

El Estudio Panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial

Chappell Lawson y Alejandro Moreno*

Resumen: Esta nota de investigación presenta el Estudio Panel México 2006, un proyecto que permite estudiar la conducta electoral de los mexicanos. El estudio consiste en una encuesta tipo panel de tres rondas de entrevistas a 2,400 mexicanos adultos realizadas entre octubre de 2005 y julio de 2006, así como un extenso análisis de contenido de información noticiosa y anuncios políticos en televisión. En éste se registran cambios en las opiniones políticas de los mexicanos, los cuales pueden ser analizados a la luz de los eventos e información de las campañas presidenciales, así como del contexto político posterior a la elección. El estudio panel documenta qué tipo de votantes cambiaron su preferencia electoral y ofrece elementos para determinar por qué ocurrieron dichos cambios.

Palabras clave: elecciones, análisis de contenido, encuesta, México, estudio panel.

Mexico 2006 Panel Study: Measuring Changes in Electoral Preferences During the Presidential Campaign

Abstract: This research note discusses the methods and key findings of the Mexico 2006 Panel Study, a multi-investigator project on Mexican voting behavior. This panel study consists of a three-wave panel survey of 2,400 Mexican adults between October 2005 and July 2006. It also includes an extensive content analysis of television news and advertisements. The Mexico 2006 Panel Study permits assessing the impact of events and information flows, along with post-electoral context, on the political attitudes of Mexicans. These surveys document which types of voters changed their electoral preferences during the campaign and offers a host of variables to explain why these changes occurred.

Key words: elections, content analysis, surveys, Mexico, panel study.

* Chappell Lawson es profesor del Departamento de Ciencia Política en el Massachusetts Institute of Technology (MIT), 77 Massachusetts Avenue, Room E53-470, 02139-4307, Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos. Correo electrónico: clawson@mit.edu. Alejandro Moreno es profesor del Departamento de Ciencia Política en el Instituto Tecnológico Autónomo de México, Río Hondo núm. 1, Tizapán-San Ángel, México D. F. 01000, México. Correo electrónico: amoreno@itam.mx.

El artículo se recibió en enero de 2007 y fue aceptado para su publicación en marzo del mismo año.

Las elecciones presidenciales de 2006 en México han sido motivo de una intensa producción académica. Apenas unos meses después de la elección ya se había generado un número importante de contribuciones a la literatura sobre el sistema político mexicano, en general, y sobre la conducta política de los mexicanos, en particular. Las investigaciones realizadas y publicadas, muchas de ellas en números de revistas dedicadas al análisis de la elección y a su secuela, forman un conjunto de producción académica ya de suyo generoso (Castaños, 2006; De la Peña, 2006; Lund, 2006; Moreno, 2006; Moreno y Martínez, 2006; Starr, 2006; Bruhn y Greene, 2007; Castañeda y Morales, 2007; Eisenstadt, 2007; Klesner, 2007; Greene, 2007; Langston, 2007; Lawson, 2007; Moreno, 2007; Moreno y Méndez, 2007; Sarsfield, 2007; Schedler, 2007). No obstante esta rica y reciente literatura, la elección de 2006 tiene ángulos y perspectivas todavía en espera de estudio y explicación teórica. ¿Por qué se voltearon las preferencias electorales en una contienda que parecía, en sus inicios, definida? ¿Qué efectos de campaña tuvieron lugar y qué tipo de votantes fueron más propensos a cambiar sus preferencias políticas? ¿Qué papel jugaron los mensajes centrales de los candidatos, tales como el énfasis en la pobreza o el empleo, en la movilización de apoyo electoral? ¿Hubo efectos de desmovilización, de manera que algunos que pensaban salir a votar finalmente decidieron no hacerlo? Éstas son algunas de las interrogantes que podrían abordarse acerca de la elección presidencial más competida hasta ahora.

En esta nota de investigación presentamos un instrumento diseñado para entender el comportamiento político de los mexicanos en el contexto electoral de 2006: el Estudio Panel México 2006.¹ Más que ofrecer un análisis detallado de la elección, nuestra tarea en esta nota de investigación es describir las características del estudio panel, esperando que los investigadores y estudiantes interesados en el tema encuentren en esta fuente de datos

¹ El estudio fue patrocinado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) con un otorgamiento de la National Science Foundation (NSF SES 0517971) en Estados Unidos, en colaboración con el periódico *Reforma*, en México. El Departamento de Investigación de *Reforma* fue responsable del levantamiento de campo y del procesamiento y validación de datos. En orden alfabético, los investigadores académicos que participaron en el diseño del estudio son: Andy Baker (Northeastern University), Kathleen Bruhn (University of California, Santa Barbara), Roderic A. Camp (Claremont-McKenna College), Wayne Cornelius (University of California, San Diego), Jorge Domínguez (Harvard University), Kenneth Greene (University of Texas), Chappell Lawson (Investigador principal, Massachusetts Institute of Technology), Joseph Klesner (Kenyon College), David Leal (University of Texas), Beatriz Magaloni (Stanford University), James McCann

una oportunidad para analizar al electorado en el proceso político de 2006. Asimismo, también ofrecemos algunos de los resultados del estudio, convencidos de que son tan sólo muestra de una generosa fuente de datos. La decisión que muchos mexicanos manifestaron en las urnas el 2 de julio de 2006 es un fenómeno de sobra complejo, y por ello esperamos que el estudio panel sea una pieza clave para entender las razones de dicha decisión, de los razonamientos que la fundamentaron e, incluso, de cómo y por qué muchos electores cambiaron de opinión durante los meses de campaña y después de la elección.

¿Por qué un estudio panel?

