

Índice de competitividad electoral del Estado de Zacatecas

Dr. Francisco Muro González,
Unidad de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Zacatecas
Correo-e del ponente fmurog@gmail.com
Tema del congreso: Procesos Electorales Comparados

Introducción

A partir de análisis de correlación múltiple entre el porcentaje de votos obtenidos por los partidos en las diferentes elecciones de 2016 (la de gobernador, diputados locales y presidentes municipales en el caso de Zacatecas) se podría tener, al mismo tiempo, la consistencia en la intención de voto por los partidos. Ese ejercicio se habrá de emprender en esta ponencia, aunque de forma muy acotada, dada la restricción de espacio que se tiene.

Generalmente, en nuestro país se considera exclusivamente, al término de un proceso electoral, qué partido o candidato quedó en primer lugar, cuál en segundo y así en adelante. Pero no se establece con claridad de manera frecuente —con base en los mismos resultados electivos y de manera sistemática, utilizando la paquetería computacional adecuada para el caso —qué partido o candidato estuvo compitiendo con cada uno de los otros. Es decir, por ejemplo, sobre todo en escenarios multipartidistas como los de la actualidad, ¿el PT le quitó votos al PAN, o al PRI, o al PRD, etcétera?

Justamente, con correlación múltiple se puede saber qué partidos fueron realmente aliados al momento de la emisión del voto de los electores, dada la forma cómo emitieron su sufragio ellas y ellos, no en los rituales que se llevan a cabo cuando se forman las coaliciones y luego no se sabe cómo realmente emitieron su sufragio los electores.

Con la correlación múltiple es así dable saber cómo realmente se dio la competencia inter-partidaria o entre candidatos; si la votación de qué partido estuvo asociada de manera directa o inversa a la votación de qué otro.

Es decir, generalmente se piensa que un partido ganó y otro perdió en un escenario multipartidista, pero jamás cómo se ayudó al posicionamiento de un partido dada una competencia multipartidaria.

Pero además se ha considerado en el diseño de esta ponencia que es muy oportuno abordar algunos temas clave respecto del porqué votan o no los ciudadanos, tomando en cuenta fundamentalmente la opinión de los más renombrados especialistas en esa materia, lo que enseguida se lleva a la práctica.

Abordaje resumido al tema de la elección racional y su modelo

En la perspectiva de uno de los encuadres más utilizados en el ámbito del análisis electoral, el de la elección racional (rational choice) – la cual se toma como referencia en considerable medida en esta ponencia – los ciudadanos votarán sólo si los beneficios esperados de la votación son mayores que los costes asociados, según lo establece Anthony Downs. Los beneficios esperados dependen, de acuerdo a este muy destacado investigador, premio Nobel de Economía, de dos factores: el resultado ganador esperado de la implantación de una política o de un candidato, y la probabilidad de que un voto individual decida el resultado de la elección. Entre más fuerte sea la preferencia por un partido sobre los demás, mayor es la propensión a votar, tal es de manera sucinta la hipótesis fundamental de Downs.

Así, para resumir la declaración respectiva de Downs, una de las claves para entender las variaciones en la participación de los votantes es la fortaleza de las preferencias del votante, algo que sin duda los partidos y candidatos deben inculcar a quienes ejercen su sufragio, lo cual en nuestro país, conviene señalar, se trabaja de forma visiblemente endeble.

La contribución primera y más importante de Downs fue introducir modelos espaciales de competencia electoral al campo de la ciencia política. En efecto, para las dos primeras décadas después de su publicación original, la influencia de una teoría económica de la democracia de Downs parece haber descansado casi en su totalidad en un solo capítulo que describe "La estática y dinámica de las ideologías de partido". Este capítulo describe el ahora modelo familiar en el cual los votantes están ubicados a lo largo de un continuo ideológico unidimensional; los partidos, a su vez, eligen las políticas públicas correspondientes a los puntos de ese continuo, y los electores eligen a los partidos sobre la base de la proximidad ideológica que tengan con ellos. Downs argumentaba, como una de las implicaciones de este modelo, que los partidos en la competencia en un sistema de dos partidos deben "converger rápidamente en el centro" de la distribución de los votantes si la mayoría de los votantes fueran relativamente moderados (p. 118).

El modelo de la elección racional de votantes formula, para esto, varias predicciones claras respecto de los resultados electivos: la probabilidad de participación para un votante potencial aumenta cuando hay un partido competitivo que adopta una postura ideológica similar a la del votante; cuando la probabilidad del voto de un individuo es relativamente alta; cuando el costo de la votación es relativamente bajo, y cuando los beneficios intrínsecos que uno podría recibir por votar son relativamente altos.

La referida teoría considera al elector como un ser racional, por lo tanto, sus actos, especialmente en el ámbito de las elecciones, son de carácter razonado. En esta teoría se considera que no hay electores tontos. En consecuencia, el comportamiento político y la orientación del sufragio del votante es el resultado de un cálculo racional en el que debe hacerse un razonamiento respecto de las ventajas, desventajas, beneficios y riesgos que se corren al tomarse una decisión determinada. Se considera asimismo que el elector evalúa las diferentes opciones políticas que se le presentan y decide racionalmente, tomando en cuenta las prioridades y beneficios que espera obtener al decidir por una determinada opción política. Se cree en este enfoque que buena parte de los electores razonan su voto en virtud de sus intereses y calculan los beneficios que le puede acarrear su decisión, por lo que, presuntamente, los votantes no pueden ser manipulados fácilmente.

