar ser candidatos capaces y AMLO en generar credibilidad a partir de sus notas:

Saldo de opinión del Top 15 de las noticias más recordadas en atributos específicos



Fuente: DELPHOS 2012

Finalmente, al analizar el tema o contexto de las noticias, en la siguiente gráfica se observa que para EPN, JVM y GQT las noticias relacionadas con su proselitismo fueron de las más recordadas. Sin embargo, para AMLO, entre las más recordadas destacan noticias de ataque-escándalo. Por otra parte, es posible resaltar algunos resultados relevantes con relación al análisis de los modelos estadísticos construidos para los distintos candidatos, los cuales intentan explicar el impacto que tuvieron las noticias en la imagen del candidato y cómo esta imagen afectó la intención de voto.⁵⁸

⁵⁸ *Ibíd.* Pág.: 311

Para EPN y AMLO, sus modelos sí explicaron la hipótesis anterior, es decir, que las noticias sí impactaron la imagen del candidato y esta imagen sí afectó la intención de voto. En el caso de JVM la hipótesis no se cumplió como tal, ya que las noticias no tuvieron explicación en la imagen de la candidata; sin embargo sí tuvieron explicación en su intención de voto.

De GQT no se hallaron las observaciones suficientes que facilitaran su modelaje estadístico debido a que se integró al proceso electoral al final del periodo denominado precampaña; adicionalmente su nivel de recordación de noticias fue relativamente bajo, por lo que la construcción de un modelo no fue posible.

Para los otros tres candidatos, es importante señalar que en cada modelo existieron variables cualitativas, atribuidas a las semanas donde las noticias fueron relevantes en la medición de la imagen y de la intención de voto. Dichas variables cualitativas difirieron entre los modelos de cada candidato.

En el caso de EPN, su imagen empeoró en la medida en que la población entrevistada percibió una menor credibilidad generada por las noticias. Por el contrario, para AMLO, su imagen mejoró en la medida en que la población entrevistada consideró que el candidato demostraba ser capaz a través de las noticias recordadas. Así pues, estos dos atributos, credibilidad y ser capaz fueron los más representativos en la determinación de la imagen para cada uno de los candidatos respectivamente. Al comparar el desempeño de la imagen de estos dos contendientes presidenciales, en el caso de AMLO destaca que las noticias más recordadas y significativas afectaron de forma positiva la imagen del candidato, mientras que para EPN la incidencia en la imagen tuvo un impacto tanto positivo como negativo.

Destaca que la percepción de la imagen de EPN mejoró de forma significativa la semana del 26 al 30 de marzo de 2012, cuando inició su campaña presidencial en Jalisco con el evento llamado "La luz de la esperanza". Al

analizar las semanas más representativas en las que las noticias generaron un movimiento en la percepción de la imagen de EPN y AMLO, destaca la semana del 16 al 20 de abril 2012, cuando la imagen del primero empeoró, mientras que la imagen del candidato de la izquierda mejoró. En dicha semana, AMLO acusó al IFE de tener a EPN como su candidato preferido, en tanto que EPN respondió diciendo que él no caería en provocaciones y no incurriría en campañas que dividieran a los mexicanos; estas noticias generaron las posturas antes mencionadas.

Por otro lado, en la semana del 21 al 25 de mayo del 2012, el movimiento en la percepción de la imagen de estos dos candidatos fue opuesto. De nuevo AMLO ganó terreno mientras que EPN lo perdió. Destacan tres noticias con alta recordación: EPN deslindándose de las acusaciones en el caso de Tomas Yarrington, el caso donde tres jóvenes de la Ibero declaran con Loret de Mola que EPN es el candidato de Televisa y cuando se registró una manifestación a nivel mundial a favor de AMLO encabezada por integrantes de Morena, estudiantes y escritores.

Para EPN y AMLO la imagen contribuyó positivamente en la intención de voto. En el caso de JVM, no hay evidencia de que la imagen afectó su intención de voto; sin embargo, la credibilidad generada por las noticias más recordadas sí incidió en su intención de voto.

Cabe destacar que el número de noticias más recordadas que impactaron positiva o negativamente en la intención de voto por AMLO, es mayor en comparación con las de JVM y EPN.

La noticia sobre la manifestación mundial a favor de AMLO no sólo impactó su imagen, como ya se dijo anteriormente, sino también contribuyó de forma positiva en su intención de voto. Lo contrario sucedió en la semana del 12 al 16 de marzo del 2012, cuando AMLO anunció que estaba dispuesto a

entrevistarse con el papa Benedicto XVI en su visita a México, siendo esta la noticia que generó la mayor disminución para el candidato.

En el caso de JVM, la noticia que más impactó su intención de voto de forma negativa fue en la semana del 14 al 18 de mayo, cuando Elba Esther Gordillo, sin decir su nombre, la responsabilizó de degradar la administración de la educación por su corta visión y su ambición personal carente de autoridad.

4.3.-Las Propuestas de Campaña

Si bien es cierto que las campañas políticas pueden estructurarse con propuestas solidas e innovadoras, ¿en qué medida podrán, cumpliendo con esta condición, ser tan funcionales para persuadir el voto? Sin duda la estructuración de los ejes temáticos a menudo sigue una estrategia en donde se busca la maximización de los logros como partido o candidato, a la par que siempre minimiza o esconde los fracasos e ideales contrarios a la generalidad de los electores. Así podemos ver que los cuatro candidatos presidenciales tuvieron varios ejes temáticos y que estos, respondieron a los tiempos y coyunturas que surgían durante el proceso.

Los temas en campaña se hacen una variable importante para el análisis, puesto que de alguna manera, representan los puntos fuertes y de debilidad de las plataformas políticas de cada partido. Es decir, al omitir propuestas respecto a algún problema, se interpretaría como que hubo algún fracaso en ese punto y por tal no ha de ser digno de usarse como una bandera programática, contrario a que, cuando se quiere dar continuidad o una difusión mayor a un tema en específico, es porque la gente reconoce cierta efectividad que tuvo el partido. Los puntos de campaña además muestran las posibles acciones próximas de los candidatos, proporcionándonos de manera directa los insumos que como

votantes habremos de tomar en nuestras perspectivas futuras. Es así que se presentara un breve análisis de las campañas y sus ejes temáticos, el cual nos proporcionara datos útiles para el análisis

Josefina Vázquez Mota

Tuvo 4 ejes temáticos donde buscaba posicionarse como mejor la opción para los votantes. El primero de ellos fue mostrar su trabajo en la SEP y el posible beneficio de ser la única candidata mujer en la contienda; el segundo eje fue el “Vota Diferente” que nos muestra una candidata distinta. Al parecer hay un ajuste en la campaña en general y publicitariamente es una respuesta coyuntural a la adversidad que se presenta luego del inicio de campaña complicado que tuvo la candidata; el tercer eje fue el de la descalificación hacia sus contrincantes, porque ella descendía en popularidad con EPN y AMLO. Sus ataques eran más hacia el candidato priista por apuntar en las encuestas; por último, el cuarto eje temático fue “si gana ella, ganamos todos”, el objetivo fue crear un sentimiento de empatía que genere la percepción de una candidata próxima a la gente, lo cual se complementa con muchas personas tachando su mano izquierda en señal de haber votado por JVM.⁵⁹ En toda su campaña tuvo varios momentos complicados que al final repercutieron de manera importante para que el electorado notará su desesperación al quedar en tercer lugar de las encuestas y quedarse al final de la votación en una tercera posición.

⁵⁹ Jara, Elías José Rubén *Comp. Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012.* pág.: 73

Josefina Vázquez Mota	
1er Eje: Presentación mar 30 / 08 abr	<p>*Concepto de Campaña: Orígenes y Logros en cargos públicos</p> <p>*Temas: Seguridad Pública, Educación y Desarrollo Social</p> <p>*Detonantes del Conflicto: Contradicción: 3 millones de pisos firmes.</p>
2° Eje: Vota Diferente 08 abr / 17 jun	<p>*Concepto de Campaña: Voto diferente, Hoy es la oportunidad del cambio, Pacto por la gente</p> <p>*Temas: Lucha vs crimen organizado/No negocio con el crimen- Tengo decisión y valor, Voto diferente/Tú voz es mi voz (la gente habla por ella)- Trabajo, vivir en paz, llegar lejos, esfuerzo compartido.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Pena máxima a funcionarios involucrados con el crimen organizado, Cuentas bancarias para cada niño en edad escolar.</p>
3er Eje: Descalificación 13 may / 10 de Jun	<p>*Concepto de la Campaña: Reacciones al debate, México de corrupción y pacto con criminales, México violento, intolerante y de rencores.</p> <p>*Temas: Sensibilidad como mujer para escuchar, Equidad de género/que nadie falte al respeto o maltrate a la mujer, Elba Esther no frenará la educación/El pacto es con los niños y los buenos maestros.</p> <p>*Detonantes del Conflicto: Debate presidencial, Crítica a Elba Esther Gordillo, Crítica a EPN y AMLO, Confrontación AMLO.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Policía Nacional con disciplina militar, Eliminar fuero a la clase política, Igualdad para las mujeres en los ámbitos laboral, social y económico.</p>
4° Eje: Josefina la mejor 15 / 24 Jun	<p>*Concepto de Campaña: Si gana ella, ganamos todos, Vota Josefina (tache en la mano)</p> <p>*Temas: El papel de la mujer en la sociedad mexicana, Las mujeres y su voto por Josefina, Los hombres y el voto por Josefina, El futuro que México quiere, El papel de las mujeres en la jornada electoral del 01 de julio.</p> <p>*Propuestas de Campaña: No hay propuestas de campaña.</p>

Fuente propia, con información de Delphos 2012 e IBOPE AGB México

Enrique Peña Nieto

Durante su campaña se presentaron ocho ejes temáticos, los cuales respondieron a los incesantes golpes que hicieron modificar su estrategia. El primer eje mostraba a EPN como el candidato que buscaba mostrarse cercano a las problemáticas particulares de cada región o estado que visitaba. El segundo eje temático fue el de una campaña publicitaria en torno a las vivencias y orígenes del candidato. Ambos ejes tuvieron exposición simultánea. El tercer eje

fue el de dejar de lado las propuestas para centrarse exclusivamente en la defensa contra las campañas de contraste que realizaba el PAN en ese momento, se opta por no entrar mucho las campañas negativas, aunque si se confrontan cifras de los supuestos logros. En el cuarto eje temático se estructuran y detallan las propuestas. El quinto eje temático consistió en una invitación clara a formar parte de su movimiento construyendo una identidad propia. Es posible identificar dos frases que son indicativas de este eje: “México quiere cambiar” y “Mi voto es por Peña”. La intención es dar a conocer que todo tipo de personas se están sumando al proyecto de EPN. En el sexto eje temático se aprecia una mayor cercanía del candidato con la gente, sobre todo en aquellos spots en los cuales visita algunos hogares, entabla conversaciones de tú a tú con las personas y plantea sus propuestas en un lenguaje más sencillo, las cuales, principalmente fueron dos: el incremento en los ingresos de las familias y la reducción en el precio de la luz. Este último asunto se convertiría en la única propuesta del eje, puesto que se plantea una reforma energética con el propósito de aminorar los costos de la energía eléctrica en beneficio de todos. El séptimo eje temático se orienta principalmente a invitar al voto. Se menciona que el candidato va delante de sus adversarios en todas las encuestas, con el objetivo de que la gente piense que México ya decidió. Se relaciona al voto con el compromiso de cumplir las propuestas que emitiera el candidato durante la campaña y se llama a votar por el valor del trabajo. El octavo eje temático, desarrollado en paralelo a los demás y bajo la bandera unificada de la coalición Compromiso por México, tiene dos vertientes. La primera, una variante del recorrido por México, pero focalizada a los temas ambientales, y la segunda, se trata de la colecta de las iniciativas del grupo parlamentario del Partido Verde Ecologista de México en un complemento de campaña bajo el *slogan* “Mi compromiso también es verde”.

Enrique Peña Nieto	
1er Eje: Gira por México 30 mar / 13 may	<p>*Concepto de Campaña: Recorrido por diversas entidades el país, Exaltación de las cualidades de la región visitada.</p> <p>*Temas: Anuncio del recorrido nacional, Turismo/Crecer como potencia turística mundial, Generar empleos y derrama económica a través del turismo.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Corregir estrategia nacional contra el crimen, Generar oportunidades de empleo y calidad de vida, Combatir al narcotráfico con determinación para el florecimiento del campo y las mares.</p>
2° Eje: Presentación 13 abr / 13 May	<p>Concepto de Campaña: Orígenes, Experiencia personal como Gobernador, Logros como Gobernador</p> <p>*Temas: Infancia de EPN/Relaciones familiares con padres, hermanos y abuelos, Trayectoria Escolar/Mediación de la familia en la educación, Sentimiento del ejercicio de gobierno en el Estado de México.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Inversiones en infraestructura carretera, hospitalaria, educativa y de servicios.</p>
3er Eje: Respuesta a Campañas Negras 27 abr / 24 Jun	<p>Concepto de Campaña: No realiza campaña negra, No responde a agresiones, Contrasta información contra la presentada en campañas negras.</p> <p>*Temas: Las guerras sucias dividen a México/ No responder agresiones, Información sobre compromisos/Entrar a la página de Internet para evitar malos entendidos, Si México ya no es como antes, ¿por qué se tendría que gobernar como antes?</p> <p>*Propuestas de Campaña: Robustecer programas sociales como "Oportunidades", Gobernar para simpatizantes y detractores.</p>
4° Eje: La labor de un Presidente 27 mar / 03 Jun	<p>Concepto de Campaña: Amplitud de temas, Contenidos de carácter informativo, Momento en el que se detallan más propuestas.</p> <p>*Temas: Mirar al interior del Estado/Compromiso con la democracia libertad y transparencia, Combate al crimen organizado, Educación/Programas de fortalecimiento de infraestructura escolar, Política social/ Combate a la pobreza-Deuda con los adultos mayores, Trabajo/Creación de empleo para jóvenes-reactivación del campo, Promover el amor por México.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Eliminar 100 diputados del Congreso, Corregir estrategia nacional contra el crimen, Erradicar la pobreza alimentaria, Pensión universal para adultos mayores, Impulso a la política cultural de México, Promoción del Campo y canalización de recursos para este sector.</p>
5° Eje: La gente no puede estar equivocada 06 may / 17 Jun	<p>Concepto de Campaña: Felicitación por día de la Madre, Apoyo ciudadano, Apoyo de los jóvenes, Yo voy a votar por Peña Nieto.</p> <p>*Temas: Felicitaciones a las mamás de México, México quiere cambiar, Mi voto es por Peña.</p> <p>*Propuestas de Campaña: No hay propuestas de campaña en este eje.</p>
6° Eje: Que México cambie para bien 10 / 24 Jun	<p>Concepto de Campaña: Cambio de concepto a que México cambie para bien, Mayor cercanía con la gente, Campaña en corto, Explicación y recolección de solicitudes puerta a puerta.</p> <p>*Temas: Ingreso familiar/ Que el ingreso de cada familia sea mayor, Reforma energética/Bajar el pago de los recibos de luz.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Reforma energética para aminorar los costos de la luz.</p>
7° Eje: Invitación al Voto 18 / 24 Jun	<p>Concepto de Campaña: Voto por el valor del trabajo, Con tu voto vamos a cumplir, México es un gran país que merece un gran compromiso, Todas las encuestas lo confirman.</p> <p>*Temas: Llamado al voto, Resultados de encuestas.</p> <p>*Propuestas de Campaña: No hay propuestas de campaña en este eje.</p>
8° Eje: Compromiso de la Campaña verde 27 abr / 27 may	<p>*Concepto de Campaña: Recorrido por diversas entidades el país, El compromiso de EPN también es verde; Recopilación y apoyo de las iniciativas del PVEM.</p> <p>*Temas: Seguridad Social; Desarrollo sustentable; Política ambiental Conciencia ecológica.</p> <p>Propuestas de Campaña: Vales de medicina en Instituciones de seguridad social; Las empresas que contaminen deberán pagar y reparar el daño.</p>

Fuente propia, con información de Delphos 2012 e IBOPE AGB México

Andrés Manuel López Obrador

Tuvo solo 3 ejes temáticos, además de aprovechar los acontecimientos del movimiento #yosoy132 originado en la Universidad Iberoamericana. Hecho por el cual, de estar en el tercer lugar de las encuestas, pasó al segundo lugar y en un momento se lo acercó demasiado a EPN. El primer eje desarrollado en prácticamente todo el periodo de la campaña, del 30 de marzo al 15 junio, se caracterizó por enumerar los desatinos de las gestiones priistas en el poder, referencias a “70 años de corrupción” del PRI y 12 años vestidos de luto a consecuencia de las acciones de los gobiernos panistas en la lucha contra el crimen organizado. La campaña de contrastes se transformó y centró su objetivo en la figura de Enrique Peña Nieto y sus desatinos de campaña. La exaltación de los errores del PRI y del PAN, la crítica constante a la figura de Peña Nieto y el uso de imágenes de su visita a la Universidad Iberoamericana fueron los principales elementos explotados para tratar de acortar la distancia que, de acuerdo a las encuestas del momento, llevaba el candidato del PRI. El segundo eje temático Paralelo al primer eje, el concepto de reconciliación nacional es el de mayor despliegue en la campaña de López Obrador. A este tema dedicó 10 versiones de anuncios con un total de 4,613 inserciones comerciales en diez canales de televisión. En este eje se presentó la unión de fuerzas para recuperar un país de progreso y de valores, y generar un compromiso con todos, no sólo con los electores sino incluyendo tanto a simpatizantes como detractores. Fue también un llamado a la confianza y serenidad. Abordó temas como la seguridad, enfocando la atención en las causas del delito y no en el ataque de las consecuencias. El tercer eje temático fue más breve, y se intensificó al final de la campaña persiguiendo una identificación mayor con el electorado. El concepto central fue el apoyo de los jóvenes, como un llamado para conquistar a los votantes por primera vez.