Durante las campañas presidenciales de 2006 las encuestas de opinión pública registraron una alta volatilidad de las preferencias electorales. Al inicio de la contienda, el candidato de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, se situaba considerablemente adelante de sus rivales, el priísta Roberto Madrazo, y el panista Felipe Calderón. En enero de 2006, la empresa Consulta Mitofsky reportaba una encuesta nacional con un 39% de preferencias a favor del perredista, 30% de apoyo para Calderón y 29% de preferencias por Madrazo. Ese mismo mes, el diario *Reforma* reportaba su propia encuesta nacional en la que las preferencias se distribuían en un 40% para López Obrador, 30% para Calderón y 26% para Madrazo. Otra encuesta del periódico *El Universal* arrojaba proporciones de 40, 33 y 26% para esos candidatos, respectivamente. Otras tres encuestas publicadas ese mismo mes de inicio de las campañas arrojaban una ventaja de entre 7 y 14 puntos de ventaja para el perredista. Sin embargo, hacia junio el balance de apoyo político-electoral para cada candidato había cambiado significativamente. Al menos nueve casas encuestadoras que publicaron una encuesta nacional realizada en junio, unas semanas antes de la elección, mostraban diferencias de entre 2 y 5 puntos porcentuales entre los punteros, algunas con López Obrador con una

(Purdue University), Alejandro Moreno (coordinador de la encuesta, Instituto Tecnológico Autónomo de México y *Reforma*), Alejandro Poiré (Harvard University), y David Shirk (University of California, San Diego). Los autores agradecen la asistencia prestada por Francisco Flores, Fabrice Lehoucq y María Teresa Martínez en la elaboración de este reporte. Más detalles sobre el estudio panel se pueden consultar en: <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/MReport.pdf>.

mínima ventaja, y otras con Calderón. (Un listado completo de todas las encuestas nacionales preelectorales se puede consultar en el documento IFE 2006 reportado en las referencias.) El margen de error de dichas encuestas imposibilitaba prever claramente un ganador. La elección fue altamente competida y el resultado final permaneció incierto hasta que el Tribunal Electoral hiciera oficial el triunfo del candidato del PAN dos meses después de los comicios y luego de diversas movilizaciones de protesta por parte de los perredistas.

El Estudio Panel México 2006 muestra que uno de cada tres mexicanos adultos entrevistados registró cambios en su preferencia electoral durante los meses previos a la elección y, casi la mitad registró cambios una vez pasados los comicios. Los resultados agregados del estudio, además, indican que la preferencia por Felipe Calderón aumentó de 23 a 31% en las rondas previas a la elección, y luego a 41% en la ronda postelectoral. En contraste, las preferencias por Madrazo se mantuvieron estables durante la campaña y cayeron hacia el final, mientras que las preferencias por López Obrador permanecieron estables entre 31 y 33% en ese mismo lapso (véase cuadro apéndice). Las distintas rondas del estudio panel también indican que el interés de los ciudadanos en los eventos políticos aumentaron durante las campañas, y especialmente en los momentos posteriores a la elección, un episodio al que los medios se refirieron como el “conflicto postelectoral”. En octubre de 2004, por ejemplo, el 33% de nuestros entrevistados dijo estar muy o algo interesado en la política. Hacia mayo esa proporción había crecido a 38%, y en julio, luego de la elección, el interés en política representaba un 45%. ¿A qué se debieron los cambios en la preferencia electoral y qué explica la persistencia de preferencia en algunos votantes? ¿Hasta qué punto se pueden atribuir estos cambios a las campañas? ¿Qué papel persuasivo tuvieron los mensajes de los candidatos y la forma como éstos se reprodujeron en los medios? ¿Por qué y entre quiénes se intensificó el interés político de los votantes?

Éstas son algunas de las preguntas que pueden ser objeto de análisis a partir de los datos del Estudio Panel México 2006. Como su nombre lo dice, el estudio se basa en una encuesta tipo panel aplicada a las mismas personas en más de una ocasión. Dicha tarea además de costosa, requiere de mayor cuidado y control que una encuesta ordinaria, ya que implica volver a contactar a las mismas personas en distintos momentos. Pero, ¿por qué llevar a cabo un estudio panel? ¿Qué ofrece un diseño tipo panel a los investigadores?

Tanto para los académicos, como para quienes llevan a cabo estudios de opinión pública, los datos de una encuesta tipo panel ofrecen más ventajas, en primer lugar, porque permiten observar y entender qué individuos cambian sus preferencias u opiniones durante un periodo de tiempo dado. Las encuestas comunes con una muestra transversal pueden incluir preguntas acerca de las preferencias y conducta pasadas del individuo (por ejemplo, “¿cuál candidato prefería usted hace seis meses?”), pero las respuestas suelen estar sesgadas por la tendencia de los participantes a no querer contradecirse en su preferencia o conducta presente, y éstos pueden llegar a “proyectar” su preferencia actual al pasado. Algunas personas, incluso, no podrían recordar sus actitudes o conducta pasada con precisión (por ejemplo, “¿por quién pensaba usted votar en octubre de 2005?”). En esos casos el efecto de proyección suele ser mayor. Además, dichas respuestas están sujetas a un alto grado de error de medición, ya que se basan en la pura memoria (Alwin y Krosnick, 1991). En un estudio panel, estos sesgos no están presentes, ya que se cuenta con mediciones previas y posteriores tomadas al momento de la entrevista, y no reportes basados en la memoria.