Como los ciudadanos generalmente no estamos bien informados sobre las opciones disponibles para la emisión del sufragio, el incrementar el número de opciones para votar, desalienta la participación. Cuando el multipartidismo aumenta, se incrementan asimismo los costos asociados con la recopilación de información para los votantes (quienes generalmente preguntan “de dónde salió tal o cual candidato(a)”) e incluso en el momento de la votación no encuentran finalmente por quién de los(as) aspirantes sufragar.

Ahora, existe otro enfoque respecto de la abstención que le parece más creíble a quien esto suscribe: el de que la calidad de las campañas repercute significativamente en los niveles de la abstención. En otros términos, a campañas descompuestas, sin sentido, se corresponde una alta abstención. A campañas significativas, atractivas para el electorado, se corresponde una significativa participación, o, si se quiere ver así: una baja abstención.

De cualquier forma, lo que se plantea en esta ponencia es la versión de especialistas quienes señalan que el nivel de la participación ciudadana en una elección en realidad es un asunto de la capacidad de quienes dirigen o asesoran a los partidos. Para ellos, el reto es reducir la complejidad del voto para los votantes. En ese sentido, se piensa que buena parte de la abstención se debe a que los votantes se esfuerzan por reducir la complejidad de una decisión de voto, pero muchos no lo logran.

El conocimiento político ayuda asimismo a contrarrestar el efecto del aumento de la complejidad en la fragmentación partidaria, al incrementar la capacidad de cada individuo de adquirir información sobre los candidatos y partidos. Así, el efecto amortiguador del multipartidismo en la participación electoral debe ser relativamente débil entre las personas con alto conocimiento político, mientras que, para los votantes menos conocedores de la situación política, se incrementarán las posibilidades de abstención.

Hay creciente evidencia de que los partidos tienden a sobre todo estar en contacto con personas que tienen un historial de participación electoral, y por ello están relativamente informados. A esa política de focalización de electores se ha atribuido al hecho de que los

votantes previos y las personas más informadas en cuestiones electivas son más fáciles de identificar a través de redes o con base a la disponibilidad de listas de votantes. También hay evidencia que más votantes tienen más probabilidades de responder a los llamamientos de los partidos y salir a votar en mayor número cuando los partidos están en contacto permanente con ellos.

Los efectos del incremento de la complejidad del multipartidismo se atenúan cuando el acopio de información se vuelve más fácil. Y, a medida que aumenta el nivel de sofisticación o conocimiento político, se deberían disminuir los costos de la distinción entre partidos. Algunos investigadores encuentran, por ejemplo, que la relación entre el número de partidos que compiten y la probabilidad de voto varía según el nivel de información política. Para los votantes con baja información política, la probabilidad de participar en una elección disminuye a medida que el número de partidos se incrementa.

El saber qué es lo que mueve o motiva el comportamiento de los votantes en una coyuntura o contexto electoral es una interrogante que ha estado presente durante muchos años en las indagaciones no sólo de los politólogos y psicólogos, sino también de egresados de otras disciplinas académicas, así como de los políticos y candidatos que durante los procesos electorales tratan de incidir o generar ciertos efectos en la conducta y comportamiento de los ciudadanos.

Se han calculado probabilidades –por supuesto que, en Estados Unidos de América, no aquí en México donde se sigue con la idea de que el candidato o partido que alcance el mayor porcentaje de preferencias, será el que supuestamente va a gana las elecciones. Así, por ejemplo, Estados Unidos de América en una de tantas investigaciones se ha calculado que tener una educación universitaria y tener contacto con un político sirven para impulsar la participación.

En términos de razones, quienes tienen una educación universitaria, tienen 1,63 veces más de votar que el de un individuo sin ésta. Las probabilidades de un individuo que ha experimentado contacto político con las votaciones son 1.55 veces mayores que el de un individuo que no. En cuanto al número efectivo de partidos, un aumento de una unidad en este índice disminuye las probabilidades de votar por un factor de 0,75. Los contactos políticos y la educación sirven para facilitar las tareas de recolección de información asociadas con el derecho al voto, en tanto que un aumento en el número de partidos aumenta esos costos. Es decir, el número de partidos no incrementa en algo las probabilidades de sufragar.

En elecciones con electorados numerosos esa probabilidad es pequeña, conforme a lo que generalmente sostienen los especialistas, y por lo tanto un modelo estricto de elección racional predice que la mayoría de la gente se abstendrá. El hecho de que en realidad muchos ciudadanos voten, a pesar de que los beneficios esperados sean insignificantes, da lugar a lo que se denomina en el ámbito electoral especializado la "paradoja del voto".