El diseño fue coyuntural, a propósito de la animadversión que algunos jóvenes mostraron contra su rival Enrique Peña Nieto. El equipo de AMLO

rápidamente identificó la oportunidad y trabajaron una microcampaña de promoción del voto entre los jóvenes. Por otra parte, este eje incluye la propuesta de luchar por ideales y principios, imagen propia que AMLO trató de colocar siempre en el imaginario colectivo. La búsqueda común del ser humano también fue exaltada por el candidato bajo el *slogan*: “Somos millones de mexicanos los que luchamos por el cambio”.⁶⁰

Andrés Manuel López Obrador	
1er Eje Campaña de Contrastes 30 mar / 15 jun	<p>Concepto de Campaña: Una historia de un país, Apoyos de papel (dirigida a EPN), Sube intensidad de la campaña negativa con imágenes de la visita de EPN a la ibero, Yo ya no tengo miedo, no te dejes engañar.</p> <p>*Temas: 70 años de corrupción/Ejercito del poder del PRI, 12 años de luto/Resultado de los panistas, Recorrido por México/fomento del voto pueblo por pueblo, ciudad por ciudad.</p> <p>Detonantes de Conflicto: Experiencias recientes de gobierno PRI/PAN, Crítica a la figura de EPN, visita a la ibero de EPN</p> <p>*Propuestas de Campaña: Recobrar dignidad, Justicia y paz.</p>
2° Eje: Reconciliación nacional 30 mar / 15 jun	<p>*Concepto de Campaña: reconciliación nacional, País de progreso y de valores, Compromiso con los niños, Recorrido en todo el país, Solicitud de confianza, Serenar a México.</p> <p>*Temas: Construir juntos un México próspero, justo y fraterno., Seguridad/Atención a las causas del delito/Garantizar Paz., Gobierno honesto/Justicia y bienestar para todos/Combate a la corrupción/Eliminar los lujos del gobierno/Apoyo a la gente humilde del campo y la ciudad., Política incluyente/Gobierno para todos/Garantizar unidad.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Crear 7 millones de empleos, Reactivar la economía y progreso, Reactivar la economía y progreso, Renovar policias, introducir tecnologías y trabajar en conjunto con la ciudadanía.</p>
3er Eje: voto López Obrador	<p>*Concepto de Campaña: Apoyo a los jóvenes, somos millones de mexicanos los que luchamos por el cambio, convence a 5 ciudadanos más para votar.</p> <p>*Temas: voto joven/Voy a votar por López Obrador, Lucha por ideales y principios no por ambición y poder; voto por el renacimiento de México.</p> <p>*Propuestas de Campaña: No hay propuestas de Campaña</p>

Fuente propia, con información de Delphos 2012 e IBOPE AGB México

⁶⁰ *Ibíd.* Pág.: 95-101

Gabriel Quadri de la Torre

Tuvo 5 ejes temáticos que al final le permitieron tener una campaña estable, ya que no levantaba mucha expectación. Su primer eje “Combi y cuatro jóvenes” se sustentó en un símil de los aspirantes a la Presidencia de la República, personificándolos como si fueran jóvenes. A Quadri se le presenta bajo la figura de un intelectual con capacidad de discernimiento sobre las principales problemáticas del país, todo ello enmarcado en la interrogante: “¿contamos contigo?”; el segundo eje temático fue representación de la interacción ficticia de los cuatro jóvenes, simulando a los candidatos, permitió exaltar los principales atributos del joven intelectual Quadri que invariablemente aportaba comentarios refinados sobre las temáticas sociales tocadas en cada uno de los spots: salud, campo, equidad de género, discriminación, igualdad de minorías, conceptualización de ciudadanos únicos con derechos y responsabilidades, y el derecho de cada mexicano a la seguridad. En contraste se hacía la exaltación de los aspectos negativos de los otros tres jóvenes, mostrando a una jovencita estricta, rígida, conservadora, desinformada, renuente al contacto con la gente, a un joven de habla distendida preocupado por el amor y creador de conjeturas comunes e infundadas. Y ni qué decir del cuarto personaje, un joven de camiseta roja, que denotaba una preocupación solo por su apariencia carente de toda opinión. El tercer eje temático se caracterizó por la asociación del candidato con personajes históricos que son íconos de la libertad y el desarrollo humano. Señala que en la historia se registran cambios que parecían imposibles, por qué no pensar que en 2012 ¿es tiempo de un cambio más en México? Por eso la apuesta: “La historia demuestra que se puede cambiar el destino, tú tienes el poder de cambiar la historia”. Dado el alcance del mensaje, es fácil deducir que no hay propuestas en este eje, puesto que solamente se publicitó un gran ideal. De ahí también la ausencia del candidato o de su símil juvenil, y en su lugar la pantalla mostraba fotos y frases de Gandhi, Einstein, Luther King, Mandela y Zapata. El cuarto eje temático fue después de

los debates presidenciales, entre el 8 y el 26 de junio. En este eje se publicitan no solamente la candidatura a la presidencia, sino también las candidaturas del partido a las diputaciones y senadurías bajo el lema: “los diputados y senadores que México necesita”. Se hicieron dos versiones con un total registrado de 291 repeticiones. En el quinto eje temático de cierre, el equipo de Gabriel Quadri optó por presentar un balance de la campaña y trabajar en la reiteración del mensaje final: “La nueva alianza es contigo”. Se trató de un eje carente de propuestas, con amplios contrastes, desde introspecciones de Quadri con su símil juvenil hasta la interpretación de una canción de rock por parte de los cuatro jóvenes que meses atrás iniciaron su recorrido por México en la camioneta combi.⁶¹ Los 5 ejes temáticos fueron un tanto pobres, nunca tuvo un levantamiento de campaña favorable, siempre se mantuvo en cuarto lugar en las encuestas.

⁶¹ *Ibíd.* Pág.: 101-111

Gabriel Cuadri de la Torre	
1er Eje: Combi 4 Jóvenes 30 mar / 13 abr	<p>*Concepto de Campaña: Presentación del candidato GQT, 4 jóvenes que van a recorrer todo el país.</p> <p>*Temas: Presentación de la Campaña de 4 jóvenes que va a recorrer todo el país; Educación/Un país de excelencia requiere escuelas y maestros de excelencia; Equidad de género/Reinvidicar el rol de las mujeres.</p> <p>*Propuestas de campaña: Creación de escuelas y formación de maestros de excelencia.</p>
2° Eje: Campaña de contrastes 20 abr / 08 jun	<p>*Concepto de Campaña: Representación de GQT y su opinión respecto a temas de interés nacional; 4 Jóvenes continúan el recorrido por todo el país; Cambia el sentido interrogativo del slogan, ahora es afirmativo.</p> <p>*Temas: Salud, Campo/ El Campo necesita más que simples oportunidades, Equidad y no discriminación/Erradicación de minorías, sólo ciudadanos con derechos y responsabilidades.</p> <p>Propuestas de Campaña: Creación de un sistema de prevención de adicciones; Fortalecimiento de programas de apoyo para el campo.</p>
3er Eje: Bienvenido el voto de los libres 04 may / 08 jun	<p>*Concepto de Campaña: Relación con personajes históricos que son iconos de la libertad y el desarrollo, bienvenido el voto de los libres.</p> <p>*Temas: Cambio/La historia demuestra que se puede cambiar el destino - Tú tienes el poder de cambiar</p> <p>*No hay propuestas de Campaña</p>
4er Eje: Voto útil 08 / 26 jun	<p>*Concepto de Campaña: Voto útil, Carácter informativo; eje con el mayor número de propuestas.</p> <p>*Temas: Promoción del voto por los candidatos a Diputados y Senadores de Nueva Alianza; Los Diputados y Senadores que México necesita.</p> <p>*Propuestas de Campaña: Fomento a mercados y producción sustentable; Acceso universal a electricidad y transporte público; Eliminación de privilegios fiscales; Justicia accesible y transporte para todos; Policía preparada y eficaz; Reducir ISR a trabajadores y empresas; 8% del PIB para educación; Reelección de legislaturas y candidatura ciudadana; Infraestructura, transparencia y becas para el deporte; Sistema Nacional de Pensiones transporte y eficiente.</p>
5° Eje: La nueva alianza es contigo 15 / 22 jun	<p>*Concepto de Campaña: Balance de campaña; Una nueva opción.</p> <p>*Temas: Aprendizaje de la campaña electoral; Invitación al voto; Los ciudadanos somos mejores que los políticos.</p> <p>*No hay propuestas de Campaña</p>

Fuente propia, con información de Delphos 2012 e IBOPE AGB México

Indudablemente los cuatro candidatos implementaron sus plataformas de campaña conforme se fueron adecuando a los eventos coyunturales para poder tener más atención del electorado. Sin embargo, poco a poco fueron quedando

en un segundo plano las propuestas programáticas para dar lugar a una serie de descalificaciones y referencias de los malos resultados obtenidos por los contrarios. En cuanto a la información de carácter prospectivo se observó una disminución en la presentación en cada campaña y de todos los candidatos. Pareciera, de alguna manera, que las campañas, y particularmente la de JVM y AMLO, se enfocaban más crear una ansiedad basada en el retroceso que representaría el regreso del PRI a la presidencia, relegando, tal vez, la importancia de presentar propuestas que pudieran haber dotado de mejores argumentos en cuanto a su valoraciones prospectivas. Es así como se iban desarrollando las evaluaciones del electorado para poder determinar por cual candidato votar en un sentido estrictamente de ansiedad y de miedo que propiamente en propuestas sólidas y claras por parte de todos los candidatos.

Asimismo dentro del proceso de decisión el electorado no solo contempla las perspectivas futuras, en base a las promesas y campañas políticas, sino que también es importante saber que su voto será realmente decisivo, es decir, que realmente tenga posibilidades de que su voto sea útil conforme a sus preferencias.

4.4 Las encuestas y el voto estratégico: la información anticipada y su posible manipulación a fin de propiciar votos a favor.

Hemos visto conforme a los apartados anteriores los insumos tanto prospectivos como los retrospectivos que de alguna manera tomaron en cuenta los electores durante el año anterior y el periodo de campañas. Sin embargo, una parte importante dentro de las valoraciones racionales se presenta en función de las probabilidades de que su opción más deseada tenga de ganar.

El voto estratégico ocurre cuando los electores observan que su candidato o partido no tiene posibilidades de triunfo, por lo que votan “estratégicamente”, favoreciendo a su segunda mejor opción, que sí tiene posibilidades de ganar. Es así, que la consideración constante de las probabilidades de ganar una elección de un partido o candidato también influye fuertemente en el elector. Por tanto el saber la intencionalidad del voto y su presentación ante los electores nos indica la forma que esta información pudo haberse manipulado. No es un misterio que en México existan diferentes empresas que se dedican a medir, utilizando estudios de opinión, la intencionalidad del voto en donde los resultados pueden ser destinados a favorecer a ciertos partidos políticos. Los partidos tienden a presentar estos estudios a su favor y maximizar sus cifras como la única verdad. Asimismo los electores que retoman ciertas encuestas, ejercen sus valoraciones conforme a sus datos. La importancia de la presentación en los medios masivos de comunicación de estos estudios radica en que la injerencia dentro del ejercicio estratégico en los votantes es continua y que las “encuestas” son el único medio para la obtención de estas referencias. Por tanto el voto estratégico se va presentando conforme fluye esta información, que si bien no está regulada en cuanto a los tiempos y a la calidad de la misma aun en el país, debiera de menos exigir una veracidad imprescindible.

Para la elección del 2012, el voto estratégico retomo una gran importancia puesto que desde la alternancia, el PRI nunca captó votos a favor mediante este proceso en una medida considerable. En algunos sectores el PRI se concibe como una regresión a un régimen anacrónico, y por tanto, su vigencia parecía estar postergada. En las elecciones del 2006, donde la pluralidad y la nueva racionalidad del votante tuvieron su primera prueba, el PRI fue el menos beneficiado borrándolo prácticamente de dicha contienda. Para el 2012 se presentaba en una situación diferente, en la cual, al verse como la opción más fuerte pudo activar la valoración estratégica a su favor para así terminar con una imagen de partido retrógrada.

. Los resultados finales publicados por el IFE del proceso electoral fueron: coalición Compromiso por México con su candidato EPN con una votación de 19, 226, 784, los cuales representan 38.21%, por su parte la coalición Movimiento Progresista con su candidato AMLO con una votación 15,896, 999, que representan 31.59%, mientras que la candidata del PAN JVM tuvo una votación de 12,786, 647, lo cual representa 25.41% y por último el candidato de Nueva Alianza GQT tuvo una votación de 1,150, 662 lo cual representa un 2.29% de la votación nacional.

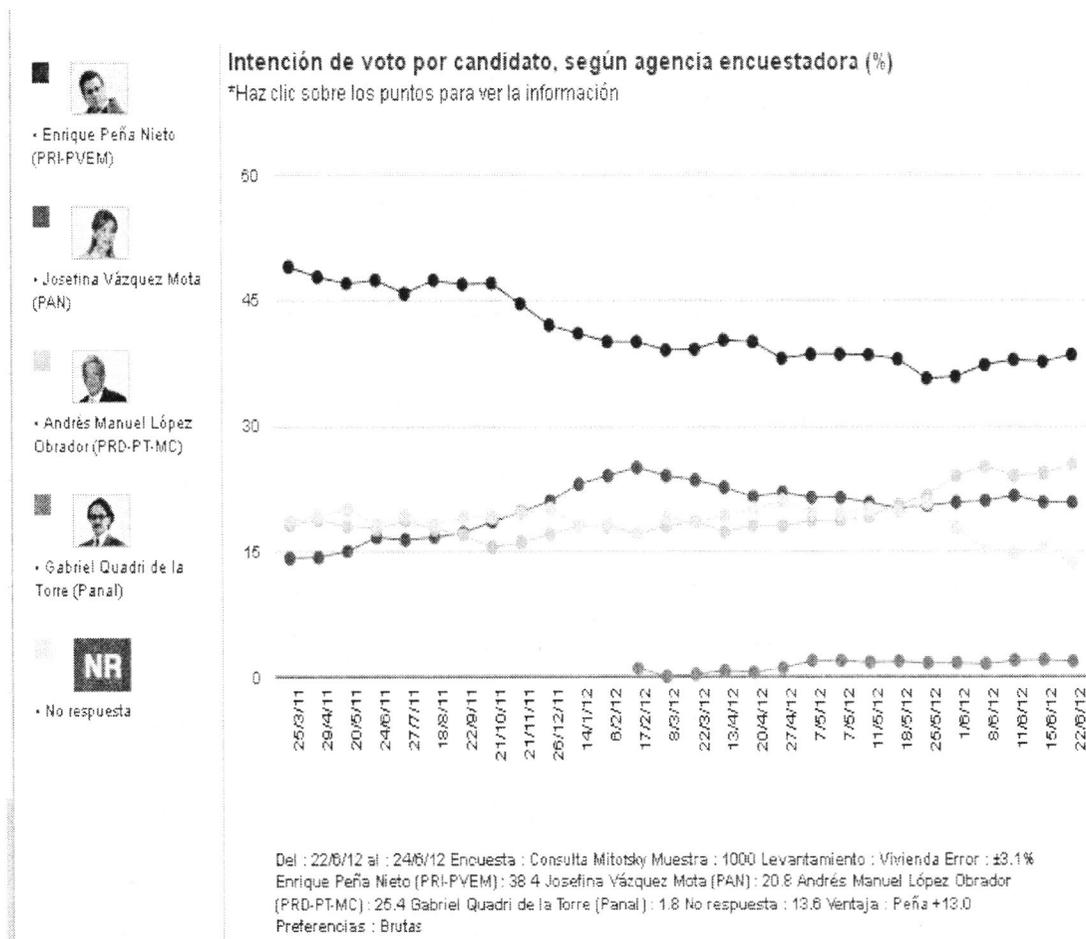
Tomando como base los datos finales de la elección, podemos ir analizando las distintas encuestas a fin de determinar sus posibles “errores” o practicas tendenciosas hacia alguno de los candidatos o partidos. Aunque se asume de alguna manera el margen considerado para las imperfecciones metodológicas y de aplicación, no se echa de menos la idea de que algunas casas o empresas encuestadoras usualmente son coaptadas por algún interés partícular para presentar datos “a modo”. Se han retomado los estudios fechados con la mayor proximidad a la elección, ya que estos representan la finalidad e integración estadística de cada estudio. Además, al ser los datos presentados como última medición, seria los que de alguna forma los posibles electores tomaron en mayor consideración. Este supuesto queda dentro de la observancia de que ante la proximidad de las elecciones los ciudadanos presentan un mayor nivel de atención a los temas políticos, y enfáticamente a los que tienen que ver con las elecciones. Incluso, se ha podido asegurar que para algunos casos las últimas cuatro semanas antes de los comicios son de vital importancia ya que gran parte del electorado que no ha definido su voto lo hace dentro de este periodo.