En México se ha visto que los entrevistados, en sus respuestas sobre preferencias electorales pasadas y presentes tratan de ser consistentes cuando están conscientes de que se les está preguntando ambas, pero si no están tan conscientes de ello son más inconsistentes. Por ejemplo, en una encuesta nacional postelectoral realizada en 1997, pocos días después de las elecciones federales (y reportada en Moreno, 1999), se le preguntó a los entrevistados por cuál partido habían votado en la elección de 1994 e inmediatamente después si habían vuelto a votar por ese mismo partido en 1997. Del total que dijo haber votado, 73% reportó haberlo hecho por el mismo partido en la pregunta inmediatamente posterior. Sin embargo, al cruzar la pregunta de voto 1994 con voto 1997, que aparecía varios renglones después en el cuestionario, el nivel de consistencia se reducía a 53%. El “sesgo de consistencia” era de 20 puntos porcentuales. Si este tipo de sesgos se puede observar con tan sólo unos minutos y más preguntas de por medio, las preguntas que evocan conducta de varios meses antes pueden generar respuestas con un alto grado de imprecisión. Debido a que una encuesta tipo panel registra las actitudes y opiniones de la persona al momento de la entrevista, y se vuelve a entrevistar en más de una ocasión, las respuestas son sustancialmente menos afectadas por el deseo de parecer consistente. La estabilidad y el cambio de opiniones y preferencias son reales y no el producto de un autorreporte por parte del entrevistado.

En segundo lugar, una encuesta tipo panel permite a los investigadores identificar con mayor precisión por qué los individuos que cambian de opinión experimentan dichas transformaciones. Este rasgo de los estudios panel es particularmente valioso para medir los efectos de campañas (Finkel, 1993; Finkel, 1995; Patterson y McClure, 1976; Campbell *et al.*, 1960; Lazarsfeld *et al.*, 1944). Por ejemplo, el investigador que utiliza una encuesta transversal ordinaria puede establecer que los entrevistados que escuchan cierto programa de análisis político en la radio son más probables de votar por un candidato que por otro; sin embargo, con el uso de esa misma encuesta no podría determinar con seguridad si dicho programa ha influido o no en la intención de voto de esos entrevistados, o si éstos seleccionan algún medio cuyos sesgos en cobertura van acorde a sus actitudes políticas previas. Dado que las encuestas panel controlan por actitudes preexistentes, permiten a los investigadores resolver el problema de autoselección de medios que son concordantes con la ideología de los entrevistados (véase Lawson y McCann, 2005).

Estas mismas consideraciones también afectan la habilidad de los académicos para entender actitudes populares sobre ciertos temas o *issues*. ¿Los votantes apoyan a algún candidato específico por sus posiciones en materia de política pública (*v.g.* si defienden la liberalización del sector energético), o simplemente adoptan las posturas de los políticos con los que simpatizan por otras razones? (Hasta ahora, la investigación académica en los Estados Unidos y en otras partes ha brindado evidencia para ambas interpretaciones; véase Alvarez, 1997; Rabinowitz y Macdonald, 1989). La respuesta a esta pregunta tiene relevancia tanto práctica como teórica: en el primer caso, a los políticos que ganan elecciones se les da un mandato para que lleven a cabo ciertas políticas públicas; mientras que, en el segundo, se les da un mandato para hacer las cosas mejor que sus oponentes, independientemente de cómo lo hagan. Dado que los estudios panel miden la preferencia de los votantes hacia cada candidato, como las posturas temáticas y políticas al inicio de la campaña, es posible saber qué ejerce influencia en qué.

En tercer lugar, los estudios tipo panel permiten a los investigadores medir cuán cambiantes realmente son las actitudes de los individuos. La estabilidad aparente de la opinión pública a nivel agregado suele disfrazar la volatilidad significativa que existe a nivel individual. En las encuestas transversales, los cambios a nivel individual por lo general se cancelan entre sí, dando la apariencia de estabilidad cuando en realidad no la hay (Zaller, 1992; Page y Shapiro, 1992; Green y Palmquist, 1990; Green y Yoon, 2002). Por ejemplo, datos derivados del Estudio Panel México 2006 muestran que

aproximadamente el 60% de los entrevistados está a favor del control estatal del sector eléctrico, y que otro 60% está a favor de permitir el aborto en caso de violación. Sin embargo, las actitudes de la gente pueden estar más arraigadas en un tema que en otro, lo cual significa que el alcance del liderazgo de opinión por parte de los políticos varía enormemente. Preguntas similares surgen en torno a la identificación partidista, la aprobación presidencial, la autoubicación ideológica (*v.g.* “izquierda” *vs.* “derecha”), y otros temas (Feldman, 1988). Para los investigadores con una fuerte orientación técnica, las tres rondas de entrevistas del estudio panel les permite tener en cuenta aspectos de confiabilidad en las respuestas a la encuesta, al distinguir entre distribuciones de actitud latente, y las respuestas en bruto. Esta técnica ayuda a estimar con gran claridad qué tan estables son realmente las actitudes (Asher, 1974; Achen, 1975; Green y Palmquist, 1990; Schickler y Green, 1997; Wiley y Wiley, 1970).

Una ventaja más de los datos tipo panel se relaciona con la medición de variables demográficas para las cuales, en teoría, el error de medición debería poder minimizarse (*v.g.* el nivel de escolaridad del entrevistado). En la práctica, sin embargo, el error de medición es común en variables como el ingreso u otros indicadores de estándar de vida, así como ciertos aspectos codificados por el propio entrevistador (*v.g.* el color de piel, el tipo de vecindario en donde se llevó a cabo la entrevista, etcétera). Dado que las encuestas tipo panel reentrevistan a las mismas personas, permiten a los investigadores determinar el valor real de las variables demográficas que se presupone son fijas, y algunas veces registrarlas en rondas posteriores para los casos en que no hayan sido medidas en la entrevista inicial.