Una solución a esta paradoja es postular la existencia de beneficios no instrumentales, expresivos. Establecer, por ejemplo, que el votar es un deber cívico, el cual, si se cumple, se obtiene una satisfacción personal. En esta ponencia nos centraremos en dos características claves contextuales que pueden afectar –conforme a los especialistas– la intención del voto: *la competitividad de la elección y la prominencia de los candidatos*.

Sin embargo, es posible que una elección sea altamente competitiva, aun cuando sea de poca importancia en el contexto de una sociedad. En general, la importancia de una elección es una función de su impacto potencial en la formulación de políticas públicas, coinciden especialistas en esa materia. Asimismo, cuando más visiblemente importante sea la influencia de un candidato o candidata, mayor será el incentivo para votar.

Es procedente en este sentido distinguir conceptualmente entre las elecciones de "primer orden" y "segundo orden", denominaciones que hacen los especialistas del ámbito electoral. Las elecciones de nivel nacional se consideran como de primer orden, mientras que las elecciones en el nivel sub–nacional, o estatales, normalmente se ubican como las elecciones de segundo orden. Las expectativas de los electores se supone que son más bajas en las elecciones de segundo orden. Aunque para algunos grupos de votantes, las elecciones sub-nacionales o estatales puedan ser más importantes que las elecciones nacionales.

Varios estudios, por otra parte, han demostrado que las movilizaciones de los partidos afectan la participación de los votantes, que las personas que están en contacto con los partidos son las que más probablemente voten. Estos estudios han sido casos específicos, pero no se pueden tomar como regla empírica.

Por qué votan o no los ciudadanos de acuerdo al esquema de la elección racional

Tenemos asimismo que entender no sólo por qué la gente votó o no, sino también por qué aquellos que votaron lo hicieron por un determinado partido o candidato. La mayoría de los modelos de elección de voto asume que los votantes votan "sinceramente", es decir, votan por el partido que prefieren, ya sea porque la posición política es más cercana a su propia convicción o preferencia, porque el partido está de su lado en el diseño e implantación de las políticas públicas, o porque un partido es el más competente o agresivo en la discusión pública de cuestiones comunitarias básicas.

Existe una extensa literatura, con base empírica, sobre el monto y naturaleza del voto estratégico, pero escasos análisis comparativos sistemáticos. El objetivo de los autores especializados en ese tema es hacer contribuciones importantes a la comprensión de la votación

estratégica. En primer lugar, se habrá de determinar cómo el sistema electoral afecta a la cantidad de voto estratégico. La presunción estándar en la literatura ha sido que las desviaciones racionales de voto "sincero" son más frecuentes en los sistemas mayoritarios.

Se debe, igualmente, comparar de manera sistemática la cantidad de voto estratégico que se presenta en los diferentes sistemas electorales. Se requiere, de semejante cuenta, determinar si ciertos tipos de personas tienen una tendencia sistemática a votar de manera sincera o estratégica. Es decir, cómo una persona que proyecta un voto estratégico en una elección, tiende a hacerla en otra. En tercer lugar, se deben considerar opciones estratégicas de los votantes, específicamente se debe tomar en cuenta la posibilidad de que los votantes se abstengan de sufragar.

Necesitamos asimismo saber con alguna certeza si los electores que no están bien informados son todavía capaces de emitir su voto. No obstante, es imposible hacer sentido de las decisiones de los votantes sin tener en cuenta las estrategias de partido, porque el conjunto de opciones que se ofrecen a los votantes dependen de las decisiones estratégicas de los partidos.

El comportamiento conjunto de partido y votantes se ven generalmente afectados por las normas institucionales, y el impacto de estas normas depende de factores contextuales tales como la relevancia y competitividad de candidatos y partidos. Se deben combinar, a propósito de esta situación, un diseño de investigación que combine análisis extensos de las campañas de los partidos con estrategias de movilización, y datos de encuesta sobre las percepciones de los ciudadanos, lo cual es difícil que se haga, especialmente en nuestro país donde generalmente no se emprenden investigaciones en tiempos no electorales.

Las estrategias de campaña

Las estrategias de campaña son las medidas adoptadas por las partes para influir en las decisiones de los votantes. Incluyen la elección de posiciones políticas, el énfasis relativo dado a diversas cuestiones (especialmente a la prominencia política de partidos y candidatos), el uso de spots negativos, según convenga, y de apelación a los votantes para que voten sincera y/o estratégicamente.

El predominio del modelo espacial, el de Downs, ha conducido a eruditos en temas electivos a centrarse en posiciones políticas, pero en una época, cuando la política se ha vuelto cada vez más centrada en los medios de comunicación, la prominencia política es potencialmente tan crucial como la política pública que se promete o que haya llevado a cabo el partido en el poder.

Otro tema relevante dentro de las estrategias de campaña es el de la opción de voto. Debemos entender no sólo por qué la gente votó, o no, sino también se debe considerar por qué quienes sufragaron lo hicieron por un determinado partido o candidato. La mayoría de los

modelos de elección de voto asumen que los votantes votan "sinceramente", es decir, sufragar por el partido que prefieren, ya sea porque el partido por el que se vota está más cercano a su posición política, o está de su lado en las principales cuestiones comunitarias, o porque se considera que es el partido más competente en el manejo de políticas públicas.