Por tanto a continuación se presentaran los resultados difundidos basados en las encuestas que muestran la certeza en sus estudios, para así poder

entender un poco las fuentes que tuvieron los votantes para decidir votar o no estratégicamente.⁶²

Consulta Mitofsky

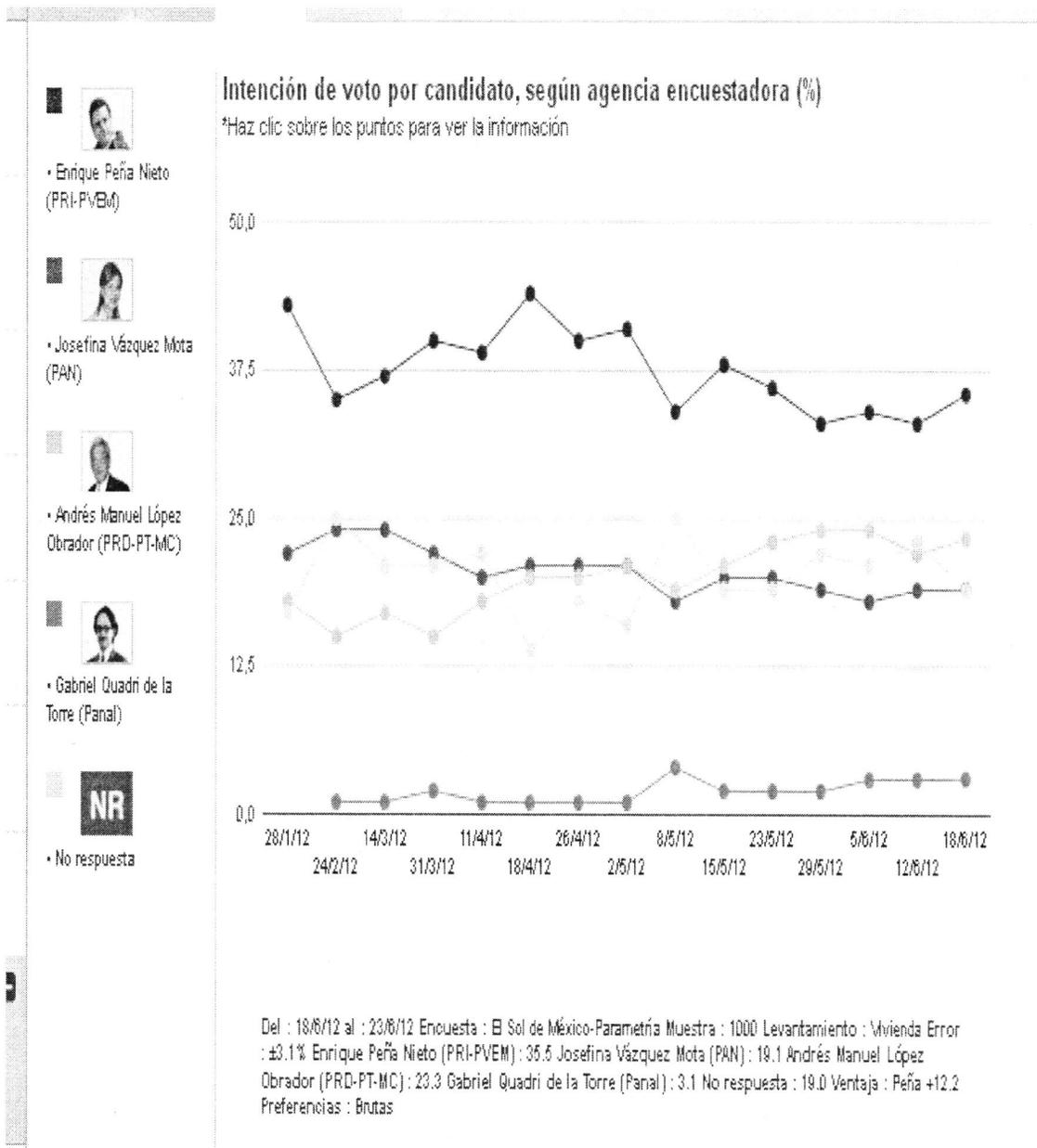
Ha EPN le otorgo una preferencia de votación de 38.4% y AMLO 25.4% a JVM 20.8% y GQT un 1.8%, podemos determinar que la encuesta no conto con una puntual certeza, puesto que ubico a EPN 13% de diferencia a AMLO, Hubo asimetrías y falta de precisión en cuanto al segundo y tercer lugar mostrando siempre resultados por debajo de 4 puntos para JVM y 6 para AMLO, siendo este el que tuvo un mayor error en la medición.



⁶² Las encuestas fueron tomadas de la base de datos del portal de internet de ADN político <http://www.adnpolitico.com/encuestas>

El sol de México

La encuesta ubico a EPN en 35.5%, JVM en 19.1%, AMLO 23.3% y GQT en 3.1%, el margen de error se observa en asignar entre EPN y AMLO una diferencia de 12 puntos,



El Universal- Buendía y Laredo

En la siguiente encuesta EPN tuvo un 41.2%, JVM 20.6%, AMLO 23.8% y GQT 2.0. La encuesta tuvo resultados muy altos para EPN, con AMLO hubo una diferencia de 20 puntos, que no coincidieron con los resultados finales y determinando que la encuesta no fue nada certera.



• Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)



• Josefina Vázquez Mota (PAN)



• Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)



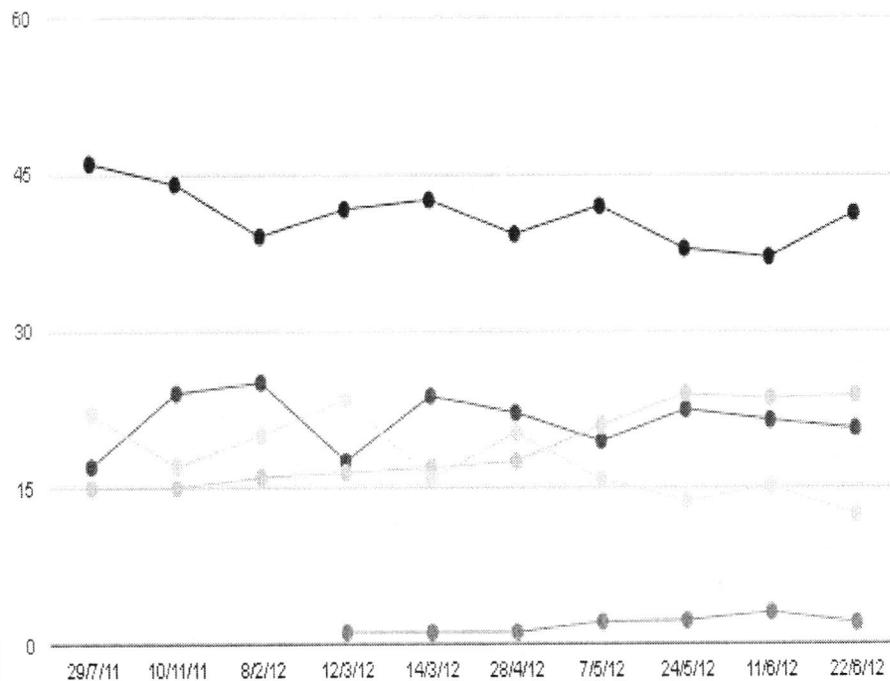
• Gabriel Quadri de la Torre (Panal)



• No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 22/6/12 al : 24/6/12 Encuesta : El Universal-Buendía y Laredo Muestra : 2000 Levantamiento : Vivienda Error : ±2.5% Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) : 41.2 Josefina Vázquez Mota (PAN) : 20.6 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) : 23.8 Gabriel Quadri de la Torre (Panal) : 2.0 No respuesta : 12.4 Ventaja : Peña +17.4 Preferencias : Brutas

GEA-ISA

Los resultados que tuvieron fueron: EPN 37.0%, JVM 22.0%, AMLO 20.0% y GQT 4.0%. Es importante observar que en sus resultados le otorgan el segundo lugar a JVM, mientras que AMLO quedo en tercero, la encuesta tuvo una disminución considerable para AMLO, aunque cierta aproximación EPN



• Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)



• Josefina Vázquez Mota (PAN)



• Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)



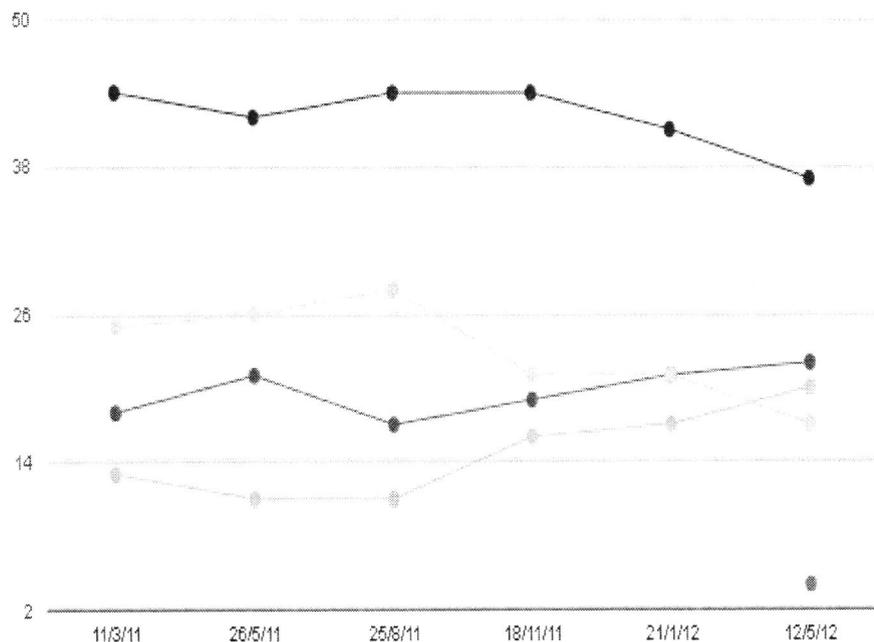
• Gabriel Quadri de la Torre (Panal)



• No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

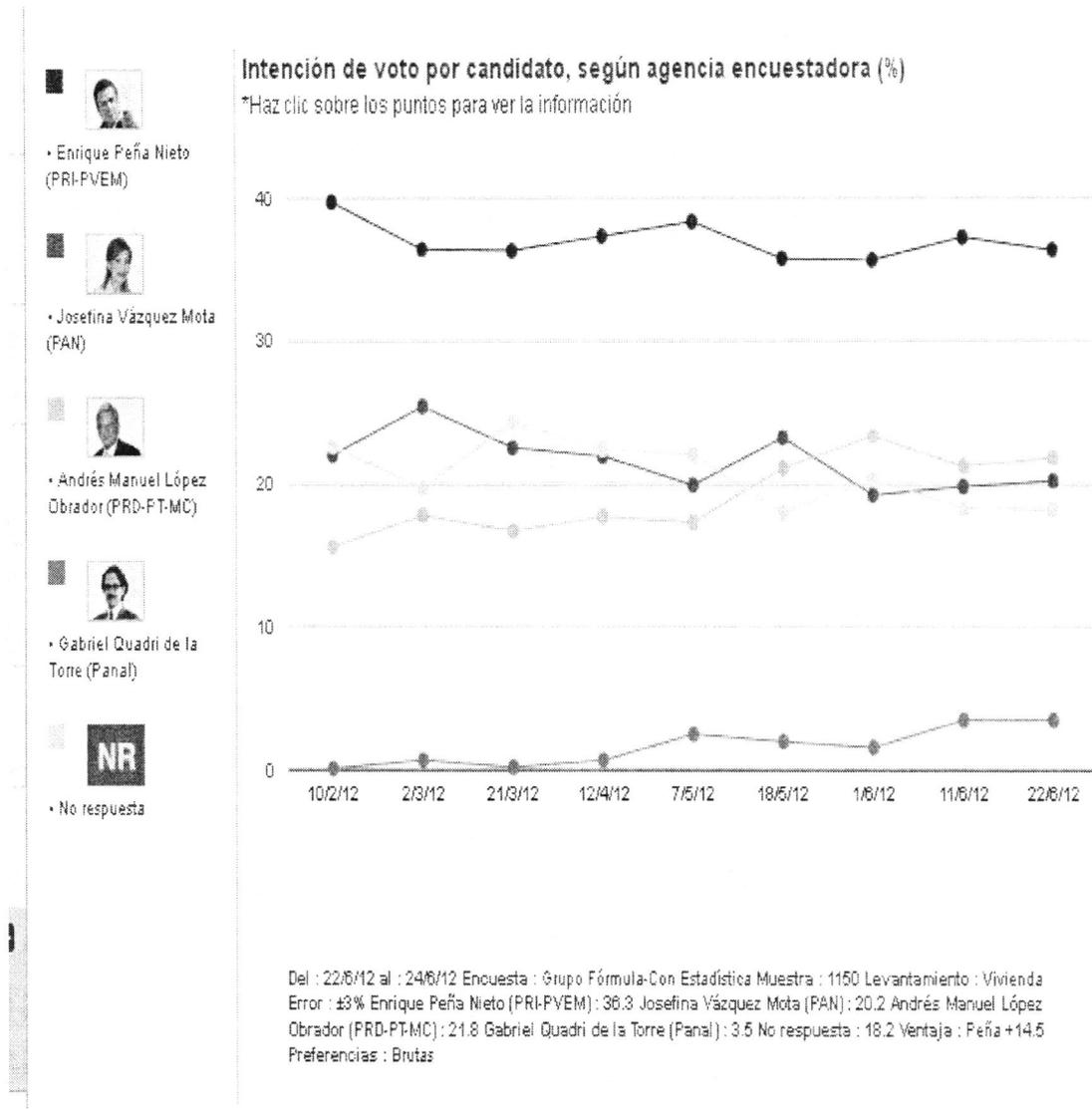
*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 12/5/12 al : 14/5/12 Encuesta : GEA-ISA Muestra : 1000 Levantamiento : Vivienda Error : ±4% Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) : 37.0 Josefina Vázquez Mota (PAN) : 22.0 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) : 20.0 Gabriel Quadri de la Torre (Panal) : 4.0 No respuesta : 17.0 Ventaja : Peña +15 Preferencias : Brutas

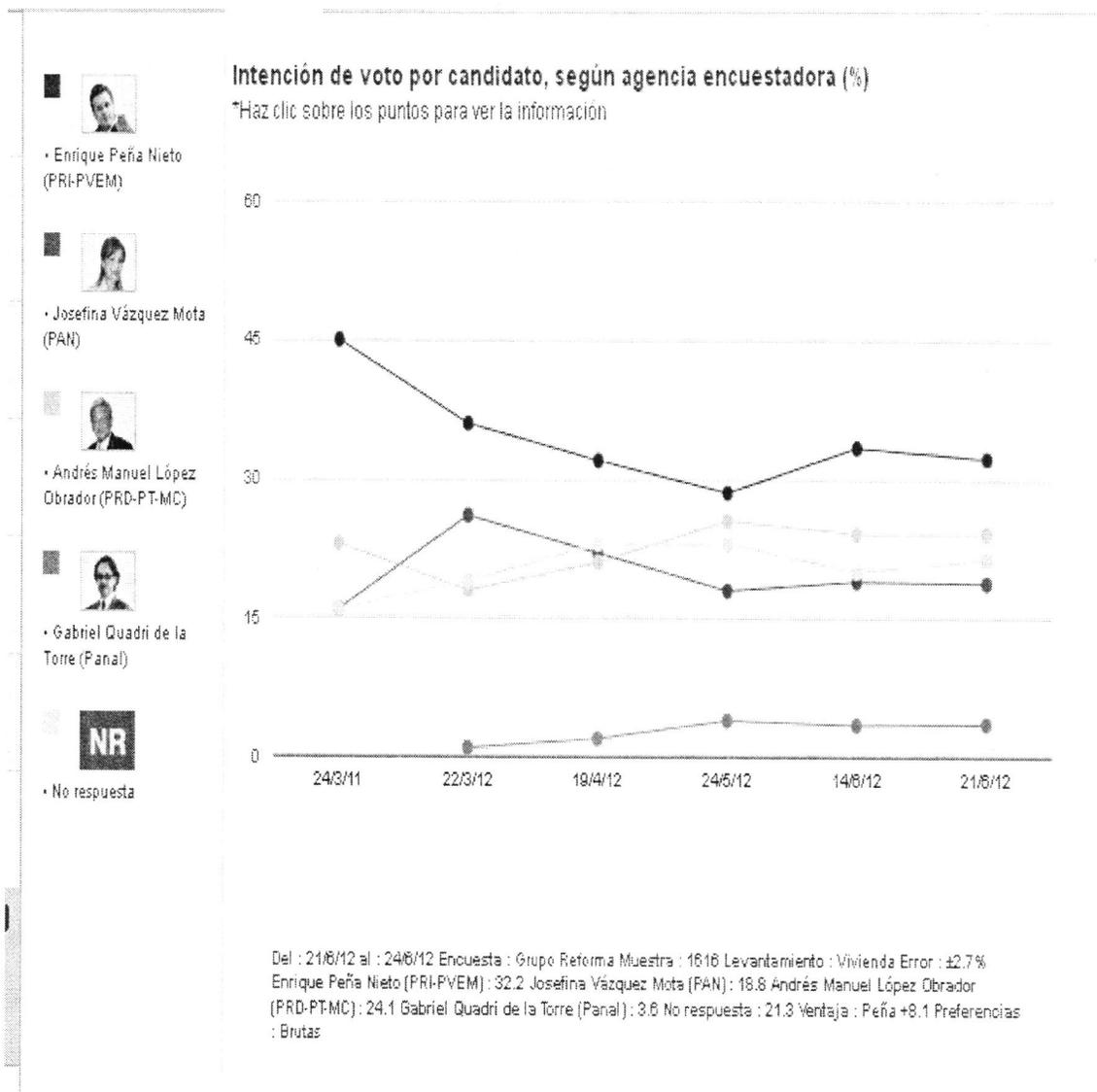
Grupo Fórmula Con-Estadísticas

La encuesta tuvo resultados para EPN de 36.3% y JVM 20.2%, AMLO 21.8% y GQT 3.5%, si comparamos con los resultados finales, podemos ver que la intención de voto fue poco certera. EPN y AMLO tuvieron una diferencia de 15 puntos, que no coincidieron con la votación final.



Grupo Reforma

La encuesta ubico a EPN con 32.2%, JVM 18.9%, AMLO 24.1 y GQT 3.6. Sus resultados presentan una puntuación por debajo de la alcanzada para todos los candidatos, excepto para GQT.