Éstas son algunas de las razones por las que los investigadores con un interés en el comportamiento electoral y la opinión pública en México encontrarán en el Estudio Panel México 2006 una herramienta muy útil para el análisis. Por supuesto, también se tienen que tener en mente las limitaciones de este diseño de investigación, las cuales se vinculan principalmente con los posibles sesgos de desgaste –derivados de quienes dejan de participar en rondas subsiguientes– y de contaminación –que suelen reflejar el aprendizaje o condicionamiento que la participación en el panel puede producir en algunos entrevistados. Las muestras transversales que acompañan a cada ronda de entrevistas subsiguiente ayudan a evaluar el grado de sesgo en ambos sentidos y, en todo caso, a poder corregirlo. Algunas referencias que pueden ser de utilidad para el uso y análisis de datos tipo panel son Markus, 1979 y Kenski y Romer, 2004.

Características técnicas

El Estudio Panel México 2006 es una encuesta con tres rondas de entrevistas a mexicanos adultos. La primera ronda se llevó a cabo en octubre de 2005 y consiste en una muestra nacional de 1,600 adultos, así como dos sobre-muestras, una a 500 adultos residentes en el Distrito Federal, y la otra a 300 adultos en localidades rurales de Jalisco, Oaxaca y Chiapas. En total, en la primera ronda se hicieron 2,400 entrevistas. Si a la sobre-muestra del D.F. se agregan las entrevistas de la entidad incluidas en la muestra nacional, el total es de 660. En tanto que en el caso rural, considerando la muestra nacional como la sobre-muestra, el total de entrevistas es de 780. Estos números significan que los investigadores tienen la oportunidad para desagregar su análisis y evaluar el cambio de opiniones y preferencias dentro de cada uno de esos segmentos de la población, así como del electorado general.

La segunda ronda se llevó a cabo en abril y mayo de 2006, aproximadamente diez semanas antes de la elección presidencial, y la tercera tuvo lugar en julio, una vez pasados los comicios. En cada ronda se intentó entrevistar a la totalidad de los participantes, tarea casi imposible como en todo estudio panel. La tasa de deserción en la segunda ronda fue de aproximadamente 26%, mientras que en la tercera fue de 33%. Considerando las tres rondas en su conjunto, en total se realizaron 5,770 entrevistas que conforman el panel. De hecho, 57% de los panelistas fue entrevistado en las tres rondas. Mayores detalles técnicos de la encuesta y los números de entrevistas específicas en cada ronda y tipo de muestra se pueden consultar en el “Reporte metodológico del Estudio Panel México 2006”, accesible en la página de Internet <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/>.

Para tratar los problemas de contaminación y deserción, inherentes a un diseño de investigación tipo panel, el proyecto también incluyó nuevas entrevistas al momento en que se realizaron la segunda y tercera rondas. Éstas se llevaron a cabo en los mismos puntos de levantamiento del panel, pero en domicilios y con personas diferentes. En la segunda ronda se hicieron 305 entrevistas nuevas, y en la tercera 400. Como se mencionó, el propósito principal de estas nuevas entrevistas es el de evaluar cómo la tasa de deserción afecta la composición de la muestra original y en relación a la población general. Sin embargo, otro uso técnico que se le dio a las “muestras frescas” fue el de pilotear posibles preguntas para rondas subsecuentes, así como para llevar a cabo algunos ejercicios de carácter experimental. Por ejemplo, en el cuestionario de la muestra fresca transversal de la segunda ronda se

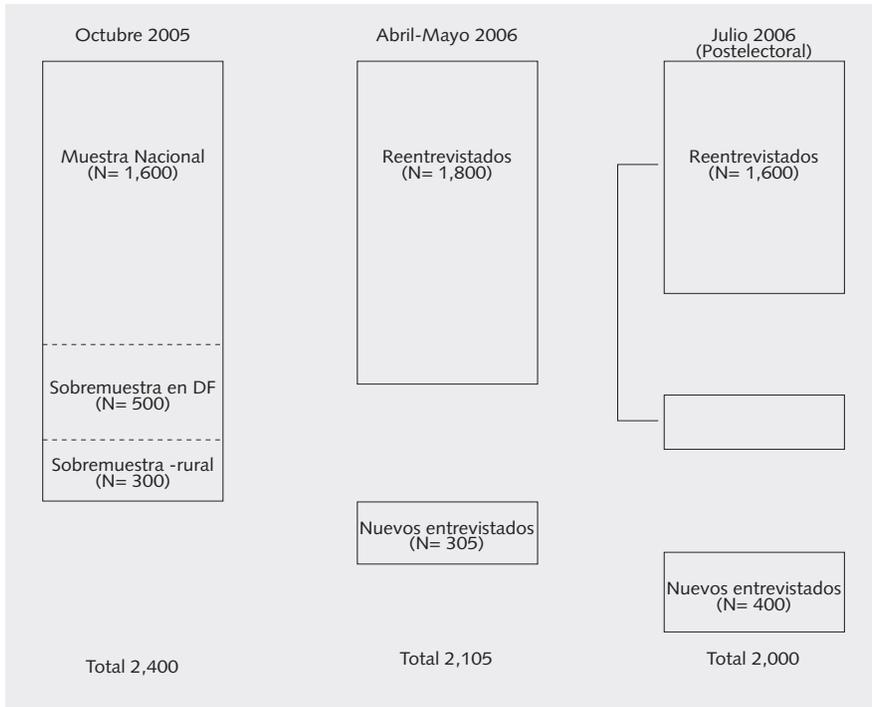
incluyeron distintas medidas acerca de las posturas de los entrevistados en temas de política pública (tales como la privatización del sector eléctrico). Asimismo, la muestra nueva de la tercera ronda incluye varias medidas de evaluación sobre desempeño, de manera que con ellas se puede determinar qué tan bien capturan esas mismas actitudes las medidas que sí se incluyen en el panel. Finalmente, en la segunda muestra fresca transversal se hizo un experimento para determinar el grado de variación si la boleta electoral oficial tuviera a los partidos y candidatos en un ordenamiento distinto al que, de hecho, le da el Instituto Federal Electoral.