La literatura de la elección social sugiere, sin embargo, que bajo algunas condiciones la decisión del voto puede ser estratégica: algunos votantes podrán llegar a la conclusión de que es mejor apoyar estratégicamente a un segundo partido o candidato que tiene más posibilidades de ganar.

Hay una extensa literatura sobre el comportamiento del votante. En contraste, se ha escrito muy poco sobre las estrategias de los partidos. Este desequilibrio es lamentable dada la evidente relación recíproca entre los votantes y los dirigentes del partido durante las elecciones.

Teóricamente, señalan los especialistas, la decisión de emitir un voto estratégico presupone un grado de sofisticación política por parte de los votantes. Sin embargo, existe un considerable debate en la literatura con respecto a la competencia electoral. Uno de los hallazgos más importantes de la investigación de encuesta ha sido –se reitera– que la mayoría de los votantes conoce de política.

Lo que está en discusión es si la falta de conocimiento político impide la capacidad de los electores a votar "correctamente" en el sentido de la votación del partido cuyas posiciones se corresponden con los intereses y preferencias de los electores. Visiones optimistas sugieren que los votantes pueden confiar en versiones de los medios para hacer la misma elección que harían si se hubieran informado bien.

La cuestión de fondo, sin embargo, es cómo los ciudadanos evalúan las reglas bajo las cuales eligen a sus representantes. Investigadores competentes han demostrado que mientras que la satisfacción general con la democracia no varía mucho a través de los sistemas electorales, cuando hay una brecha significativa de ganador/perdedor, ello provoca menor satisfacción en los sistemas más proporcionales.

Se debe avanzar en el conocimiento de esta cuestión crítica teniendo en cuenta cómo en el sistema electoral los factores contextuales tales como la competitividad, prominencia de candidatos y partidos, así como las estrategias partidarias, afectan el grado de satisfacción o insatisfacción con el funcionamiento de la democracia electoral. El poder elucidar adecuadamente esta situación puede llevar a saber con fundamentos las implicaciones de la legitimidad democrática.

Es difícil, sin embargo, entender a cabalidad el sentido de las decisiones de los votantes sin tener en cuenta las estrategias de los partidos, es decir, por qué el conjunto de opciones que se ofrecen a los votantes dependen de las decisiones estratégicas de los partidos. El

comportamiento de los partidos y votantes se ve afectado por las normas institucionales, y el impacto de estas normas depende de factores contextuales tales como relevancia de la elección y la competitividad de los partidos.

El necesario examen de las estrategias partidarias

Se debe, sin lugar a dudas, analizar las estrategias de los partidos en las elecciones, algo que en nuestro contexto nacional raramente se emprende. Tales estudios deben ser diseñados específicamente para entender cómo el comportamiento de los institutos políticos y candidatos depende del contexto institucional en el que compiten. El objetivo sería determinar cómo las decisiones tomadas por las elites de un partido pueden formar el conjunto de opciones disponibles para los votantes durante las elecciones; es decir, si existe alguna conexión entre lo que diseñan los presuntos especialistas de los partidos y las expectativas ciudadanas.

Si no se tiene idea del referido menú de opciones, es difícil comprender el comportamiento del votante. En realidad, es difícil encontrar estudios que hayan analizado las estrategias adoptadas por los partidos en una elección; menos aún se han tratado de evaluar sistemáticamente los factores institucionales y contextuales dentro de unos comicios. Ciertamente, el análisis de las estrategias de los partidos requiere un esfuerzo de recolección de datos, tanto cualitativos como cuantitativos, pero sobre todo tener las posibilidades reales de emprender un análisis cabal de los datos.

Aquí habremos de centrarnos, en el espacio tan acotado de que disponemos en esta ponencia, en cuatro aspectos de la estrategia de un partido: coordinación inter-partidaria; estrategias de campaña; movilización de electores, y selección de candidatos. La coordinación entre partidos implica sobre todo el compartir datos provenientes de estadísticas oficiales, archivos de pasadas elecciones, y sobre todo la propaganda político-electoral utilizada y el uso de medios masivos de comunicación.

En lo que atañe a las estrategias de campaña, se debe compilar información sobre las posiciones políticas de los diferentes segmentos del electorado; los temas que preocupan a la mayoría de los votantes, las posibilidades de enfrentar campañas negativas, así como el uso de mensajes y propaganda.

En el examen conjunto del votante y de las opciones partidarias los estudios que se tienen a la mano analizan a la élite electoral y al votante separadamente. Sin embargo, las opciones que los votantes y los partidos políticos emprenden en épocas electorales son claramente endógenas.

Cómo vota la ciudadanía estriba, a su vez, de qué partidos decidan participar en la contienda y las políticas públicas que ofrezcan a los votantes. Del mismo modo, si un partido decide participar y qué políticas públicas escoge para su propaganda, dependen de cómo se espera que los electores se comporten.