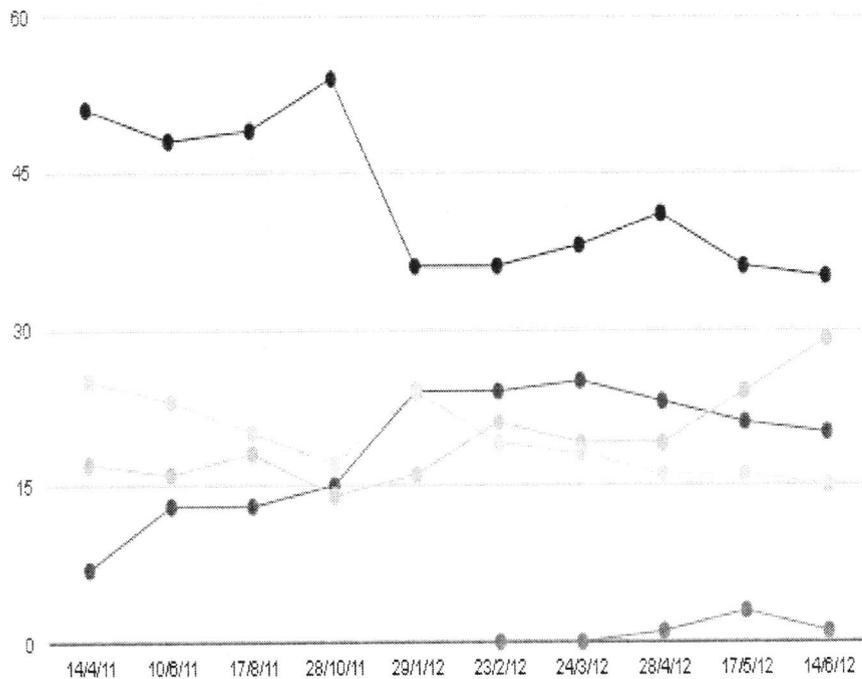
Ipsos-Bimsa

La encuesta ubico a EPN 35.0%, JVM 20.0%, AMLO 29.0% y GQT 1.0%. Aunque sus porcentajes quedaron por debajo de los oficiales las diferencias entre estos resultan un tanto acertadas, ya que entre AMLO y EPN se obtuvo solo 6 puntos.

- 
 - Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)
- 
 - Josefina Vázquez Mota (FAN)
- 
 - Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)
- 
 - Gabriel Quadri de la Torre (Panal)
- 
 - No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 14/6/12 al : 19/6/12 Encuesta : Ipsos-Bimsa Muestra : 1000 Levantamiento : Vivienda Error : ±3.7% Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) : 35.0 Josefina Vázquez Mota (FAN) : 20.0 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) : 29.0 Gabriel Quadri de la Torre (Panal) : 1.0 No respuesta : 15.0 Ventaja : Peña +6.0 Preferencias : Brutas

Milenio GEA-ISA

La encuesta ubico a EPN 39.5%, JVM 18.9%, AMLO 24.1% y GQT 1.8%, teniendo de diferencia entre EPN y AMLO por 15 puntos. No hubo una coincidencia con los resultados finales de la votación.



• Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)



• Josefina Vázquez Mota (PAN)



• Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)



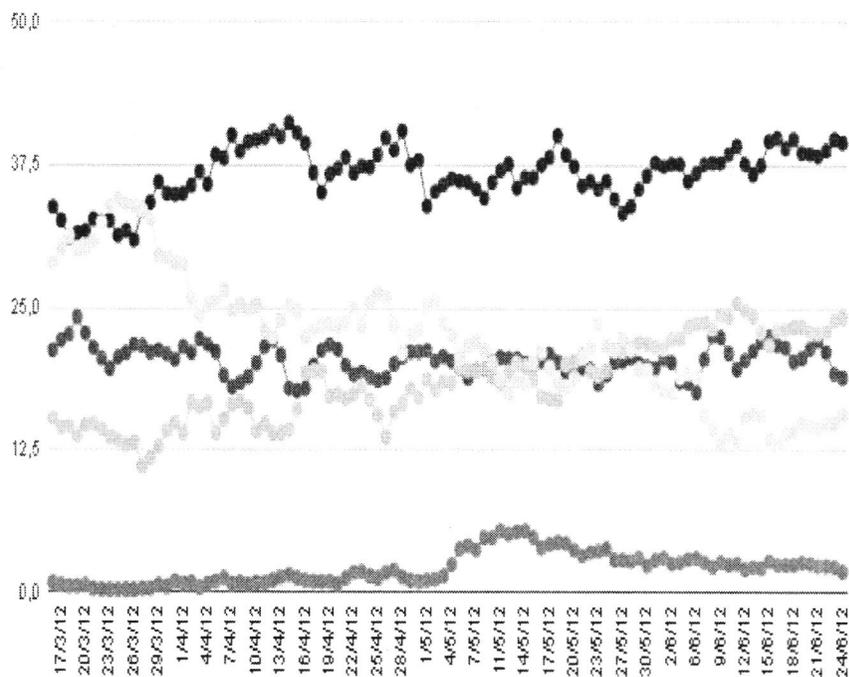
• Gabriel Quadri de la Torre (Panal)



• No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 26/06/12 al : 27/06/12 Encuesta : Milenio-GEA-ISA Muestra : 1144 Levantamiento : Vivienda Error : ±3%
 Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) : 39.5 Josefina Vázquez Mota (PAN) : 18.9 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) : 24.1 Gabriel Quadri de la Torre (Panal) : 1.8 No respuesta : 15.7 Ventaja : Peña +15.4
 Preferencias : Brutas

Parametría

La encuesta ubico a EPN en 47.0%, JVM 17.0%, AMLO 24.0%, tuvo resultados muy desfavorables y durante un lapso largo mantuvo las mismas intenciones de voto.



• Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)



• Josefina Vázquez Mota (PAN)



• Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)



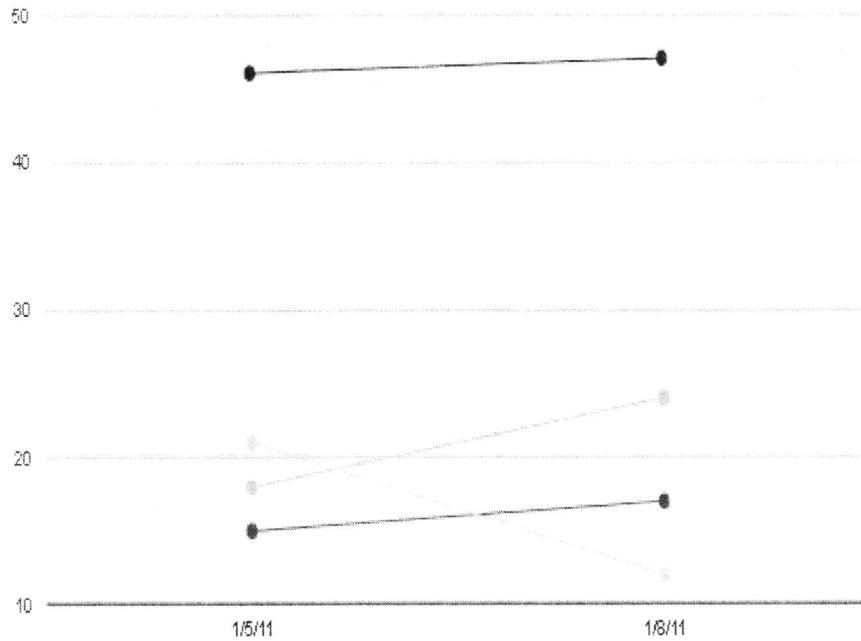
• Gabriel Quadri de la Torre (Panal)



• No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 1/8/11 al : 30/9/11 Encuesta : Parametría Muestra : 1000 Levantamiento : Vivienda Error : ±3.1% Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) : 47.0 Josefina Vázquez Mota (PAN) : 17.0 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) : 24.0 No respuesta : 12.0 Ventaja : Peña +27 Preferencias : Brutas

SDP Noticias-Covarrubias

La encuesta ubico a EPN 38.0%, JVM 25.0%, AMLO 28.0 y GQT 3.0 fue una de las encuesta que tuvo un mejor acercamiento a los resultado finales de la votación, entre EPN y AMLO hubo una diferencia de 10 puntos, comparando con los resultados finales solo fueron 2 puntos de diferencia. La intención de voto si fue acertada.



• Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)



• Josefina Vázquez Mota (PAN)



• Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)



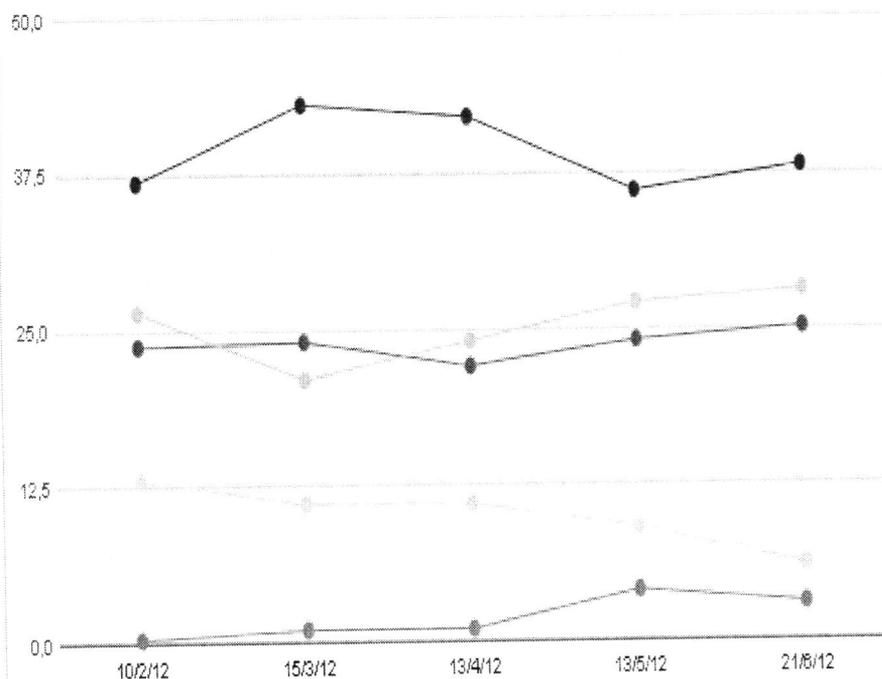
• Gabriel Quadri de la Torre (Panal)



• No respuesta

Intención de voto por candidato, según agencia encuestadora (%)

*Haz clic sobre los puntos para ver la información



Del : 21/6/12 al : 24/6/12 Encuesta : SDP Noticias-Covarrubias Muestra : 1500 Levantamiento : Vivienda Error : ±2.53% Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM): 38.0 Josefina Vázquez Mota (PAN): 25.0 Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC): 28.0 Gabriel Quadri de la Torre (Panal): 3.0 No respuesta : 6.0 Ventaja : Peña +10.0 Preferencias : Brutas

En una lectura simple los resultados no presentan fallas más allá de las establecidas dentro del margen de error de sus metodologías y por el tamaño de las muestras. Sin embargo haciendo un análisis más profundo de los datos, observamos que, de manera general, casi todas las encuestadoras presentan que las diferencias respecto a los candidatos no son iguales, es decir, el margen de error no es el mismo para cada candidato, teniendo una desviación diferente en cada caso. Además que en nueve de las diez encuestadoras que hemos presentado (por ser las empresas más importantes y con mayor referencia en esta materia), este margen de error es más acentuado para el caso de AMLO. En contraparte el candidato quien tuvo una mínima desviación o mínimo margen de error fue ENP siendo favorecido con resultados menos alejados a los que finalmente se produjeron el día de la elección. Para el caso de GQT incluso la desviación presentó números positivos, siendo el más beneficiado por las encuestas ya que cinco encuestadoras de nueve, en su caso, le otorgaron números positivos, mientras que para JVM se tuvo un porcentaje negativo, aunque no en la magnitud de la del candidato de izquierda.

Al calcular estos promedios tomando como base los datos finales del IFE y restando los proporcionados por cada encuestadora, hemos notado también que para ENP y GQT algunos de los resultados marcaban diferencias a favor, en algunos casos la puntuación porcentual llegó a tener hasta 8.8 puntos de más, según los resultados de Parametría respecto a EPN y de 1.4 en la encuesta de Reforma para el caso de GQT. Los que por el contrario fueron afectados por las encuestas fueron JVM y AMLO. En el caso de la candidata panista la mayor diferencia la presentó el grupo Reforma con -6.6 puntos, mientras que el peor resultado para AMLO se dio en la encuestadora GEA-ISA quien lo presentó hasta con -11.5 puntos por debajo de la votación real. Estos últimos nunca fueron presentados con números positivos en ninguno de los casos.

Diferencia porcentual en los resultados de las encuestadoras respecto a la votación final, diferencia agregada y promedio general del margen de error.

Candidato	EPN	AMLO	JVM	GQT
Resultados del IFE (%)	38.21	31.59	24.41	2.29
<i>Consulta Mitofsky</i>	+0.2	-6.1	-4.6	-0.4
<i>El Sol de México</i>	-2.7	-8.2	-6.3	+0.9
<i>El Universal-Buendía&Laredo</i>	+3.0	-7.7	-4.8	-0.2
<i>GEA-ISA</i>	-1.2	-11.5	-3.4	+1.8
<i>Grupo Formula-Estadísticas</i>	-1.9	-9.7	-5.2	+1.3
<i>Grupo Reforma</i>	-6.0	-7.4	-6.6	+1.4
<i>IPSOS-BIMSA</i>	-3.2	-2.5	-5.4	-1.2
<i>Milenio-GEA-ISA</i>	+1.3	-7.4	-6.5	-0.4
<i>Parametría</i>	+8.8	-7.5	-1.4	-----
<i>SDP Noticias-Covarrubias</i>	-0.2	-3.5	-0.4	+0.8
-----	-----	-----	-----	-----
Diferencia agregada	-1.9	-71.5	-44.6	+4.0
Promedio general del margen de error	(/10) -0.19	(/10) -7.15	(/10) -4.46	(/9) +0.44

**Fuente propia con los resultados del IFE y de las distintas encuestadoras.*

En la tabla anterior se puede observar que de manera agregada GQT fue el único candidato a quien las encuestas le percibieron con números positivos. Para AMLO el promedio general del margen de error, es decir, el cuanto se equivocaron las encuestadoras conforme a los resultados finales, fue el que tuvo una mayor diferencia, presentándolo hasta con -7.15 puntos por debajo. En contra parte EPN fue el candidato con menos diferencia, siendo en su caso la medición más certera en promedio.

No podemos asegurar que existiera un manejo inapropiado o tendencioso hacia alguno de los candidatos, sin embargo, si consideramos que teóricamente la información de las preferencias electorales son un insumo y prácticamente la única fuente de información que tiene los ciudadanos, al ser estos estudios los que se presentan en los medios masivos de comunicación para ejercer o repensar si se ha de votar estratégicamente, el hecho concreto es que para AMLO la información y los resultados de las encuestas le provocaron una gran desventaja, ya que de manera constante se le colocaba muy por debajo de las preferencias reales, provocando posiblemente un desaliento o una decepción adelantada que significo algunos votos menos para la opción de izquierda.

5.-Voto económico

5.1.--Implicación teórica de la votación económica en México

Los temas económicos representan uno de los principales factores en los que la misma Teoría de la Elección Racional ha venido trabajando desde que se han concebido su incidencia en el tema electoral. Cabe recordar que las valoraciones de las estimaciones esperadas en cuanto al costo beneficio, se han gestado de principio en cuestionamientos de exclusividad económica. Para Downs los comportamientos en la escena política tienen una relación del desempeño casi igual que los comportamientos económicos, ambos recaen en un lado inherente del ser humano como lo es el egoísmo, el cual solo nos hace perseguir la obtención de un beneficio y el maximizar nuestras pertenencias, ya sean estas económicas o de poder. Así el enfoque racional se basa en el individuo y su comportamiento, más allá de las posibles nociones grupales y de pertenencia a comunidades o sociedades. Aunque, si bien es cierto que, según la geografía electoral existen regiones, municipios, incluso colonias o comunidades con preferencias bien marcadas, tales preferencias pudieran estar determinadas por los apoyos e incentivos que los partidos dan de manera puntual para persuadir el voto: Así el voto no se engendra por un sentido de identidad, sino por uno con connotaciones estrictamente de trueque, entendido como el “que voy a recibir a cambio” o el “que mejora obtendremos por elegirte” mas no por una identidad partidaria y social.

Por otra parte, las consideraciones económicas se analizan bajo un modelo de votación económica que idealiza las elecciones en gran medida como un referendo respecto a quien ocupa la presidencia. Si la economía es fuerte, los votantes deberían estar notablemente predispuestos a mantener al partido gobernante en el poder. Si la economía es débil, sería muy probable que los electores votasen por un candidato de oposición o, si no existe una alternativa

que les resulte aceptable, que se abstuvieran de votar. Este patrón básico se ha documentado en numerosos países y tipos de elecciones⁶³. Existe, además, un consenso generalizado respecto a de que los votantes le dan más importancia a la economía nacional (lo que se denomina votación sociotrópica) que a su situación financiera personal (votación egotrópica) y de que, sobre todo en las nuevas democracias, tienden a una orientación que mira hacia el pasado (retrospectiva), en lugar de interesarse primordialmente por los resultados futuros (prospectiva).