En su conjunto, contabilizando las tres rondas del panel y las dos encuestas transversales de muestra nueva, el estudio consta de 6,475 entrevistas completadas en el curso de las campañas electorales de 2006 y en los días inmediatamente posteriores a la elección. La estructura general del Estudio Panel México 2006 se ilustra en la figura 1. Es relevante notar que esta encuesta es comparable en alcance y magnitud a otros estudios electorales de gran escala como el American National Election Study (<http://www.electionstudies.org/>) o el British Election Study (<http://www.essex.ac.uk/bes/>).

En 2006 el estudio panel superó, incluso, a su predecesor en México, el Estudio Panel México 2000, realizado para entender las dinámicas de campaña en la elección presidencial de ese año.

El Estudio Panel México 2000 contó con la participación de varios de los investigadores del proyecto 2006, y constituye una fuente de datos primordial para entender, entre otros aspectos, los efectos de campaña que tuvieron lugar en ese año (Domínguez y Lawson, 2004), la persistencia de la identificación partidista a nivel individual en el electorado mexicano (Moreno, 2003), y el grado de estabilidad y consistencia ideológica de los votantes (Moreno, 2006). Los estudios panel de 2000 y 2006 son comparables en varios aspectos e incluyen variables que permiten la comparación de una elección con otra. Ambos se basan primordialmente en muestras nacionales de un número similar de entrevistas. Sin embargo, también hay algunas diferencias entre los dos, como el número de rondas realizadas (cuatro rondas en 2000 y tres en 2006), la forma como se buscaron a los participantes en cada ronda subsiguiente (en 2000 se hicieron muestras aleatorias parciales para las rondas dos y tres, mientras que en 2006 se buscó cada vez al total de la muestra), y la inclusión de situaciones experimentales en 2006 que no se contemplaron seis años antes. Más adelante se describen algunos de esos experimentos.

FIGURA 1. Estructura del Estudio Panel México 2006



Variables

Cada una de las rondas de entrevistas del estudio panel cubre cerca de 100 elementos, la mayoría de los cuales se repiten en las tres rondas. Como ilustración para los investigadores interesados en su análisis, la siguiente es una lista de variables que consideramos como principales, e incluyen mediciones de:

- Características sociodemográficas, como sexo, edad, escolaridad, ingreso familiar, residencia urbana o rural, estado y región de residencia, estándares de vida reflejados en un índice de posesiones materiales, nivel de asistencia a servicios religiosos, la calidad y características del entorno donde vive el entrevistado (codificado por observación por los entrevistadores), si recibe o no algún tipo de asistencia gubernamental o de programas sociales específicos, información acerca de familiares que viven en Estados Unidos y recepción de remesas.

- Actitudes básicas sobre la política, tales como el grado de interés político, atención a las campañas, discusión sobre asuntos políticos, identificación partidista, auto-clasificación ideológica, aprobación presidencial, etcétera.
- Percepciones sobre la democracia y la integridad de los procesos electorales.
- Termómetros de opinión sobre los principales partidos políticos, candidatos y contendientes en los procesos de selección interna, el presidente de la República y otras figuras prominentes, tanto nacionales como internacionales (Fidel Castro, George W. Bush y el Papa Benedicto XVI, entre otros).
- Percepciones sobre la credibilidad de varias fuentes de información política, incluidos los noticieros televisivos, grupos de interés y el Instituto Federal Electoral.
- Uso de medios de comunicación, como el tipo de programas noticiosos que se ven en televisión o se escuchan en radio y la frecuencia con la que se recurre a ellos, programas de entretenimiento en los cuales suelen pasar al aire anuncios de carácter político, recordación de imágenes provenientes de anuncios políticos, y autorreporte de si se vieron o no los debates presidenciales.
- Otras fuentes de cambio de actitud, incluida una batería de preguntas sobre las personas con las que el entrevistado suele discutir asuntos políticos, y niveles de exposición al activismo político puerta por puerta.
- Una batería sobre clientelismo y otra sobre la obligación que sienten los entrevistados a votar por los partidos que les proveen de ciertos bienes.
- Imagen de candidatos, referentes a las percepciones acerca de los rasgos, habilidades y probabilidad de triunfo de cada uno de los tres candidatos presidenciales principales, así como de sus rivales en las elecciones internas.
- Preferencia de voto en las contiendas para presidente, cámara de diputados, senado y ciertas contiendas locales.
- Filtros de probable participación electoral, tales como el hecho de que el entrevistado tenga su credencial para votar actualizada, qué tan cerca o lejos vive de la casilla electoral, qué tan probable considera ir a votar el día de la elección.
- Indicadores de participación después de la elección, incluyendo una observación puntual acerca de si el entrevistado tiene marcada su credencial en caso de haber votado.