Esta relación endógena significa que es crucial examinar conjuntamente las opciones de los votantes y los partidos. Una propuesta de conocedores de la materia electoral es centrarse en las estrategias del partido, en tanto que al mismo tiempo se examina la situación de los electores, lo cual permite analizar la interacción estratégica entre las élites partidarias y los ciudadanos.

Haciendo sentido de las opciones ciudadanas

En una democracia los ciudadanos deciden –deben decidir –quién los gobernará o los representará en la cámara correspondiente. Por lo tanto, es crucial entender por qué los ciudadanos toman las decisiones que toman. Para ello es necesario tener en cuenta las actitudes y percepciones de los votantes, y examinar cómo se relacionan éstas con la decisión final, es decir la de la emisión del voto. Así, para comenzar, se insiste en que los estudios de preferencias electorales de los ciudadanos se deben basar principalmente en encuestas entre los electores.

Ahora, un objetivo fundamental en la investigación de encuesta es contribuir a la comprensión de la decisión de los votantes sobre si votan o no, y si van a votar por quién lo van a hacer. De las principales interpretaciones que ofrecen especialistas en materia de participación se encuentran las fases que a continuación se sintetizan.

En primer lugar está, si los ciudadanos interpretan las elecciones como una oportunidad para expresar sus opiniones, ciertamente un predictor significativo para la participación es la existencia y el vigor de las preferencias partidarias y/o por candidatos(as).

Una segunda perspectiva sostiene que el factor más crucial es la adhesión de los ciudadanos a la norma eleccionaria es que tienen obligación de votar. Personas que sienten que tienen la obligación moral de votar casi siempre votan, sea cual fuere las circunstancias.

El tercer modelo se centra en el contexto de la elección, más particularmente en su prominencia y la competitividad que exhibe. Una encuesta a ese respecto debe incluir preguntas sobre cada uno de los aspectos que enseguida se enuncian: identificación de partido y preferencias entre los partidos y líderes, sentido del deber cívico y las percepciones de la importancia de la elección, y la cercanía por razones raciales, de credo, de región y demás.

Atención especial se debe prestar a las preferencias partidistas y a las consideraciones estratégicas en la votación final. Además, las preguntas sobre las preferencias mencionadas, tendremos una batería de preguntas respecto de consideraciones estratégicas: percepciones de la viabilidad de los partidos o los candidatos, tanto a nivel nacional y local, así como expectativas acerca de las probabilidades de coaliciones que habrán de formarse después de las elecciones.

Por último, si bien el enfoque principal deberá ser sobre la opción del voto, debemos tener también una batería de preguntas que aborde la satisfacción de los votantes con la democracia y sus evaluaciones de las instituciones electorales. Se ha documentado al respecto la erosión de la confianza política en las democracias avanzadas.

Nuestros reactivos o preguntas deben, igualmente, recoger información sobresaliente sobre las evaluaciones del proceso electoral en diversos países y contextos.

El impacto de la complejidad

Así pues, se espera que "los consumidores electorales", o los votantes, tengan más probabilidades de participar cuando el sistema electivo proporciona un buen número de opciones. Sin embargo, la investigación comparativa ha puesto de relieve una curiosa regularidad empírica: cuando se eleva el número de partidos políticos, los ciudadanos, de hecho, tienen menos probabilidades de salir a votar.

En efecto, estudios consistentes sobre niveles de votación indican que el multipartidismo produce menos participación, y aquellos votantes con bajos niveles de conocimiento político-electoral y sin contacto con algún partido político, son particularmente proclives a la abstención. Los resultados empíricos sugieren que puede esperarse un incremento en la participación si hay varias opciones para la elección, pero sólo si el votante potencial está lo suficientemente bien informado para tomar ventaja de la existencia de un partido que refleje sus preferencias políticas.

Sin embargo, un gran enigma en la literatura comparada es la rutina de una relación negativa entre el número viable de partidos que compiten en una elección determinada y la participación electoral. Este es un patrón curioso, y aunque no existe ninguna justificación aceptada para sustentar esta regularidad empírica, los especialistas ofrecen dos posibles explicaciones. En primer lugar, los votantes que viven dentro de un sistema electoral multipartidista se sienten menos inclinados a votar porque su partido preferido tiene pocas probabilidades de formar un gobierno de partido único si sale victorioso, y, segundo, su papel en el proceso de formulación de políticas públicas será limitado por la política de coaliciones que se presenta a menudo en situaciones de alta fragmentación partidaria.

La propensión al voto

La historia moderna de la investigación académica acerca de las votaciones comenzó en 1940, en la Universidad de Columbia, donde un equipo de científicos sociales dirigido por Paul Lazarsfeld comenzó, por medio de la aplicación de una encuesta el estudio electoral, o, si se quiere, el estudio de los electores o comportamiento electoral.