En el caso de nuestro país, los procesos de decisión tanto como las implicaciones teóricas, se han presentado de una manera contingente y con ciertas inconsistencias ya que los resultados de las elecciones en México demuestran también los límites de las explicaciones del comportamiento del votante con base económica. Pese a las debacles económicas de los años ochenta, por ejemplo, el PRI fue capaz de mantenerse en el poder durante casi dos décadas después de la caída económica inicial. Además, la elección en la cual finalmente fue derrotado se produjo tras cuatro años de sólido crecimiento económico. En las elecciones de 2000 los factores económicos fueron opacados por la legitimidad global del régimen anteponiendo, como ya mencionamos, la bandera de la alternancia ante cualquier consideración programática o de cambio en las políticas públicas. De esta forma, si bien en general la economía se asocia con el éxito del partido en el poder en México, la cuestión consiste en saber en qué condiciones ese efecto es más fuerte. El descubrimiento de que el impacto electoral de la economía mexicana varía, corresponde a una serie de trabajos sobre diversos países que demuestran que, si bien el desempeño económico suele vincularse con el apoyo al partido en el poder, la fuerza de ese efecto varía en contextos distintos. “La relación entre transformaciones económicas y cambios en el apoyo al régimen gobernante es diferente entre los individuos, los países y a lo largo del tiempo”⁶⁴.

⁶³M. Singer, Matthew., “Defendamos lo que Hemos Logrado” *El Voto Económico en México Durante la Elección Presidencial de 2006*, Política y Gobierno, Volumen Temático 2009, Pág. 201

⁶⁴ *Ibíd.* Pág.: 202

Para explicar estas inconsistencias en cuanto al voto económico hemos de considerar dos formas. La explicación predominante es que los votantes no siempre piensan que los resultados de la economía son responsabilidad de la política económica del partido en el poder. Si el elector no cree que el presidente es responsable de la economía, tiene poco sentido basar su voto en ella. La propensión a hacer responsable al presidente está en función de su control objetivo sobre las medidas políticas, de la conciencia de esas condiciones por parte del votante, de la sofisticación del y de las racionalizaciones partidistas, debido a las cuales los simpatizantes de un partido tienen más probabilidades de atribuirle la responsabilidad al presidente de "su" partido si la economía está bien, pero menos de hacerlo cuando la economía anda mal, mientras que los miembros de los partidos de oposición muestran la tendencia opuesta. Sin embargo, una explicación alterna de por qué el impacto de la economía varía entre distintas elecciones y dentro del electorado es que su importancia simplemente no es una constante. Mientras que la economía suele ser una de las cuestiones más visibles a las que se enfrentan los votantes, hay otros asuntos que compiten por su atención, sobre todo si se percibe que los mismos presentan problemas serios. Por ejemplo, durante las guerras los votantes le prestan menos atención al manejo de la economía por parte del presidente que a su política exterior. En contraste, los electores tienen más probabilidades de concentrarse en cuestiones económicas cuando la economía está en recesión que cuando es sólida. Los votantes vulnerables a los cambios económicos también tienen mayores incentivos para vigilar el estado de la economía y responder a él que aquellos que pueden aislarse de los movimientos de la economía. Por último, el peso que los votantes les conceden a las cuestiones económicas en la elección puede depender del hincapié que los partidos hagan en ese tema. A medida que los votantes les prestan más atención a los factores económicos, deberíamos esperar que se elevase la correspondencia entre las percepciones de la economía y su decisión electoral última. Sin embargo, la mayoría de los estudios económicos asumen que la importancia de la economía es constante y se concentran más bien en las atribuciones de responsabilidad.

Asimismo, aunque las teorías actuales de la votación económica predican que los votantes que perciben una economía débil tendrán menos probabilidades de votar por el candidato del partido en el poder, no predicen explícitamente por cuál miembro de la oposición votarán. Una posibilidad es que los electores voten por la alternativa más creíble en relación con el partido del presidente que suele ser el principal partido de oposición o pueden querer oponerse al partido en el poder pero no encuentran ninguna alternativa que les guste, y en ese caso optan más bien por abstenerse o por emitir un voto en blanco a manera de protesta. Así, muchas veces a los votantes que escogen entre múltiples alternativas de oposición les resultará difícil coordinarse en una única opción de oposición, y debido a ello el gobierno se mantendrá en el poder. En el contexto de la elección de 2006, por ejemplo, el PRD trató de ubicarse en posición de captar el apoyo de los votantes insatisfechos con el avance económico durante el mandato de Fox. No obstante, es posible que la ansiedad de los electores acerca de la personalidad de López Obrador o el carácter extremo que se percibía en su plataforma llevase a los votantes desilusionados con el historial económico del PAN a darle su apoyo al PRI , más centrista, o simplemente a abstenerse de acudir a las urnas.

Sin embargo, aun tomando en cuenta estas inconsistencias, las valoraciones económicas se incrementan a la par de la evolución de la racionalidad del votante al transcurrir elecciones con mayores niveles de competencia. Asimismo y a pesar de que las condiciones sociopolíticas en nuestro país (en específico la inseguridad) a lo largo de los últimos tres años, se han posicionado por encima de las preocupaciones económicas, los votantes mexicanos han demostrado a lo largo de su evolución racional que cada día recurren más a considerar la situación económica al emitir su decisión. De manera muy general, hemos observado que en el electorado Mexicano pesa en un sentido estricto el papel de la economía. Para el caso de la elección del 2012 nunca se desentendieron los problemas económicos en un nivel que perdieran su importancia, de hecho estuvieron siempre por encima de un 46% en la percepción de los ciudadanos en su nivel más bajo. Además, esta desventaja

ante los problemas de inseguridad no duraría más de seis meses, ya que, una vez pasada la elección y acorde con los datos de la Décima Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México 2012, para el mes de Agosto las opiniones de los ciudadanos giraban de nuevo a los problemas económicos. Esta recuperación se presentó de manera muy rápida dejando ver un posible manejo o incidencia en la información a favor de presentar este tema como un importante factor para la persuasión del voto, ya que después del 1 de julio y ante la ya nula información política, la realidad remitida por los ciudadanos reconocía como el tema más importante para el desarrollo del país el crear fuentes de empleo.

Por favor, piense en la situación de México. Ahora dígame: en su opinión, ¿qué tema es el más importante para el desarrollo del país?



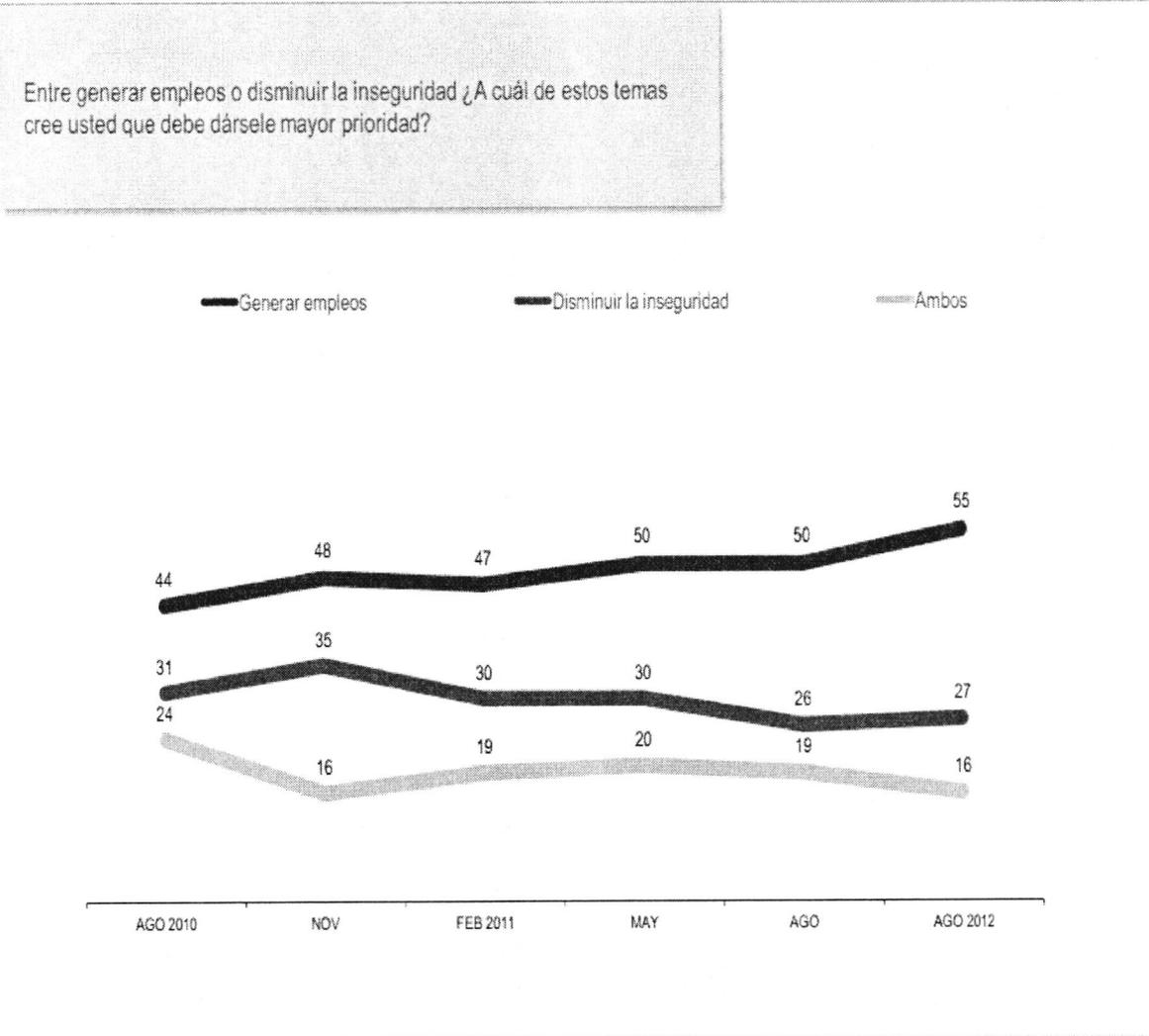
Base total: 1,000 entrevistas efectivas. Periodo de referencia: del 2 al 6 de agosto de 2012

13 bSI | buendía&laredo

FUENTE: Encuesta Nacional Buendía y Laredo, 02 al 06 de agosto de 2012, Encuesta postelectoral, versión web:

http://buendiyalaredo.com/publicaciones/220/media/120809_ENCUESTA_TRIMESTRAL_B_L.pdf

Además, en el cuadro anterior podemos observar que las otras categorías de corte económico como la pobreza, apoyo al campo, inversión, salarios, etc., en suma incrementan el porcentaje de las opiniones del quehacer a futuro por parte del gobierno entrante, reafirmando así su el peso de las valoraciones económicas en los mexicanos. Incluso al enfrentar las preocupaciones económicas con los problemas relacionados a la inseguridad, más de la mitad de los ciudadanos encuestados reconocían que en el primer año de trabajo del nuevo gobierno electo el tema al cual se debería darle prioridad era el de la generación de empleos.



FUENTE: Encuesta Nacional Buendía y Laredo, 02 al 06 de agosto de 2012, Encuesta postelectoral.

Por tanto, en el transcurso de este apartado los indicadores que se presentarán tienen como objetivo el brindarnos un panorama del ambiente económico al cual los votantes hicieron referencia y tomaron como base para emitir su decisión. Además, se presentarán los indicadores principales en cuanto a las percepciones nacionales a fin de evaluar la condición sociotrópica del voto, así como los datos que nos permitan entender la percepción de la situación personal del votante en un sentido egotrópico.

Debemos recordar que se tienen que anteponer las percepciones de los ciudadanos porque, a pesar de las mediciones concretas de los indicadores económicos, las personas crean su panorama de manera muy diferente considerando indicadores variados y con distintas fuentes de información. Al presentar los datos en cuanto a la opinión de la gente se constata la verdadera intención que guardan los posibles votantes o los factores que consideran, obtenidos de cualquier forma, importantes sobre un tema en especial. Sin embargo, ante las posibles omisiones o limitantes de las muestras usadas en las encuestas presentaremos también los datos duros en cuanto a temas económicos para incluir en la opinión de los votantes el panorama general de lo acontecido en el país.

5.2.-Los Indicadores económicos del sentido sociotrópico de los votantes

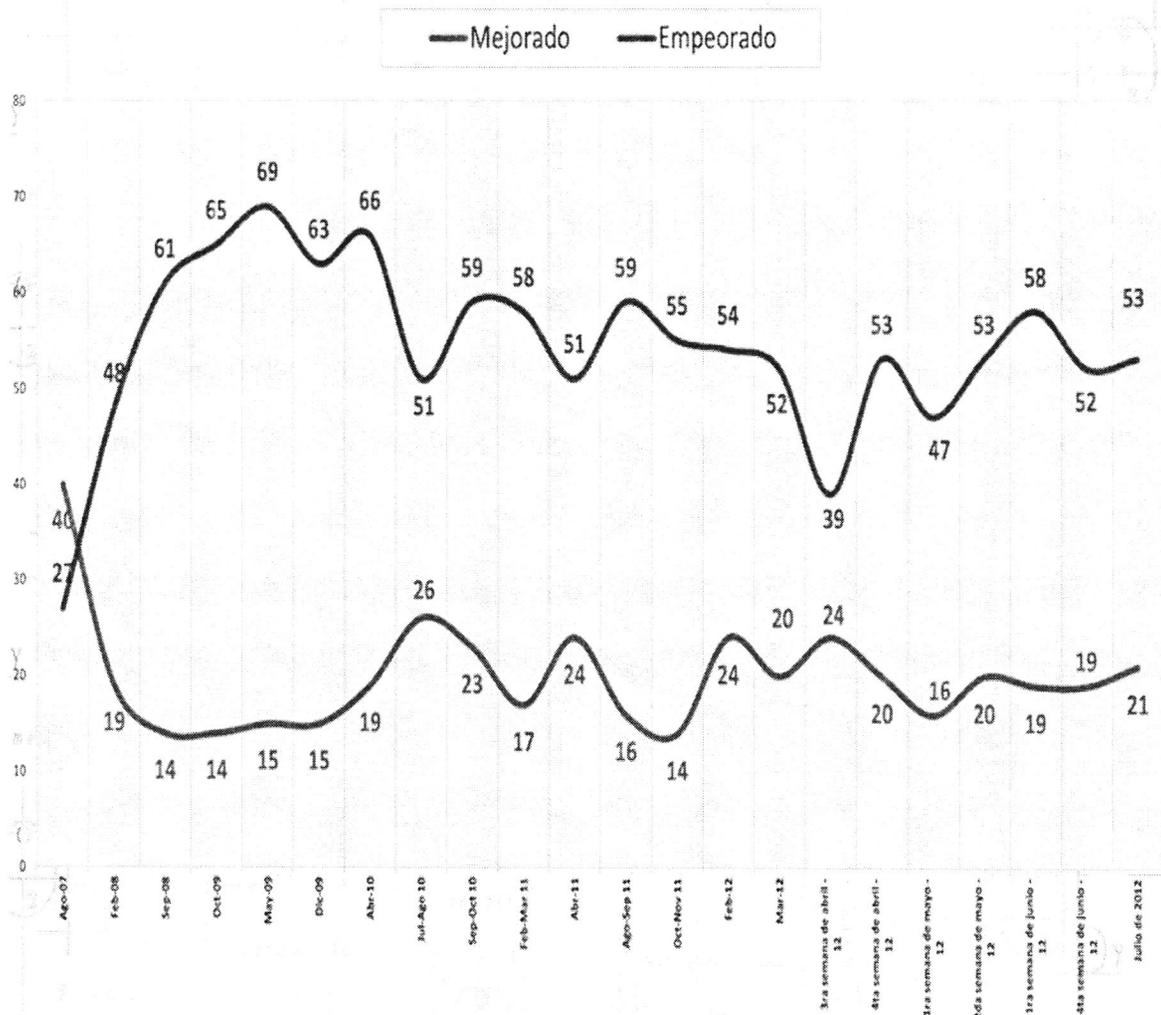
Al hacer un balance general de la situación económica prevaleciente en el periodo considerado por los votantes antes de participar en una elección, es decir, del momento de los comicios hasta un año anterior, los indicadores económicos con mayor relevancia son los que de alguna manera tienden a ser

referidos, y por tanto, mayor entendidos en los votantes, por las principales fuentes de información. Es fácil suponer que si se preguntara a las personas ¿por qué creen que va bien o mal la economía del país? respondan en base al crecimiento económico. Dicho crecimiento económico será entendido por los indicadores respecto al crecimiento del PIB nacional, a la creación de empleos y al aumento de precios o inflación, ya que son estos indicadores los más recurridos en los balances difundidos en la mayor parte de la población, además de tener un impacto directo. En contraparte, en cuanto a las percepciones de los ciudadanos, no se pueden presentar de manera separada, ya que no existen encuestas con muestras suficientemente grandes y con una dispersión totalmente representativa que engloben específicamente la inflación, y el crecimiento del PIB. En el caso del desempleo existen algunas bases de datos aunque tienen algunas limitantes.

Comenzando con las percepciones en cuanto a la economía en general, de manera retrospectiva observamos que según el estudio de Parametría⁶⁵ dentro del periodo de Julio de 2011 a Julio del 2012 los porcentajes de quienes creían que la economía había empeorado se mantuvieron en un rango de entre el 59% como máximo y 39% como mínimo, .presentándose esta mínima opinión en el mes de abril del 2012. Por el contrario las opiniones más negativas se presentaron en los meses de Junio de ambos años. Esto refiere una especial importancia ya que si consideramos que gran parte del electorado que no persigue ninguna identidad partidaria (electores indecisos) definen su voto durante el último mes antes de la elección, esta mala percepción pudo haber influenciado de manera significativa en su decisión.

⁶⁵ Carta paramétrica "*Percepción de la situación económica de los mexicanos*", Parametría, investigación estratégica, análisis de opinión y de mercado. Versión web: http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4452

Durante los últimos 12 meses,
¿usted diría que la **economía del país** ha mejorado o ha empeorado?