- La importancia de temas específicos, incluidas las percepciones acerca de cuál es el principal problema del país, prioridades para el próximo presidente, e impresiones acerca de cuáles son los temas en los que se centran más los candidatos y los medios de comunicación.
- Actitudes en temas controvertidos de política pública, tales como la pena de muerte, el aborto, roles de género, las relaciones comerciales con Estados Unidos, la inversión privada en el sector eléctrico, redistribución económica, y el papel del Estado en la economía.
- Medidas de conocimiento político, tales como el reconocimiento de frases de campaña, conocimiento de los tres poderes de gobierno, y qué presidentes iniciaron ciertas medidas específicas.
- Codificaciones de los entrevistadores acerca del nivel de atención de los entrevistados, de su inteligencia, y de su apariencia física.
- Datos acerca de los entrevistadores mismos, tales como el sexo, su nivel de escolaridad, el color de su piel, y su preferencia partidista.

El cuadro apéndice muestra los resultados agregados de algunas de estas variables para las tres rondas.

Algunos hallazgos

Con el objeto de entender la dinámica de las campañas en 2006, el estudio panel puede ser utilizado para el análisis de múltiples formas. Los siguientes ejemplos no son, por ningún motivo, un inventario exhaustivo de lo que el investigador puede hacer con los datos panel. En vez de ello, nuestra intención es sugerir e ilustrar el potencial analítico que los datos de la encuesta panel ofrecen, y la manera como nos ayudan a comprender los aspectos importantes de la opinión pública y de la conducta electoral.

1 ¿Quiénes cambiaron sus preferencias?

La contienda presidencial de 2006 en México estuvo caracterizada por tres tendencias: 1) un aumento en el apoyo a Felipe Calderón; 2) un apoyo relativamente estable a Andrés Manuel López Obrador, y 3) un declive constante en el apoyo a Roberto Madrazo, con relación a los otros dos candidatos. No queda claro, sin embargo, qué tipos de votantes cambiaron sus preferencias y por qué. Para ello, el estudio panel nos da algunas respuestas.

De los que en la ronda final del estudio panel votaron por Calderón, más o menos la mitad tenía esa preferencia en octubre de 2005, mientras que otro 15% originalmente apoyaba a López Obrador, 16% a Madrazo, 14% estaba indeciso y 4% se había manifestado a favor de alguno de los otros candidatos (que para octubre también incluían a Bernardo de la Garza, del PVEM). El avance de Calderón en su apoyo político fue muy significativo; los desertores de López Obrador, los desertores de Roberto Madrazo y aquellos que originalmente estaban indecisos acerca de por quién votar contribuyeron casi de igual manera a la victoria del panista.

Otro hallazgo interesante en este mismo sentido es lo que sucedió con los seguidores originales de Roberto Madrazo. Con base en las tendencias de las encuestas transversales publicadas por diversos medios, algunos analistas afirmaban que los seguidores originales del candidato del PRI se dividieron casi igualmente entre López Obrador y Calderón. El hecho es que, como lo muestra el estudio panel, su apoyo a esos candidatos se dividió en razón de casi dos a uno en favor de Calderón (27% de la base de apoyo inicial de Madrazo decidió irse con el panista, frente a un 15% que optó por el candidato de la Coalición por el Bien de Todos).

El cambio de preferencia entre los indecisos fue incluso más pronunciado: dos tercios de quienes originalmente, en octubre de 2005, no expresaban una preferencia terminaron apoyando a Calderón. Algunas mediciones alternativas confirman esta historia. Los que en octubre de 2005 se declaran sin ninguna afiliación partidaria eran doblemente probables de favorecer a López Obrador sobre Calderón, pero, hacia julio, esos mismos individuos eran ligeramente más probables de haber votado por el candidato del PAN. En otras palabras, la candidatura de Calderón tuvo un amplio atractivo entre el electorado.

2 ¿Qué tan polarizado estuvo el electorado?

Otra área de interés relativa a la contienda presidencial de 2006 es el grado de polarización política. La elección presidencial se constituyó en una pugna entre la izquierda y la derecha, y es probable que la clase política haya estado agudamente polarizada (véase Bruhn y Greene, 2007). Sin embargo, pocos han ofrecido evidencia convincente de que el electorado también se haya polarizado. ¿Qué tan divididos estaban los ciudadanos en torno a cuestiones de clase o ideología? Más aún, ¿creció el grado de polarización a lo largo del proceso de campañas políticas? Los resultados agregados de las

tres rondas del estudio panel muestran que los porcentajes de electores que se consideran a la izquierda o a la derecha del espectro político permanecieron relativamente estables durante las mediciones (véase cuadro apéndice). De forma interesante, el estudio panel refleja que en julio de 2006, en pleno contexto postelectoral, tan numeroso era el electorado de izquierda (una quinta parte del total), como el de derecha (otra quinta parte).

Una manera de aproximarse al fenómeno de polarización política masiva es realizar el mismo análisis de comportamiento electoral entre los mismos individuos en dos momentos diferentes. Aunque algunos investigadores lo podrían hacer con dos encuestas transversales separadas, el estudio panel, al realizar el análisis con la misma gente, añade mucha más precisión. Para este fin, el cuadro 1 presenta los resultados de una regresión logística polinomial de la intención de voto en las rondas uno y dos del panel. Las variables explicativas en el modelo incluyen el sexo del entrevistado, la edad, la escolaridad, el color de piel (blanca, morena clara, morena oscura), estándar de vida (medido por cuántos, de un total de ocho bienes, posee cada entrevistado en su hogar), región (Norte, Centro, Sur y zona metropolitana de la Ciudad de México), frecuencia con la que se asiste a la iglesia, interés en política, y lugar de residencia (urbana o rural). Para simplificar la presentación, reportamos únicamente los cambios estimados en la probabilidad de votar por cada candidato, dados los cambios en el perfil demográfico de los votantes. En particular, nos enfocamos en tres variables que están estrechamente relacionadas con la clase social (estándar de vida, escolaridad y color de piel), manteniendo otras variables constantes.