Como ocurre con innovaciones importantes, este esfuerzo precursor parece incluso, a la luz de los avances posteriores, extraordinariamente bien diseñado. Lazarsfeld y sus colegas encuestaron a 600 posibles electores en una sola comunidad (Condado de Erie, Ohio) siete veces sobre el curso de la campaña presidencial de 1940, con una encuesta adicional a otras secciones, la cual servía de referencia para evaluar los efectos de la entrevista repetida en los encuestados en el panel principal. Se inauguraba de esa manera la misma investigación de panel (es decir, repetir la encuesta para ver si se ha cambiado o no de intención de voto), la cual consiste en encuestar a un mismo grupo de electores para analizar los cambios, si los hubiere, en la intención de voto, así como las razones que se tienen al respecto para tomar ese viraje.

Los resultados de estos estudios, financiados por la Universidad de Columbia en 1940, fueron publicados en un texto denominado *La Opción del Pueblo: cómo decide el votante en una campaña presidencial* (Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet 1944). Un segundo estudio de panel llevado a cabo por este equipo de la Universidad de Columbia, en Elmira, Nueva York, en 1948 sirvió de base para un libro más influyente, escrito por Berelson, Lazarsfeld, and McPhee, en 1954. *Voting*. Chicago: University of Chicago Press, en el cual se analiza cómo se va formando la intención de voto.

Por otra parte, los estudios de panel de Paul Lazarsfeld fueron diseñados para medir cambios en intenciones de voto individual en el transcurso de una campaña presidencial. Este enfoque refleja las raíces intelectuales del proyecto de investigación de mercado en tiempos de guerra, en los que se trata de medir sobre todo los efectos de la propaganda. De hecho, Lazarsfeld parece haber visto todo el tiempo como su tema real "la psicología de la opción", y dio vuelta al estudio de campañas presidenciales sólo cuando la fundación que lo financiaba no simpatizó con un análisis de panel de comportamiento del consumidor.

La analogía usual entre la decisión de voto y las decisiones más o menos cuidadosamente calculadas de los consumidores, puede ser incorrecta. Para muchos electores, las preferencias políticas pueden ser mejor consideradas desde los gustos culturales: musicales, literarios, de ocio, vestido, ética, discurso, comportamiento social, etc. Ambos tienen su origen étnico, social, de clase, y de las tradiciones

familiares. Ambos exhiben estabilidad y resistencia al cambio por individuos, pero flexibilidad y ajuste generacional para la sociedad en su conjunto.

En ese mismo tenor, el así denominado “Modelo de Michigan”, delineado fundamentalmente por el trabajo de Paul Lazarsfeld y sus colegas de la Universidad de Columbia, el cual demostró el rico potencial de las encuestas electorales como fuente de información para comprender las campañas y los resultados electivos, fue retomado por la Universidad de Michigan, institución que hasta la fecha es puntera en el trabajo de investigación de encuesta electoral.

Conviene añadir que el intento más ambicioso de estudiosos contemporáneos para integrar un análisis de opinión pública, comportamiento electoral, política partidaria y políticas públicas es el de Robert Erikson, Michael MacKuen y James Stimson, *The Macro Polity Updated*, en una serie de estudios de "humor público", aprobación presidencial, "macropartidismo," y representación dinámica, Erikson, MacKuen y Stimson desarrollaron un "modelo del sistema" en el que las decisiones generales de política pública de funcionarios electos se reflejan en la opinión pública.

El texto La Macro Política (The Macro Polity) ofrece el primer modelo comprensivo de la política americana a un nivel de sistema. Centrándose en las interacciones entre las evaluaciones de los ciudadanos y sus preferencias electivas, la política y la actividad gubernamental en general, y cómo los actos combinados de los ciudadanos y los gobiernos, los cuales se influyen uno a otro en el tiempo, y se integran en el entendimiento ciudadano de asuntos tales como los comportamientos económicos, la aprobación del desempeño presidencial, el partidismo de la población, las elecciones y la formulación de las políticas gubernamentales en un modelo único.

Salida de SPSS para avizorar correlación entre partidos en la elección local general de 2016 Zacatecas

Notas respecto de la correlación múltiple que aparecen en los siguientes recuadros

En el caso del PAN, la coalición PAN-PRD funcionó adecuadamente, pues se correlaciona positivamente de manera significativa entre los que votaron por el PAN y los que votaron por el candidato de ese partido, así como por la misma coalición PAN-PRD. En este caso se trató de Rafael Flores. La competencia mayor y más significativa, tanto del PAN y PRD, como de la coalición de estos dos últimos partidos fue contra Morena, lo cual se puede constatar en la tabla de correlaciones siguiente. Esto en lo que corresponde a la elección para gobernador, llevada a cabo en el 2016, la cual fue ganada finalmente por el PRI

Conviene subrayar que no se trata de que un elector vota a favor de un partido y en contra de otro. No, se trata –y eso es lo interesante de la correlación múltiple –que mediante esa técnica de la paquetería computacional es dable saber a cuál de los partidos benefició o perjudicó la votación emitida para otro partido.

Las correlaciones significativas, tanto negativas como positivas, las de mayor realce, son puestas en negrita para que a golpe de vista se pueda avizorar cómo estuvo la competencia.