Fuente: Carta paramétrica "Percepción de la Situación Económica de los Mexicanos"

Además, la gráfica anterior nos muestra que a diferencia de la elección del 2006, no se tuvo una recuperación en la percepción económica que se tomara como un factor a favor en la búsqueda de la permanencia del partido oficial. Como hemos visto, gran parte del éxito que llevo a Felipe Calderón a la presidencia fue el que supo enfocar la atención o la ansiedad de los votantes a la cuestión económica, la cual, para el último año antes de la elección del 2006, presentó mejoras considerables además de demostrar cierta estabilidad ante las dificultades de la economía de los Estados Unidos. Rumbo a la elección del 2012 este panorama cambio mostrando una opinión negativa ante la crisis inmobiliaria

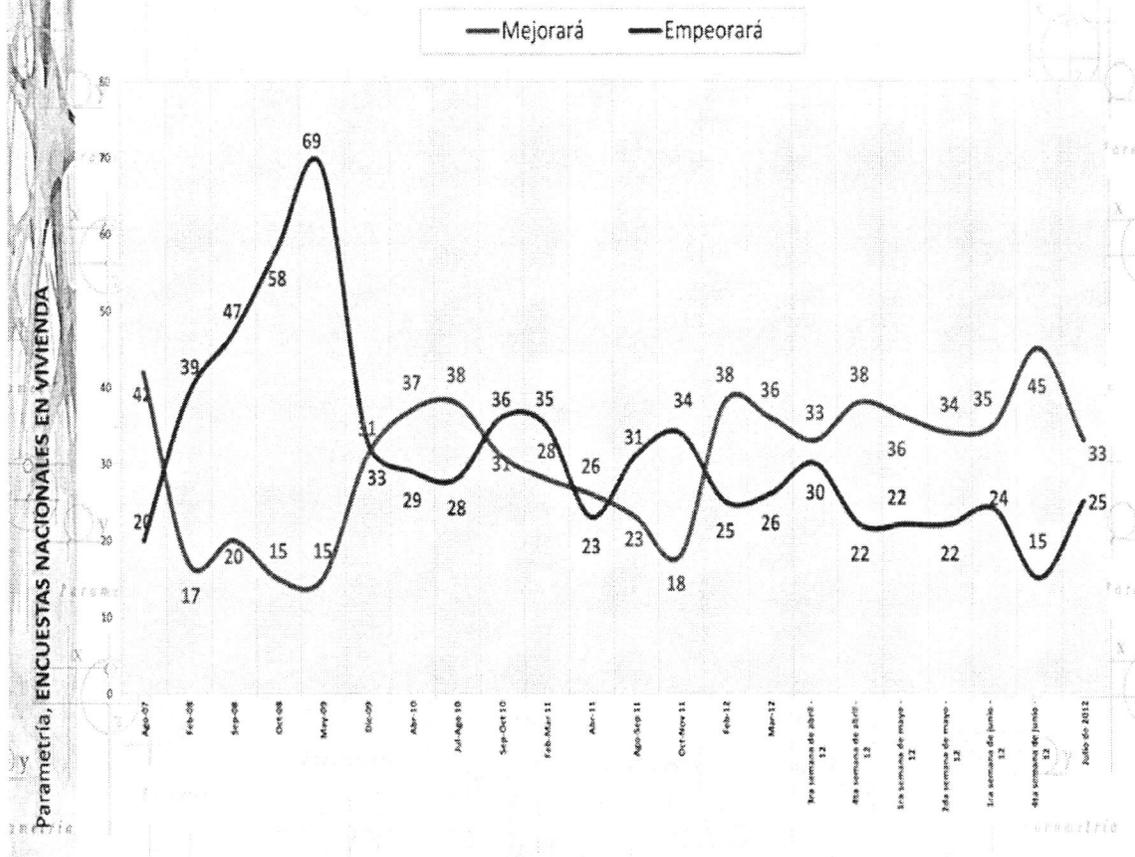
de 2008, esta opinión tuvo repercusiones y su peor cifra en México hasta el año siguiente a la crisis, obteniendo números de hasta un 69%. Esta tendencia cambiaría hacia una estabilización en 2010 la cual duró hasta el día de la elección en 2012. Sin embargo, esta estabilización nunca superó un sentido negativo teniendo como cifra mínima un 39% de las opiniones.

Conforme a la opinión de los ciudadanos respecto al futuro de la situación económica nacional, puntualmente en una prospectiva a 12 meses, la mayoría de los mexicanos consideraron que la situación económica mejoraría. Esta opinión había ido en aumento hasta junio de 2012, para julio y después de las elecciones, se observa un aumento en la opinión de aquellos que considera que empeorará.

Las valoraciones prospectivas pueden basarse en un mejor panorama hecho por los electores, el cual, para el caso del 2012 tanto para las perspectivas sociotrópicas como egotrópicas, presentan un optimismo acentuado en el periodo de las campañas.

En el sentido de la economía general, las opiniones en cuanto al futuro económico tuvieron valores positivos después de febrero del 2012, ascendiendo hasta en un 45% en la última semana de Junio, justo en el cierre de campañas. No obstante, para podemos identificar que dicho optimismo se va creando y ascendiendo conforme pasan y se intensifican las campañas, ya que al inicio del 2011 y por tanto de la propaganda política, la opinión fluctuaba. Este mismo patrón se presentaría en la siguiente semana después de los electores registrando una caída muy acentuada en tan solo pocos días.

Pensando en los próximos 12 meses,
¿usted diría que la economía del país mejorará o empeorará?



Fuente: Carta paramétrica "Percepción de la Situación Económica de los Mexicanos"

En cuanto a los datos obtenidos por mediciones estadísticas, el panorama se muestra un poco confuso, ya que para el año anterior de la elección se observan estabilizaciones y mejoras del crecimiento económico mientras se va acercando el día de la elección, sin embargo si retomamos los indicadores hasta antes de la crisis económica mundial de 2008, observamos que dichas mejoras emergen de un estado de hundimiento o negatividad de la economía nacional propiciado por el constante contagio a nuestra economía. Es decir, aunque se observa una recuperación general en los diferentes indicadores económicos,

ésta no ha sido sostenida ni suficiente para regresar a la situación registrada antes de 2008.

Dentro del crecimiento del PIB, según cifras del INEGI⁶⁶, para Marzo del 2012 con respecto al año anterior, observamos un aumento en la tasa de crecimiento del 4.6 puntos, acrecentando la estabilidad y la recuperación de las dificultades de 2008. De igual forma el Indicador global de la actividad económica nacional, que muestra la evolución de la actividad económica del país bajo un esquema conceptual y metodológico de la contabilidad nacional, mismo que sigue el cálculo del Producto Interno Bruto (PIB) trimestral, presentó también un aumento en su tasa de crecimiento respecto al 2011. En cuanto a la inflación la tendencia cayó en un sentido negativo, ya que con respecto al año anterior presentó, en su tasa anual de crecimiento, un aumento del 0.65 puntos de forma acumulada.

Indicadores económicos de México / Instituto Nacional de Estadística y Geografía					
Resumen de información estadística al 31 de mayo de 2012					
Indicador	Unidad de medida	Periodo	2011	2012	Tasa de crecimiento
Producto Interno Bruto trimestral	Miles de millones de pesos a precios de 2003	Ier. Trimestre	8,801.9	9,209.4	4.6
Indicador global de la actividad económica	Índice 2003=100	Marzo	122.0	126.4	3.6
Sistema de indicadores cíclicos ⁶⁶					
Coincidente	Índice desestacionalizado 2003=100	Mensual	100.71	100.70	-0.01
Adelantado	Índice desestacionalizado 2003=100	Mensual	100.53	100.72	0.19
Indicador de la actividad industrial	Índice 2003=100	Marzo	120.5	124.3	3.1
Exportaciones totales FOB ⁶⁷	Millones de dólares	Abril	27,808.2	31,041.9	11.6
Importaciones totales FOB ⁶⁸	Millones de dólares	Abril	27,201.0	30,481.7	12.1
Saldo FOB-FOB ⁶⁹	Millones de dólares	Abril	607.2	560.2	-7.7
Tasa de desocupación nacional (ENOE) ⁷⁰	Porcentaje	Abril	5.10	4.86	-0.23
Personal ocupado en el sector manufacturero	Índice 2003=100	Marzo	97.2	98.7	1.5
Personal ocupado en establecimientos comerciales					
Mayorista	Índice ponderado 2003=100	Marzo	102.9	104.1	1.2
Menudeo	Índice ponderado 2003=100	Marzo	105.8	109.1	3.1
Personal ocupado en empresas constructoras					
	Miles de personas	Marzo	634.5	652.3	2.8
Inflación					
Quincenal	Índice 2q. de diciembre de 2010	Mayo	104.30	103.80	-0.48
Mensual	Índice 2q. de diciembre de 2010	Abril	104.56	104.23	-0.31
Anual	Índice 2q. de diciembre de 2010	Abril	100.79	104.23	3.41
Acumulada	Índice 2q. de diciembre de 2010	Abril	103.55	104.23	0.65

⁶⁶ INEGI, http://buscador.inegi.org.mx/search?q=inflacion+2011-2012&site=sitioINEGI_collection&btnG=Buscar&tx=inflacion&CboBuscador=sitioINEGI_collection&client=INEGI_Default&proxystylesheet=INEGI_Default&getfields=*&entsp=a_inegi_politica&Proxyreload=1&lr=lang_es%7Clang_en&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&filter=1&entqr=3&exclude_apps=1&tlen=120

Con las cifras presentadas podemos observar que el panorama económico respondía a una estabilidad, mas no una mejora consistente, que posiblemente mantuvo tranquilas las preocupaciones de los sectores que tienen una vulnerabilidad económica en niveles superiores a la media mexicana, es decir, aunque el desarrollo económico se estabilizo para las empresas, y a niveles macroeconómicos, en un sentido específico, con el aumento en la inflación los sectores más sensibles y la ciudadanía en general pudo percibir directamente que dicha mejora no tenía un reflejo consistente en la vida diaria.

Uno de los casos que pudieron tener una gran trascendencia en los ciudadanos fue el aumento de la tortilla, que no es para menos mencionar que se trata de un producto de consumo básico para la mayoría de la gente en nuestro país, dicho aumento dejo entrever que pese a la estabilidad a niveles macro existía una vulnerabilidad de los precios de la canasta básica. Para diciembre del 2011 el precio por kilo de tortillas aumento en un 87.5% desde el inicio de la administración de Felipe Calderón, pasando de \$6.00 pesos en 2006 a un promedio nacional de \$11.50 a finales de 2011. Aunque la peor escalada en el precio de la tortilla se presentó entre el 2007-2008, en el año anterior a la elección también se corrigió el precio hasta llegar a los \$12.16 para el primer trimestre del 2012. Sin embargo no fue el único producto que registrara un aumento considerable, sino que existieron más insumos que representaban un impacto directo a los bolsillos de los mexicanos.

Precios Promedio de Oleaginosas, Granos y algunos derivados de Granos, marzo 2011 vs 2012 ¹

(Precios corrientes y constantes por kilo, base segunda quincena de diciembre de 2010= 100)

Productos	precios nominales		Var. % nominal del precio prom. por kg.	precios constantes		Var. % real del precio prom. por kg.
	Mar-11	Mar-12		Mar-11	Mar-12	
Arroz	18.00	14.00	-22.22	17.86	13.39	-25.02
Maíz Blanco ²	5.50	6.50	18.18	5.46	6.22	13.93
Tortilla de Maíz ³	10.59	12.16	14.90	10.50	11.63	10.77
Frijol Negro ⁴	16.00	18.00	12.50	15.87	17.22	8.46
Garbanzo Chico	20.00	17.00	-15.00	19.84	16.26	-18.06
Alubia Chica	16.00	23.00	43.75	15.87	22.00	38.58
Lenteja Chica	14.80	14.00	-5.41	14.68	13.39	-8.81
Haba	43.00	44.00	2.33	42.66	42.08	-1.35
SMG Nominal ^{5/}	58.06	60.50	4.20			
SMG Real ^{6/}	57.60	57.86	0.46			

Fuente: Análisis Mensual de Productos Básicos del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas del H. Congreso de la Unión

Por tanto, si reconocemos que durante el periodo 2011-2012 hubo avances hacia la estabilización macroeconómica, estos no serían suficientes para que la ciudadanía lograra sentir dicha mejoría en la vida cotidiana y conforme a los principales productos de consumo básico. Según datos del Análisis Mensual de Productos Básicos del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas del H. Congreso de la Unión⁶⁷, el maíz blanco, al igual que otros granos presentaron un aumento en sus precios. La inflación entonces obstaculizaría una buena percepción de la estabilidad económica.

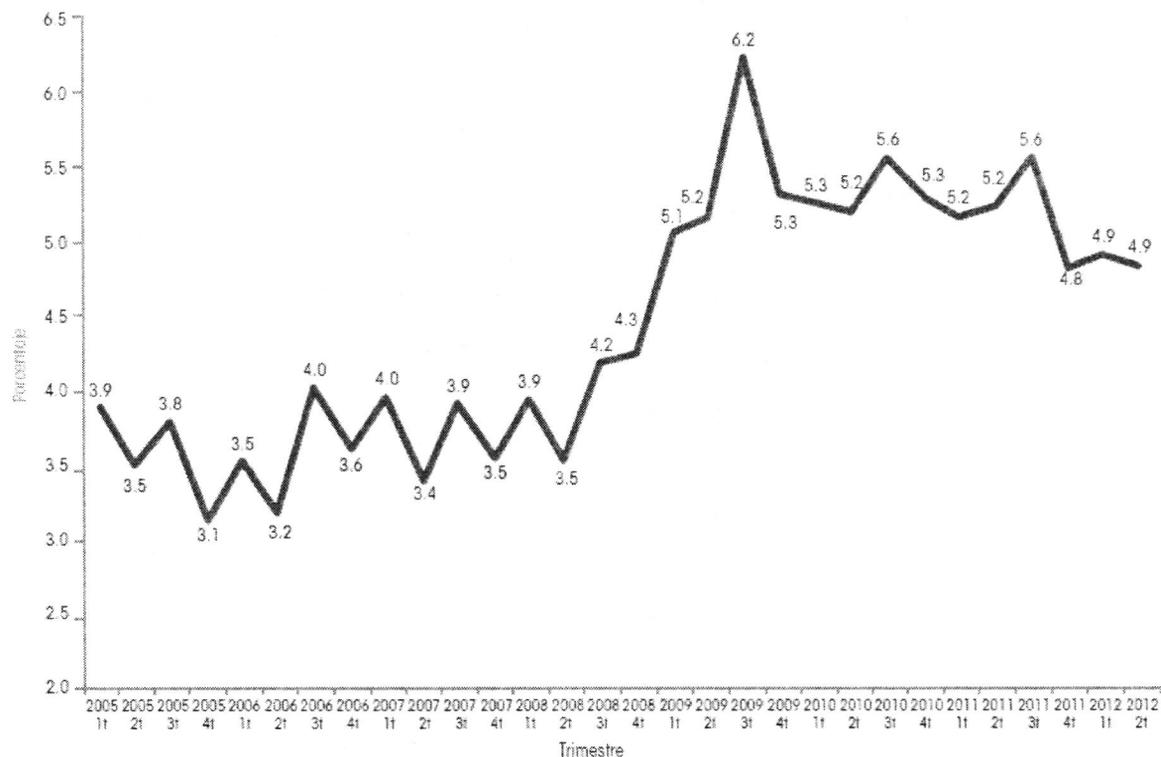
Por otra parte, el tema del desempleo corre los mismos riesgos de interpretación, ya que como hemos observado si se toma como referencia exclusiva el 2011, existe un aumento en la creación de empleos según los datos

⁶⁷ Análisis mensual de productos básicos, Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, H. Congreso de la Unión, Abril de 2012, versión web:
<http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/apbcefp/2012/abril/apbcefp042012.pdf>

oficiales, sin embargo, este aumento se daría bajo las remanentes dificultades de la crisis del 2008 sin llegar entonces a la misma tasa de crecimiento de ese año.

El planteamiento hacia este indicador, como ya lo describimos anteriormente, es uno de los más preocupantes en los ciudadanos, ya que una de las principales promesas del gobierno de Calderón fue la creación de miles nuevos empleos de calidad, y de lo cual se tuvieron pocos resultados. Aunque según la cifra del Informe de *Evaluación de la Política de Desarrollo Social en México 2012 del CONEVAL*⁶⁸ la tasa de desocupación presentó una disminución respecto al segundo trimestre de los años 2011-2012, pasando de 5.2 a una cifra menor de 4.9 respectivamente. Este dato solo nos indica la variación en cuanto a los despidos registrados en el sistema de seguridad social, la cual fue menor que en 2011, sin embargo no representa la creación de empleos como tal. Además, como hemos hecho incapié, aunque se registró una disminución la tasa de desempleo no se pudieron asimilar a las registradas antes del 2008 donde el promedio anual tenía un porcentaje de 3.7. La anterior lo podemos interpretar como una lenta recuperación de los empleos perdidos, haciendo parecer que, más allá de una generación gradual y consistente de empleos de calidad, solo se contuvo la pérdida de estos.

⁶⁸ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, "*Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en México 2012*", Noviembre 2012, Archivo de descarga disponible en; http://www.coneval.gob.mx/Informes/Evaluacion/IEPDS2012/Pages-IEPDSMex2012-12nov-VFinal_lowres6.pdf



Fuente: elaboración del CONEVAL con información de la ENOE-INEGI.

Concretamente y en una aritmética básica, la generación de nuevos empleos tuvo una serie de altibajos presentando números positivos. Considerando los datos disponibles del estudio del *CONEVAL* observamos que para el periodo comprendido de enero de 2011 a junio de 2012 la diferencia entre empleos perdidos y creados registrados ante el IMSS, es decir, la creación neta de empleos formales, queda en 780,317. Sin embargo este indicador no explica lo que acontece con la llamada “economía informal” la cual en nuestro país según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), porque si bien no hay cálculos precisos en México, se estima que equivale de 30 a 50% del Producto Interno Bruto (PIB)⁶⁹. Es decir, que en promedio 4 de 10 mexicanos no ejercen una estadística que podamos considerar para el estudio integral de la actividad económica.