Los resultados sugieren que el electorado mexicano no estuvo tan polarizado en términos de diferencias de clase en el 2006. Por ejemplo, un votante de piel blanca, escolarizado y con recursos económicos tenía un 46% de probabilidad de votar por Calderón en la segunda ronda, es decir, abril-mayo. Sin embargo, los votantes estaban mucho más polarizados en ese momento que seis meses antes, cuando la clase social importaba todavía menos en el voto y en las actitudes hacia los candidatos (Lawson, 2006, 2007).

3 ¿Quién vota y quién no?

Con la excepción de las encuestas de salida o *exit polls*, todas las encuestas electorales confrontan la problemática de sobrerreportar la participación electoral. Por lo general, las encuestas arrojan tasas de participación que exceden la tasa oficial, lo cual significa que hay gente que declara ha-

CUADRO 1. Efectos de la clase social en el voto

Perfil demográfico del votante	Probabilidad de votar por cada candidato en la ronda...	(%) Ronda 1 (octubre 2005)	(%) Ronda 2 (abril-mayo 2006)
Votante de nivel económico alto, piel blanca y escolarizado			
	Probabilidad de votar por Calderón	36	46
	Probabilidad de votar por López Obrador	27	19
Votante de nivel económico bajo, piel morena oscura y con baja escolaridad			
	Probabilidad de votar por Calderón	24	30
	Probabilidad de votar por López Obrador	27	28
<i>Diferencia neta, apoyo a Calderón vs. López Obrador</i>		12	25

Nota: Los resultados se derivan simulaciones de un modelo polinomial de decisión de voto. Se utilizan sólo los datos de la muestra nacional, excluyendo datos perdidos: N=1,124. Para obtener los porcentajes, todas las variables continuas se mantuvieron en sus valores medios, mientras que todas las variables dicotómicas se mantuvieron en sus valores modales. Los votantes de nivel económico alto, piel blanca y alta escolaridad se definieron con base en los siguientes criterios: que tuviesen al menos siete de ocho bienes materiales, tez blanca, y estudios de preparatoria o más. Los votantes de nivel económico bajo, piel morena oscura y con baja escolaridad se definieron con base en: tener tres de los ochos bienes materiales, tez morena oscura, y estudios hasta primaria. Cada variable de interés varía de un valor a otro en el caso de las dicotómicas y del 25° al 75° percentil para el caso de las continuas.

ber votado cuando en realidad no lo hizo. Por ejemplo, en la tercera y última ronda del estudio panel 2006, el 89% de los entrevistados en la muestra nacional dijo haber acudido a las urnas el 2 de julio, cuando en realidad la cifra oficial fue 58.5%. En el caso del Distrito Federal, el estudio arroja que votó el 94% de los entrevistados, cuando en realidad lo hizo el 67% del electorado capitalino. Parte de esta sobrerrepresentación del voto puede ser producto de que los participantes del panel al final tienen un mayor nivel de interés político en comparación con la población general, pero, por otra parte, también se debe al sesgo de aceptación social, ya que votar es visto como un acto socialmente deseable.

La sobrerrepresentación de la participación electoral es un serio problema para los investigadores que utilizan encuestas. De hecho, los encuesta-

dores profesionales se enfrentan a ello en sus estimaciones preelectorales, en busca de un estimador confiable de intención de voto. Por ello suelen buscar filtros o ponderar sus muestras con base en la probabilidad de voto de sus entrevistados. De no hacerlo, las intenciones de voto que reportan podrían alterar la distribución de apoyo partidario que realmente se manifestará en las urnas. Para los académicos, incluir en el análisis a aquellos que dijeron haber votado pero que en realidad no lo hicieron podría arrojar coeficientes sesgados en sus modelos de voto. Además, el hecho de que sólo una pequeña proporción de encuestados reporta que no piensa votar complica el análisis individual de participación.

En el Estudio Panel México 2006, los entrevistadores no sólo preguntaron a los panelistas si habían votado en la elección, sino que, además, registraron si la credencial tenía o no la marca de haberlo hecho. En la muestra nacional, el 60% de quienes dijeron haber votado mostraron su credencial con una marca, confirmando que efectivamente lo hicieron (un estimado realmente cercano a la tasa oficial de participación). Otro 5% insistió que sí había votado, pero su credencial no había sido marcada (lo cual era también factible, dado el porcentaje del electorado que vivía fuera del país y el nivel más alto de interés político de los participantes en comparación con la población). En la muestra transversal nueva que acompañó a la tercera ronda del panel, el 52% de los entrevistados tenía marcada su credencial y otro 4% insistía en que sí votó. El 56% resultante refleja una tasa de participación que, en términos estadísticos, es indistinguible de la tasa oficial de participación. Si tomamos estas figuras como un valor verdadero de participación, las diferencias entre la muestra y la población representan menos de un tercio del sobrerreporte en participación. El resto significa una tendencia de los entrevistados a manifestarle al encuestador una respuesta socialmente deseable.

Con estos datos es posible reponderar utilizando la información de las rondas previas del panel, de manera que tengamos una idea más precisa de las creencias de aquellos que finalmente votaron.