Correlaciones Elección para gobernador en el 2016

| | | % PRI | % PRD | % PT | % PVEM | % NA | % Morena | % Encuentro Social | % PAN- PRD | % PRI- PVEM- NA | % PRI- PVEM | % PRI- NA | % Participación ciudadana |
|--------|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------------|----------------|--------------------------|------------------|-----------------------|----------------|-----------------|------------------------------|
| % PAN | Correlación de Pearson | - .217** | - .193** | - .091** | -.036* | - .093** | -.244** | .054** | .194** | -.054** | -.074** | - .060** | -.213** |
| | Sig. (unilateral) | .000 | .000 | .000 | .038 | .000 | .000 | .004 | .000 | .004 | .000 | .002 | .000 |
| % PRI | Correlación de Pearson | | - .098** | - .140** | -.213** | - .077** | -.295** | -.332** | -.200** | -.104** | -.097** | - .108** | .113** |
| | Sig. (unilateral) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| % PRD | Correlación de Pearson | | | - .152** | .003 | -.004 | -.384** | -.180** | .323** | .002 | -.009 | .000 | .077** |
| | Sig. (unilateral) | | | .000 | .441 | .430 | .000 | .000 | .000 | .466 | .323 | .494 | .000 |
| % PT | Correlación de Pearson | | | | .075** | -.022 | -.199** | .106** | -.105** | -.015 | .033 | -.009 | -.053** |
| | Sig. (unilateral) | | | | .000 | .142 | .000 | .000 | .000 | .238 | .052 | .325 | .005 |
| % PVEM | Correlación de Pearson | | | | | .061** | -.164** | .030 | -.037* | .007 | .193** | .020 | .005 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|---------------------------|--|--|--|--|------|----------------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| | Sig. (unilateral) | | | | | .002 | .000 | .074 | .034 | .369 | .000 | .162 | .407 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| % NA | Correlación de Pearson | | | | | | -.167** | -.092** | -.055** | .009 | -.014 | .091** | .111** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | .000 | .000 | .004 | .331 | .248 | .000 | .000 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| % Morena | Correlación de Pearson | | | | | | | -.061** | -.262** | -.107** | -.144** | - .108** | -.079** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| % Encuentro Social | Correlación de Pearson | | | | | | | | -.004 | -.058** | -.007 | - .063** | -.193** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | .430 | .002 | .369 | .001 | .000 |
| % PAN- PRD | Correlación de Pearson | | | | | | | | | .300** | .075** | .099** | .038* |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .032 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|---------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------|--------|--------|
| % PRI- PVEM-NA | Correlación de Pearson | | | | | | | | | | .491** | .600** | .334** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | .000 | .000 | .000 |

Correlaciones ayuntamientos

| | | % del PRI | % del PRD | % del PT | % del PVEM | % de MC | % de NA | % de Morena | % de Encuentro Social | % de PAN- PRD | % de PRI- PVEM- PNA | % de Participación |
|-----------|---------------------------|--------------------|--------------|-------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-----------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------|
| % del PAN | Correlación de Pearson | - .326** | -.177** | - .133** | -.018 | -.030 | - .110** | -.238** | .026 | .313** | -.023 | -.214** |
| | Sig. (unilateral) | .000 | .000 | .000 | .185 | .075 | .000 | .000 | .100 | .000 | .128 | .000 |
| % del PRI | Correlación de Pearson | | -.035* | - .184** | -.280** | - .209** | - .133** | -.050** | -.092** | -.221** | -.034* | .104** |
| | Sig. (unilateral) | | .045 | .000 | .000 | .000 | .000 | .007 | .000 | .000 | .049 | .000 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------------------------|--|--|-------------|-------|-------------|-------------|----------------|---------|----------------|---------|---------|
| % del PRD | Correlación de Pearson | | | - .179** | -.015 | - .205** | -.027 | -.368** | -.113** | .346** | .025 | .120** |
| | Sig. (unilateral) | | | .000 | .232 | .000 | .092 | .000 | .000 | .000 | .111 | .000 |
| % del PT | Correlación de Pearson | | | | .016 | - .124** | - .060** | -.243** | -.085** | -.079** | -.039* | -.073** |
| | Sig. (unilateral) | | | | .217 | .000 | .002 | .000 | .000 | .000 | .030 | .000 |
| % del PVEM | Correlación de Pearson | | | | | -.041* | .062** | -.106** | -.015 | -.028 | .006 | .038* |
| | Sig. (unilateral) | | | | | .024 | .001 | .000 | .237 | .083 | .386 | .031 |
| % de MC | Correlación de Pearson | | | | | | .003 | .148** | .014 | -.137** | -.014 | -.071** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | .443 | .000 | .248 | .000 | .248 | .000 |
| % de NA | Correlación de Pearson | | | | | | | -.214** | -.146** | -.087** | .001 | .174** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .474 | .000 |
| % de Morena | Correlación de Pearson | | | | | | | | .107** | -.271** | -.082** | -.049** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .008 |
| % de Encuentro Social | Correlación de Pearson | | | | | | | | | -.002 | -.029 | -.160** |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|------|---------------|--------|
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | .459 | .079 | .000 |
| % de PAN-PRD | Correlación de Pearson | | | | | | | | | | .217** | -.016 |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | .000 | .214 |
| % de PRI-PVEM-PNA | Correlación de Pearson | | | | | | | | | | | .136** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | | .000 |

En lo que corresponde a la elección para diputados, el PAN estuvo compitiendo fundamentalmente contra el PRI y el PRD, su presunto aliado electoral. Y eso es un tanto lo interesante de las elecciones, especialmente en el rubro de las alianzas. Es decir, se cree que porque las elites de los partidos establecieron una alianza con otro partido, los votantes van a votar tal como presuntamente se dio la alianza y, es posible, mediante el procedimiento que aquí se sigue, confirmar que no que el voto ciudadano sigue, sobre todo, preferencias y antagonismos entre partidos.