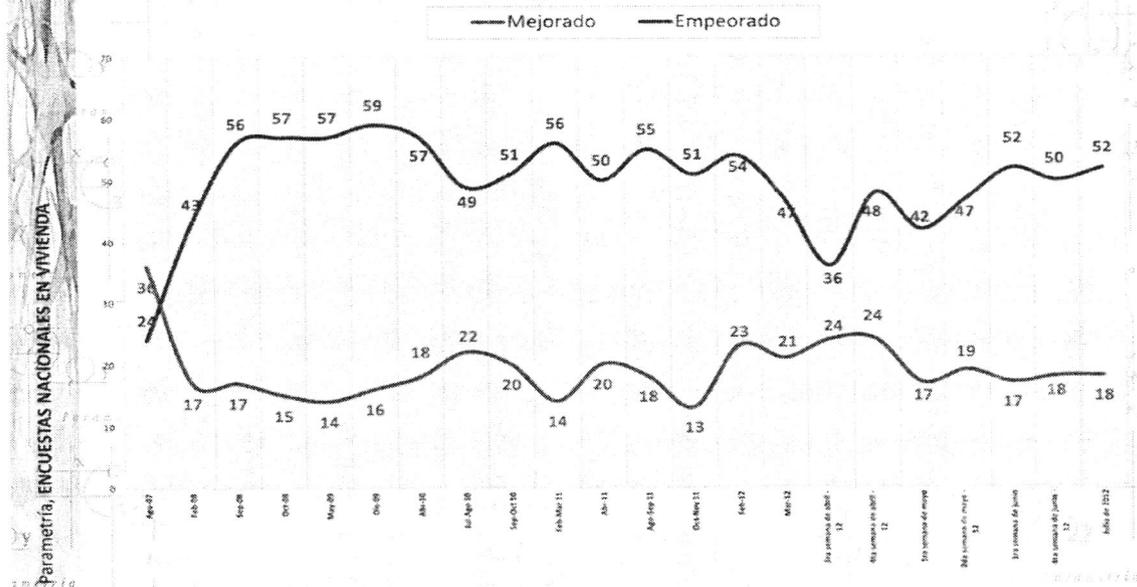
⁶⁹ Nota periodística, *El Financiero*, “*ECONOMÍA: PIB se multiplicaría de abatirse economía informal*”, versión web: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/pib-se-multiplicaria-de-abatirse-economia-informal.html>

5.3.-Voto endotrópico o de bolsillo: las valoraciones personales respecto a la economía.

Tal y como lo hemos descrito anteriormente el voto de bolsillo consiste en decidir por quien votar de acuerdo con los intereses económicos de uno mismo. Por ejemplo, con base en los posibles aumentos de impuestos, el incremento real de los salarios, del poder adquisitivo y en el aumento de los servicios básicos del gobierno, es decir, radica en la percepción directa de la disminución de las capacidades de acumulación. La centralidad en esta forma de hacer valoraciones respecto a un candidato o partido, consiste en no considerar un cúmulo de información respecto a entes exógenos, sino considerar los impactos directos en la economía de cada persona. De igual forma, la referencia más cercana se presenta en los miembros de la familia que dependen de la persona afectada para sí forjar una decisión.

Para el caso de la elección del 2012, la percepción de los posibles votantes, medida en el estudio de *Parametría* en cuanto a la economía personal de manera retrospectiva presenta también un sentido negativo, la cifra con mayor valor dentro los que percibían que la economía había empeorado se situó en un 56% al iniciar el 2011, presentando su cifra más baja en abril con solo un 36%. De acuerdo con la serie histórica realizada por *Parametría* de 2006 a 2012 más de la mitad de los mexicanos consideran que su situación económica personal ha empeorado en el último año, en julio de 2012 sólo dos de cada diez encuestados refirieron haber tenido una mejoría en el tema económico. A partir de 2008 la brecha entre una opinión y otra se fue ampliando, llegando su punto más alto en diciembre de 2009, año en el que empieza la desaceleración de la económica norteamericana.

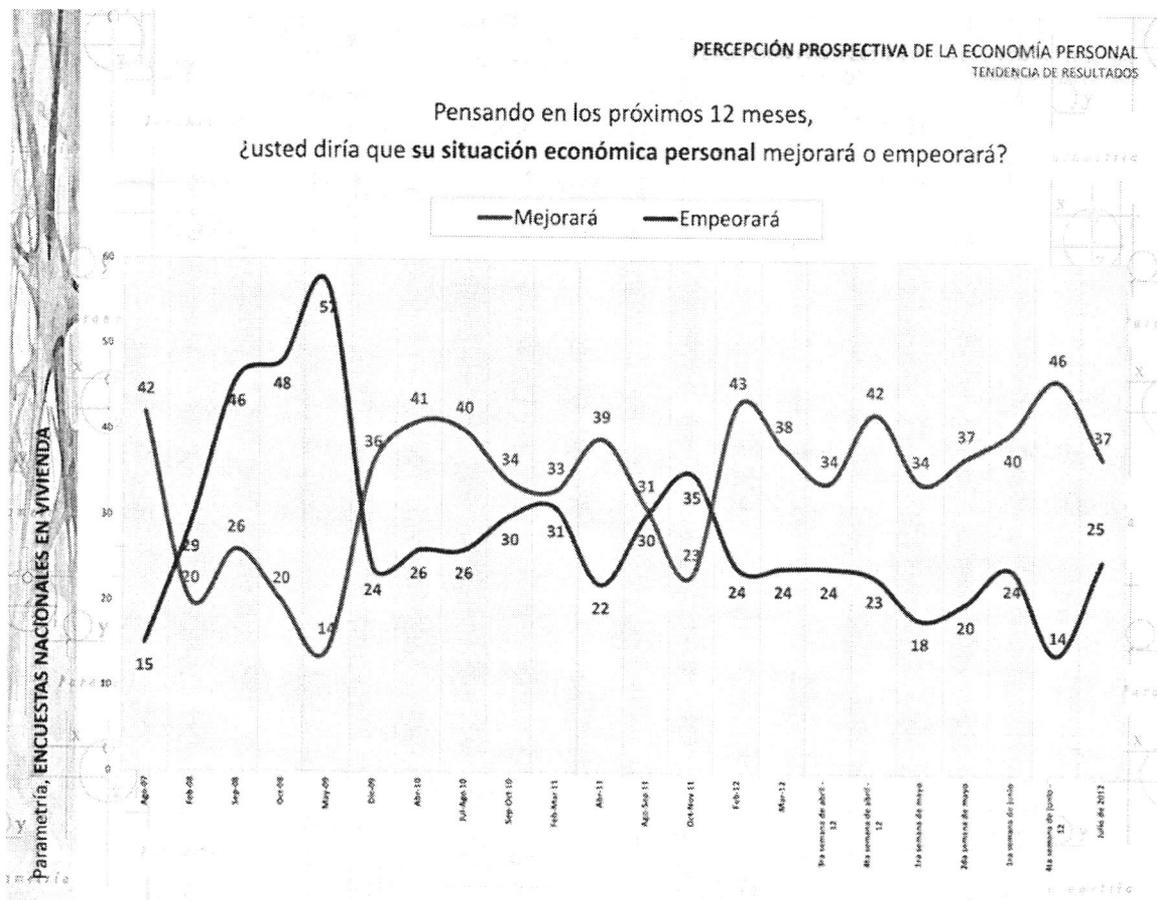
Durante los últimos 12 meses,
¿usted diría que su situación económica personal ha mejorado o ha empeorado?



Fuente: Carta paramétrica "Percepción de la Situación Económica de los Mexicanos"

En cuanto a las valoraciones prospectivas de la economía personal de los votantes, al comenzar el 2011 la opinión de los ciudadanos apuntaba casi a una paridad, misma que se mantendría fluctuando hasta comienzos del 2012, cambiando incluso su significación de positiva a negativa en el periodo que comprende de agosto a diciembre. Para comienzos del 2012 la percepción de los encuestados comenzaría con una diferencia de cero hacia niveles positivos, los cuales durante el primer semestre y hasta el día de la elección nunca cambiarían. Hemos de observar que un fenómeno a llamar la atención es el hecho de que a un mes de distancia para el día de los comicios la percepción prospectiva se dispara positivamente hasta llegar a un 46 % de los encuestados que decían que su economía personal mejoraría contra solo el 14% de quienes opinaban lo contrario. De igual forma, este mismo fenómeno se presenta en las percepciones a nivel nacional de forma prospectiva, dejándonos ver que, en términos de medición de la opinión pública, la percepción sobre la situación económica muestra de forma regular que la gente siempre apuesta a que el futuro será mejor y que se espera comúnmente que la mejora sea mayor en el

panorama de la economía personal que la nacional. Realmente no podríamos explicar este fenómeno, sin embargo, la teoría racional que como lo propone Downs, que permea a la acción persuasiva de los votantes por parte de los partidos, y en el caso del PAN; del partido en el poder con toda su maquinaria institucional, nos proporciona una idea respecto a la posible influencia de la información exhaustiva a la cual se expusieron los votantes durante las campañas. Suponemos entonces que al observar en las dos pasadas gráficas respecto al futuro económico tanto personal como nacional del estudio de Parametría, al estar expuesto el electorado a los bombardeos propagandísticos y de descalificaciones producto de la campañas mediáticas, la gente responde a los productos de las campañas negativas, las cuales se intensifican en este periodo, de tal manera que pareciera tienen una injerencia directa en las opiniones igualmente negativas respecto al futuro económico.

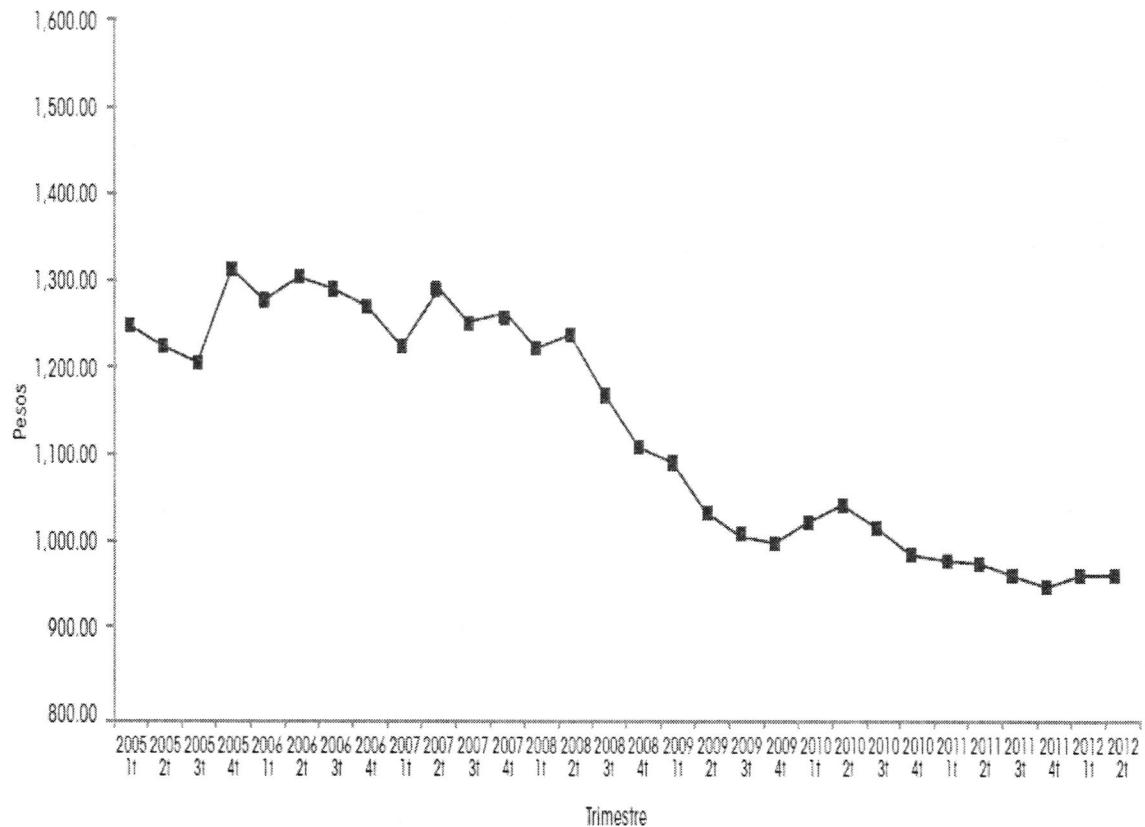


Fuente: Carta paramétrica "Percepción de la Situación Económica de los Mexicanos"

Otro de los factores que inciden directamente en la economía personal con una renuente percepción en los ciudadanos es el alza en los impuestos. Aunque el periodo comprendido durante el 2011- 2012 no se observó la creación o alza de algún nuevo impuesto, el dato más recurrente y visible para la población sería el continuo y gradual aumento a los combustibles. Dicho aumento se venía dando desde el 2009 donde el gobierno federal decide iniciar los deslizamientos mensuales en el precio de los combustibles con el objeto de reducir el subsidio que se le da. En 2007, por ejemplo, la gasolina tenía un precio de \$6.76 pesos, mientras que para 2012 su precio quedo en \$9.82 pesos. En específico durante el año anterior a la elección la variación en el precio fue de 11.13%, que si bien no es un aumento significativo, al comparar este aumento con el otorgado de manera paralela al salario mínimo de los trabajadores veríamos que está por encima. Entre el 2007 y 2011 el precio de los combustibles se incrementó un poco más de 27%. En contraste, en ese mismo periodo el salario mínimo en el país subió solo un 23.25%.

El tema en cuanto al aumento en los salarios también ha de ser revisado contemplando el panorama a largo plazo, puesto que si intentamos dar una interpretación que solo refleje las tasa de crecimiento respecto a un periodo inmediato observaríamos que esta estarían en sentidos positivos, sin embargo al reflejarlas en los ciclos y dinámicas hasta antes de la crisis de 2008-2009, estaríamos ante cifras que reflejan el profundo estancamiento del cual aún no superamos. Es decir, se puede observar de manera aislada un aumento en los salarios, sin embargo, los ingresos reales per cápita disminuyeron. Conforme a los datos del *CONEVAI* el crecimiento del valor de la canasta alimentaria fue mayor que el de la inflación promedio, lo cual reduce el poder de compra del ingreso. Durante los primeros meses de 2012 la volatilidad de los precios de los alimentos regresó a los niveles anteriores a la crisis; sin embargo, a partir de junio crecieron de nuevo a niveles similares a los de 2009. Debido a que los salarios en general se ajustan con la inflación promedio, cada vez que el crecimiento de los precios de los alimentos es mayor que la inflación, hay una pérdida importante del poder adquisitivo del ingreso respecto a los alimentos.

Gráfica 1.5 Ingreso por trabajo per cápita, México, 2005-2012
(pesos primer trimestre 2005 deflactado con precios de la canasta alimentaria)



Fuente: Elaboración de CONEVAL con información de la ENOE-INEGI.

La evolución de la economía y la de los precios de los alimentos tuvieron un efecto importante sobre el ingreso laboral real en el país. En la gráfica anterior se observa que el valor real del ingreso por trabajo (deflactado con el índice de precios de los alimentos) disminuyó de manera pronunciada a partir de mediados de 2008 y, aunque se estabilizó durante 2011, no ha retomado su nivel previo a la crisis.

Por tanto la percepción en cuanto a la economía personal no esta tan distante de las cifras presentadas por las instituciones oficiales, puesto que se ha padecido paulatinamente de un deterioro en ese rubro. A pesar de que en las percepciones a futuro se goza de un optimismo que pareciera fuese influenciado por las promesas de los candidatos, sabiendo que en nuestro país las promesas difícilmente son cumplidas, y en el caso del PAN y como partido en el poder, este deterioro en la economía personal pudo tener serias repercusiones para los que habían confiado en la idea de que el Gobierno de Calderón se definiera por ser el gobierno del empleo y del desarrollo económico. Cosa que no ocurrió, sin embargo debemos reconocer que se pudo contener una fuerte crisis (la pulmonía contagiada por los Estados Unidos) y que se estaba avanzando muy lentamente hacia una recuperación.

6.-Conclusiones

Durante el paso de esta investigación hemos presenciado que dentro del marco teórico de la Elección Racional, sus conceptos y aplicaciones, se ha tenido una gran correspondencia así como una gran utilidad para explicar el acontecer del país desde el enfoque en donde se centran las valoraciones de los individuos como respuestas a las acciones y promesas de los partidos y candidatos en cada elección. Se han tratado rescatar las distintas conjeturas hechas por quienes, desde este enfoque, han dedicado sus investigaciones durante las distintas elecciones y etapas democráticas que el país ha tenido. Así bien, se ha mostrado que la racionalidad del elector en México también ha transitado por varias etapas en las cuales se concibe su directa determinación conforme se avanza hacia una democratización del sistema político-electoral, que más allá de traducirse en solo elecciones más competidas, se debe entender también en un ambiente político en donde se puedan tomar elecciones con mejores referencias, tanto de información confiable, de una libertad de expresión, de no reconocer imposiciones y de saberse como un país diverso de ideales y posturas políticas que puedan ejercer en el pleno ejercicio del gobierno. Por tanto, para que la racionalidad de los electores mantenga un desarrollo sostenible en el país, no solo se debe pugnar desde el ámbito electoral a tener mejores contiendas, con mayor equidad, con oportunidades iguales para todos los partidos y candidatos, sino que se tiene que avanzar hacia la solidificación democrática de la sociedad en conjunto. La idea de igualdad política, por ejemplo, no se dirime del saber que los partidos políticos o un candidato tienen la misma oportunidad competir y de hacerse ganadores, sino que la igualdad política inicia en los mismos ciudadanos, en sus fuentes de información, espacios de participación y de tener una gama más amplia de referencias políticas.