Resultados diputados 2016. Correlaciones

| | | % del PRI | % del PRD | % del PT | % del PVEM | % de MC | % de NA | % de Morena | % Encuentro Social | % PAN-PRD | % PRI-PVEM-NA | % PRI-PVEM | % PRI-NA | % PVEM-NA | % Participación |
|-----------|------------------------|----------------|-----------|----------|----------------|---------|---------|-------------|--------------------|-----------|---------------|------------|----------|-----------|-----------------|
| % del PAN | Correlación de Pearson | -.286** | -.214** | -.110** | -.033 | -.028 | -.079** | -.182** | .016 | .188** | -.031 | -.082** | -.010 | -.015 | -.209** |
| | Sig. (unilateral) | .000 | .000 | .000 | .052 | .082 | .000 | .000 | .222 | .000 | .062 | .000 | .320 | .236 | .000 |
| % del PRI | Correlación de Pearson | | -.064** | -.266** | -.289** | -.179** | -.080** | -.186** | -.238** | -.203** | -.048** | -.026 | -.055** | -.022 | .200** |
| | Sig. (unilateral) | | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .009 | .098 | .003 | .136 | .000 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|------------------------|--|--|---------|--------|---------|---------|----------------|---------------|----------------|---------|---------|---------------|--------|----------------|
| % del PRD | Correlación de Pearson | | | -.160** | -.034* | -.206** | -.051** | -.443** | -.203** | .327** | .100** | -.043* | .160** | .029 | .133** |
| | Sig. (unilateral) | | | .000 | .046 | .000 | .006 | .000 | .000 | .000 | .000 | .017 | .000 | .079 | .000 |
| % del PT | Correlación de Pearson | | | | .124** | -.058** | -.024 | -.211** | -.031 | -.090** | -.046* | .026 | -.062** | -.035* | -.056** |
| | Sig. (unilateral) | | | | .000 | .002 | .122 | .000 | .062 | .000 | .013 | .101 | .001 | .043 | .003 |
| % del PVEM | Correlación de Pearson | | | | | .044* | .079** | -.166** | .028 | -.049** | -.001 | .092** | -.006 | .001 | .002 |
| | Sig. (unilateral) | | | | | .015 | .000 | .000 | .089 | .008 | .489 | .000 | .393 | .479 | .468 |
| % de MC | Correlación de Pearson | | | | | | .001 | .106** | .165** | -.138** | -.029 | -.031 | -.031 | .004 | -.086** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | .485 | .000 | .000 | .000 | .075 | .063 | .065 | .424 | .000 |
| % de NA | Correlación de Pearson | | | | | | | -.171** | -.104** | -.084** | .016 | -.007 | .080** | .012 | .136** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .218 | .374 | .000 | .285 | .000 |
| % de Morena | Correlación de Pearson | | | | | | | | .138** | -.256** | -.077** | -.092** | -.069** | .010 | -.076** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .310 | .000 |
| % Encuentro Social | Correlación de Pearson | | | | | | | | | -.021 | -.035* | -.039* | -.066** | .015 | -.247** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | .151 | .044 | .029 | .001 | .237 | .000 |
| % PAN-PRD | Correlación de Pearson | | | | | | | | | | .186** | .171** | .068** | .016 | -.064** |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | .000 | .000 | .000 | .219 | .001 |
| % PRI-PVEM-NA | Correlación de Pearson | | | | | | | | | | | -.008 | .164** | .059** | .023 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|------|-------------|--------|---------------|
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | | .339 | .000 | .002 | .135 |
| % PRI-PVEM | Correlación de | | | | | | | | | | | | -.018 | -.010 | .194** |
| | Pearson | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | | | .188 | .307 | .000 |
| % PRI-NA | Correlación de | | | | | | | | | | | | | .067** | -.004 |
| | Pearson | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | | | | .001 | .429 |
| % PVEM-NA | Correlación de | | | | | | | | | | | | | | -.033 |
| | Pearson | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (unilateral) | | | | | | | | | | | | | | .052 |

Bibliografía consultada

Blais, A. and Bodet, M. A. (2006), How Do Voters Form Expectations about the Parties' Chances of Winning the Election

Downs, Anthony (1957). *An economic theory of democracy*, New York : HarperCollins Publishers

Larry M. Bartels, *The Study of Electoral Behavior* (2010), Department of Politics and Woodrow Wilson School of Public and International Affairs, Princeton University bartels@princeton.edu