Durante estos últimos años, y remontándonos específicamente al periodo posterior de 1988 hasta las elecciones de 2012, los cambios en el sistema político-electoral han definido nuevos paradigmas en la forma de llevar a cabo el proceso de decisión en los votantes. Estos nuevos paradigmas han propiciado desde la emancipación racional, hasta tomar en cuenta múltiples factores. Por ejemplo, uno de los cambios más importantes, fue que después de lo sucedido en 1988 se entendería la decisión de los votantes contrarios al régimen ya no como un voto a manera de protesta, como un simple voto destinado a crear conciencias, sino que el voto desde aquella cuestionada elección, en donde se presume uno de los fraudes electorales más descarados en nuestra historia, es basado en la idea de que realmente servirá como un medio efectivo en la designación de un gobernante y puntualmente de un presidente. Esta nueva racionalidad coadyuvo en el empuje que en el 2000 diera como resultado la tan anhelada alternancia.

Asimismo, si se le ha considerado a nuestro sistema político-electoral y en general a nuestra situación como país, inmerso en una "Democracia Joven" nuestra racionalidad también presenta una inmadurez propia de un cambio tan repentino en la configuración de las subsecuentes elecciones. La elección del 2006 y 2012 presentan panoramas muy distintos en los que el elector tuvo que basar su decisión, que si bien se puede tomar como un buen síntoma del sistema por presentar diferentes opciones acrecentando la competencia electoral, el elector aun puedes ser víctima de poderes fácticos que distorsionan o manipulan la información política, que como ya vimos, suele ser el principal insumo de los electores en sus valoraciones tanto retrospectivas como prospectivas. Así que, mientras no se consiga que los medios de comunicación sean más representativos, incluyentes, diversos y que tengan menos injerencia en la política, no se podrá implantar un desarrollo benéfico en la racionalidad colectiva e individual de los posibles votantes en futuras elecciones. El duopolio televisivo, por ejemplo, significa una gran barrera en el progreso de la racionalidad de los electores, ya que al ser la principal fuente de información política en los

mexicanos, tiene un importante margen de influencia en las preferencias políticas. Esta limitante no solo considera la manipulación de la información conforme a una imparcialidad en los tiempos de exposición, sino que además en la discriminación de información que pueda poner en riesgo alguno de sus intereses tanto de empresa como los de sus preferencias políticas.

Por otra parte, hemos presenciado que el actuar racional se ha efectuado conforme a los diferentes conceptos que la misma teoría ha decretado para su observancia, aunque en este trabajo se propusieron algunas variantes con el fin de tener una explicación más certera de la realidad mexicana en cada elección antes descrita. Esto respondió a que las percepciones de los ciudadanos en el periodo que tomamos en cuenta, giraron a problemas que, si bien los estudios de algunos casos en nuestro país los mencionan, no han sido aplicados concretamente. Las valoraciones económicas representan una de las bases más sólidas en la racionalidad de los votantes, sin embargo para el caso de la elección del 2012 el tema de la inseguridad era la principal referencia, por tanto, había que tomarse en cuenta este factor para vislumbrar las posibles motivaciones que los electores tomaron el día de la elección. Así el estudio del voto bajo el enfoque racional, requiere de adecuaciones a las realidades particulares de cada demarcación geográfica, desde un municipio, estado o el mismo país. Por tanto, no sería suficiente una adopción ortodoxa de la teoría para el caso mexicano, sino que se requiere de un pragmatismo que acompañe a los cambios de un sistema político-electoral y de una sociedad que no tiene más de 20 años inmersos en el dinamismo propio de una democracia.

Desde el año anterior a la elección del 2012, la inseguridad fue el principal problema que se presentaba en el país ocupando un gran espacio en los medios de comunicación. La nota roja respecto a ejecuciones, detenciones, decomisos y demás acciones de la delincuencia fue la información de mayor impacto en los ciudadanos. Por ende, una de las valoraciones básicas que la mayoría de la gente realizó fue conforme a si se debería dar continuidad o no a las políticas de

seguridad que en ese entonces el gobierno panista llevaban a cabo, ya que más allá de algún logro concreto, en la opinión de la gente se tenía una percepción de poca efectividad. Asimismo el desencanto de saber que las malas prácticas y puntualmente la corrupción de los gobiernos del PRI no se lograron erradicar en lo más mínimo, llevo a la gente a opinar que, principalmente en el tema de procuración de justicia, no se tenía ningún avance y que además una de las principales instituciones encargadas de ejecutar directamente una de las pocas políticas en donde el gobierno de Calderón gozaba de cierto reconocimiento como lo era su “guerra contra el narco”, tampoco tenía una buena opinión sobre los encuestados. De hecho las “Policías” en un estudio a nivel nacional tenían el peor porcentaje respecto a la corrupción.

De igual forma, se ha recalcado en este trabajo la importancia conforme a la teoría, que tuvo el manejo de la información durante todo el proceso electoral, Sin llegar asegurar una manipulación directa, podemos conjeturar que existió una disparidad de los tiempos de información y de exposición de los candidatos durante toda la campaña, siendo favorecido el candidato del PRI ya que, como también hemos presentado, las campañas publicitarias en televisión son el principal referente de los electores. El “spoteo” desmesurado al que fuimos expuestos, represento un posicionamiento privilegiado para el EPN al tener un mayor alcance y numero de repeticiones, por tanto, los electores tuvieron una mayor fuente de información prospectivas en su caso.

Así mismo y mientras se enfatizaron las campañas políticas observamos que la información que se presentaba en cuanto a las propuestas en un sentido prospectivo fue degradándose al caer en el intercambio de opiniones negativas entre los mismos candidatos. A diferencia de los demás, al revisar parte de los ejes temático en los que se dividió su campaña, encontramos que EPN y su equipo supieron no restarle importancia y comunicar efectivamente los beneficios de las acciones que se tomarían en caso de resultar electo. Los mensajes de sus “compromisos con la ciudadanía” permearon de una cierta certidumbre a quienes prospectivamente hacen sus valoraciones, mientras que los otros candidatos

antepusieron una serie de descalificación así como el difundir una atmósfera de pesimismo en caso de no ser electos y puntualmente en caso del regreso del PRI a la presidencia. Si bien es cierto que las valoraciones prospectivas no poseen, teóricamente, una importancia igual que la opinión de los resultados y hechos pasados, habría que considerar que posiblemente ejercieron en la elección del 2012 un impulso que sumó preferencias a EPN.

Por otra parte, un factor que pudimos descubrir en la presente investigación fue que respecto a la información anticipada de las preferencias electorales, es decir, de los resultados de las diez casas encuestadoras que manejamos, nueve presentaron una tendencia desfavorable a un candidato en específico. Como mencionamos anteriormente, no podemos medir ni asegurar que hubiera un manejo tendencioso o que se manipularan los datos a favor o en contra de alguien, sin embargo, el hecho es que las diferencias o márgenes de error, en casi todos los casos presentaron una acentuada negatividad hacia el candidato de las izquierdas. Según nuestro cálculo el promedio general del margen de error para cada candidato mostro que ENP fue el que gozo de una mínima variación en los resultados que las encuestadoras presentaron respecto a los datos finales del conteo distrital del IFE, incluso, en algunas encuestas mostro 8.8 puntos de más, dando como resultado una diferencia agregada de tan solo 1.9 puntos porcentuales. En contraparte, para el caso de AMLO en todos los estudios, excepto el de IPSOS-BIMSA, se le mostraba, al igual que a JVM, con un porcentaje negativo aunque con la particularidad de que en esas nueve encuestadoras AMLO siempre fue el que tenía el mayor margen de error. Es decir, el más favorecido con los datos presentados por estas diez encuestadoras fue GQT obteniendo un promedio de margen de error de $+0.44$ dejando ver que se le “inflaba” en los resultados. En el caso de EPN el mismo promedio solo significo un -0.19 , que si bien tiene una tendencia negativa no se compararían con los -4.46 puntos de JVM y los -7.15 que presento AMLO.

En pocas palabras podemos decir que en nueve de los diez casos fue en AMLO donde más se equivocaron las encuestadoras, y que además, esta

equivocación siempre tuvo una tenencia negativa. Esto resulta importante ya que si consideramos que esta información es la que los electores consideraron al ejercer sus cálculos para votar estratégicamente e identificar las probabilidades de que su sufragio sea realmente decisivo, estaríamos frente a una desventaja que posiblemente produjo algún desaliento o decepción anticipada que representaron algunos votos perdidos.

Asimismo, las valoraciones económicas nunca perdieron una relevancia importante. Si bien es cierto que la inseguridad presentó el mayor porcentaje, las preocupaciones económicas solo tuvieron una desventaja de no más de cinco puntos entre los meses de marzo de 2011 y 2012. Si observamos de manera integral estas dos problemáticas, es decir las económicas (desempleo, aumento de los precios, baja en el salario real, principalmente) y las no económicas (inseguridad y corrupción) estaríamos frente a la referencia mayor que los ciudadanos utilizaron en la evaluación del desempeño del gobierno en turno. Las valoraciones retrospectivas teóricamente son las más influyentes en la decisión de los electores, por tanto al no tener mejora en estos dos rubros posiblemente llevó a el gobierno de Calderón y del PAN a presentar una caída en las preferencias electorales, que sin la utilización de los recursos de las políticas y programas sociales, hubiera sido mucho más profunda. A diferencia del 2000 y 2006 el PAN no tenía ninguna bandera en la que los ciudadanos reconocieran algún logro o mejora que pudieran presentar en su programa de campaña, como la del cambio en la elección de Vicente Fox y la de estabilidad y crecimiento económico reflejada en el último semestre antes de la elección en donde ganó Felipe Calderón. Como hemos visto dentro de los ejes temáticos de la campaña de Josefina Vázquez. Mota nunca se enumeró enfáticamente los problemas de seguridad y de los temas económicos, y si así fue, no tenían una correspondencia con la opinión de los ciudadanos.

Respecto a las valoraciones retrospectivas de carácter económico, en el preámbulo de la elección del 2012 no se presentó ningún avance considerable en cuanto al bienestar económico del país. Aunque los números presentaban mejoras respecto al 2011, estas estarían dentro de la remanencia de la crisis del 2008-2009. Por ejemplo, se disminuyó la tasa de desocupación respecto al mismo trimestre de 2011-2012 de 5.2 a una cifra menor de 4.9 respectivamente, sin embargo no se alcanzarían las cifras que se tenían antes de la crisis, que en este caso en el año de 2008 tenía un promedio anual de solo 3.7. De igual forma, en cuanto al nivel adquisitivo, no se tuvo una mejora que ayudara a considerar una permanencia del PAN en el gobierno, ya que si observamos los datos a largo plazo, encontramos que la inflación y el aumento específico de los alimentos, han disminuido el poder de compra de los mexicanos en estos últimos doce años.

Finalmente y como conclusión principal, debemos resaltar que a pesar de la importancia que guarda cada una de las variables incluidas en esta investigación, la racionalidad y en específico los procesos de decisión en los electores, día o día y conforme pasan las elecciones van cambiando, y por tanto, reconfigurando las estrategias que han de seguir tanto los partidos políticos como los mismos candidatos para afianzar su triunfo. Aunque desde este enfoque racional podemos explicar las condiciones que el elector tomó en cuenta para no dar continuidad a un gobierno que se desgastó en tan solo 12 años, no podemos discernir en otros campos ni asegurar la influencia que posiblemente tuvo la compra de votos, las prácticas clientelares o demás acciones para coactar el voto. Sin embargo, el hecho es que, pudimos observar que el ambiente en general y la información presentada durante el preámbulo de la elección del 2012 facilitaron el regreso del PRI quien pareciera que en su estrategia supo no restarle importancia a este nuevo dinamismo en la decisión del votante, pasando a hacer de un limitador en sus tiempos de partido hegemónico, a un hábil presentador y dotador de insumos para la acción racional en cada ciudadano.

Bibliografía

Buendía Laredo, Jorge., *El Elector Mexicano en los Noventa: ¿Un Nuevo Tipo de Votante?* Política y Gobierno, Vol. VII Número 2, 2000 Págs.: 317-352

Castañeda Gonzalo e Ibarra Ignacio, *Campañas, Redes de discusión y volatilidad de las preferencias políticas. Un análisis de las elecciones mexicanas del 2006.* Foro internacional, vol. 51, núm. I. El Colegio de México, enero-marzo 2011. Págs. 104-133

Egon, Montecinos., *Análisis del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional a la Teoría de Redes.*, Vol. XIII, No. 1 Enero-Abril 2007, Págs.: 9-22

Echegaray, Fabián, *¿Voto económico o referéndum político? Los determinantes de las elecciones presidenciales en América Latina,* Desarrollo Económico, vol. 36, núm. 142, Instituto de Desarrollo Económico y Social, Julio-septiembre 1996, págs. 603-619.

González Casanova, Pablo., (coord.), *Las elecciones en México: evolución y perspectivas,* Siglo XI editores, Primera edición 1985, Págs.: 34-52

Jara, Elías José Rubén *Comp. Audiencias Saturadas Comunicación Fallida, Impacto de los Spots y las Noticias en la Campaña Presidencial 2012.*

Magaloni Kerpel, Beatriz., *Elección Racional y Voto Estratégico: Algunas Aplicaciones para el Caso Mexicano,* Política y Gobierno Vol. I, Número 2, Julio 1994. Págs.: 309-344.

M. Singer, Matthew., "Defendamos lo que Hemos Logrado" *El Voto Económico en México Durante la Elección Presidencial de 2006*, Política y Gobierno, Volumen Temático 2009, Págs.: 199-335

Méndez de Hoyos, Irma., *Transición a la democracia en México: Competencia Partidista y Reformas Electorales 1977-2003*, FLACSO-Fontamara, 2006, Págs.: 27-78

Moreno, Alejandro., *La Decisión Electoral* *Votantes, Partidos y Democracia en México*, Miguel Ángel Porrúa, Primera Edición 2009 Págs.: 17-388

Moreno, Alejandro, *El Votante Mexicano: Democracia, Actitudes Políticas y Conducta Electoral*, Fondo de Cultura Económica, 2003, Págs.: 11-235

Pinto, Julio., (compilador) *Introducción a la Ciencia Política*. Eudeba Universidad de Buenos Aires., 4° Edición, 5° reimpresión: febrero 2006. Págs.:1-388

Poiré, Alejandro., *Un Modelo Sofisticado de Decisión Electoral Racional: el Voto Estratégico en México 1997*, Política y Gobierno Vol. VII Número 2, 2000. Págs.: 353-382

Documentos, Estudios y Encuestas.

Alberto Díaz Cayeros, Beatriz Magaloni, Jorge Olarte y Edgar Franco, *La geografía electoral de 2012*. Versión web:

http://cddrl.stanford.edu/publications/la_geograf%C3%ADa_electoral_de_2012_m%C3%A9xico/ .

México Unido Contra la Delincuencia A.C. y Consulta Mitofsky, *Décima Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México 2012*. Versión web: <http://mucd.org.mx/recursos/Contenidos/EncuestaMitofskydePercepcinCiudadanasobrela/documentos/10%20Encuesta%20%20%20Mitofsky%20completa.pdf>

INEGI, *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2012*. Versión web: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/regulares/envipe/envipe2011/default.aspx>

Parametría, *"Reto de la Seguridad Pública" Estudio de opinión*, web site: <http://www.parametria.com.mx>

México Evalúa, Centro de Análisis Políticas Públicas, A.C. *Indicadores de Víctimas Visibles e Invisibles de Homicidio*. Noviembre, 2012, web site: http://mexicoevalua.org/descargables/568ae9_413537_IVVI-H.pdf

Grupo Reforma, *Ejecutómetro 2012*, 24 de noviembre de 2012, web site: <http://www.reforma.com/>

http://mexicoevalua.org/descargables/568ae9_413537_IVVI-H.pdf

Consulta Mitofsky/ México Unido contra la Delincuencia A.C. *"Décima segunda Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana en México"*, web site: http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_MUCD.pdf

INEGI, *Encuesta sobre Calidad de Trámites y Servicios del Gobierno, "Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2011" (ENCIG), Boletín de prensa núm. 358/12, 16 de octubre de 2012, Aguascalientes, AGS., web site: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/especiales/encig/2011/default.aspx>*

Transparency International, *Índice de Percepción de la Corrupción 2006*, versión web:

http://www.funcionpublica.gob.mx/web/doctos/transparencia/focalizada/indices/02a_report_ipc_2006.pdf, y *Corruption Perceptions Index 2012* Transparency

International, versión web:

http://issuu.com/transparencyinternational/docs/cpi_2012_report/4?e=2496456/2010281

ADN político, web site: <http://www.adnpolitico.com/encuestas>

Encuesta Nacional Buendía y Laredo, 02 al 06 de agosto de 2012, *Encuesta postelectoral*, versión web:

http://buendiaylaredo.com/publicaciones/220/media/120809_ENCUESTA_TRIMESTRAL_B_L.pdf

Carta paramétrica "*Percepción de la situación económica de los mexicanos*", Parametría, investigación estratégica, análisis de opinión y de mercado. Versión web: http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4452

INEGI, http://buscador.inegi.org.mx/search?q=inflacion+2011-2012&site=sitioINEGI_collection&btnG=Buscar&tx=inflacion&CboBuscador=sitioINEGI_collection&client=INEGI_Default&proxystylesheet=INEGI_Default&getfield_s=*&entsp=a_inegi_politica&Proxyreload=1&lr=lang_es%7Clang_en&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&filter=1&entqr=3&exclude_apps=1&tlen=120

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, H. Congreso de la Unión, *Análisis mensual de productos básicos, Abril de 2012*, versión web:

<http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/apbcefp/2012/abril/apbcefp042012.pdf>

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, "*Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en México 2012*", Noviembre 2012,

Archivo de descarga disponible en;

http://www.coneval.gob.mx/Informes/Evaluacion/IEPDS2012/Pages-IEPDSMex2012-12nov-VFinal_lowres6.pdf