Disponibilidad de los datos

Los datos del Estudio Panel México 2006 estarán disponibles para uso público, a más tardar, en diciembre de 2007. En la actualidad el estudio está siendo analizado por el grupo de investigadores que participó en su diseño;

las bases de datos aún están sujetas a revisión y complemento con datos agregados a nivel de localidad, así como por otros esfuerzos de investigación. Es necesario mencionar que, aunque el estudio panel es un ejercicio de gran magnitud, estuvo acompañado por otros proyectos coordinados por el primer autor de esta nota. En su conjunto, estos estudios ofrecen una mayor riqueza de datos. A continuación presentamos una lista:

- 1) Los archivos electrónicos del estudio panel a nivel individual están complementándose con datos agregados a nivel localidad o municipio en donde se llevaron a cabo las entrevistas, desde índices de marginación, índices de participación electoral a nivel local. Con estos datos, los analistas podrán relacionar datos del “mundo real” con las percepciones y actitudes de la gente medidas en el estudio panel (véase Johnson *et al.*, 2002). Por ejemplo, los investigadores podrán analizar si las tasas de criminalidad están asociadas con percepciones sobre el crimen, o si la desigualdad de ingreso en la localidad influye en las creencias o actitudes hacia la redistribución de la riqueza, o si las dinámicas de comercio moldean las actitudes hacia las relaciones comerciales con Estados Unidos.
- 2) Análisis de contenido de cobertura de noticias televisivas en las dos principales cadenas. Se consideraron 1,029 historias noticiosas de Televisa y 760 de TV Azteca entre enero y julio de 2006, seleccionadas en una muestra de semanas “reconstruidas” al azar (véase Riffe *et al.*, 1996). Junto con la información recopilada por el IFE y en el estudio panel, el análisis de contenido permitirá a los investigadores determinar si los temas que tuvieron mayor cobertura en televisión se volvieron más prominentes en las mentes de los votantes durante las campañas, o estimar los efectos de la cobertura televisiva en las actitudes públicas hacia los partidos y los candidatos.
- 3) Análisis de contenido de discursos de los candidatos y de los debates presidenciales. Se analizó una muestra de los discursos de los tres principales candidatos presidenciales entre octubre de 2005 y junio de 2006, así como las intervenciones de dichos candidatos en los debates televisados. Éste incluye unas cuarenta categorías por discurso, enfocándose en los temas que abordaban los candidatos y en los rasgos personales que éstos enfatizaban.
- 4) Análisis de contenido comprensivo de anuncios políticos. Este análisis cubre aproximadamente 130 mensajes de los tres principales candidatos presidenciales. El análisis también cubre el número de veces que cada

uno salió al aire, esto permite a los investigadores evaluar el mensaje al cual la audiencia televisiva estuvo expuesta.

- 5) Experimentos e innovaciones en los métodos de investigación por encuesta, cuyo propósito es indagar la confiabilidad de las respuestas (Holbrook *et al.*, 2003), así como los efectos de los entrevistadores, acorde con su sexo, color de piel, o predisposiciones políticas (Catania *et al.*, 1996; Huddy *et al.*, 1997; Johnson y DeLamater, 1976; Kane y Macaulay, 1993; Davis, 1997).

Además de esos estudios paralelos, el Estudio Panel México 2006 tuvo otros proyectos “aliados” durante su realización, en los que algunos de los investigadores del estudio panel también estuvieron involucrados. Estos incluyen:

- a) Una encuesta aplicada a candidatos a diputados del PAN y de la Coalición por el Bien de Todos, coordinada por Kathleen Bruhn y Kenneth Greene. El cuestionario de esta encuesta emplea varios de los ítems incluidos en el estudio panel (véase Bruhn y Greene, 2007).
- b) Una encuesta de mexicanos que viven en Estados Unidos, coordinada por James McCann, Wayne Cornelius y David Leal. En este caso también se utilizaron varios reactivos comunes en el estudio panel.
- c) Análisis de contenido de la cobertura noticiosa televisiva de las cuatro cadenas hispano-parlantes en Estados Unidos (Univisión, Telemundo, Telefuturo y Azteca América), en el cual se utilizan estrategias y metodologías de codificación similares a las empleadas para las cadenas mexicanas y descritas anteriormente.
- d) Análisis de contenido de las plataformas de los tres partidos principales, en el cual se emplea la metodología del Proyecto de Manifiestos Comparados. Estos datos fueron recolectados por Kathleen Bruhn, y sirven como un complemento al análisis de contenido de los discursos de candidatos y debates antes descrito.

En su conjunto, todos estos datos permiten un análisis sistemático de la comunicación política y de sus efectos en la última campaña federal. **P₉**

Referencias bibliográficas

- Achen, Christopher H. (1975), "Mass Political Attitudes and the Survey Response", *American Political Science Review*, núm. 69, pp. 1218-1231.
- Alvarez, R. Michael (1997), *Information and Elections*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Alwin, Duane F. y Krosnick, Jon A. (1991), "The Reliability of Survey Attitude Measurement: The Influence of Question and Respondent Attributes", *Sociological Methods and Research*, núm. 20, pp. 139-81.
- Asher, Herbert B. (1974), "Some Consequences of Measurement Error in Surveys", *American Journal of Political Science*, núm. 18 (mayo), pp. 469-485.
- Bruhn, Kathleen y Greene, Kenneth (2007), "Optimismo moderado: Cómo podría desvanecerse el conflicto partidista mexicano", *Foreign Affairs en Español*, vol. 7, núm. 1, pp. 132-143.
- Catania, Joseph *et al.* (1996), "Effects of Interviewer Gender, Interviewer Choice, and Item Wording on Responses to Questions Concerning Sexual Behavior", *Public Opinion Quarterly*, núm. 60, pp. 345-375.
- Campbell, Angus; Converse, Philip E.; Miller, Warren E. y Stokes, Donald (1960), *The American Voter*, Nueva York, John Wiley & Sons.
- Castañeda, Jorge G. y Morales, Marco A. (2007), "Looking to the Future", *Journal of Democracy*, vol. 18, núm. 1, pp. 103-112.
- Castaños, Fernando (2006), "2006: una contienda temática", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, pp. 91-121.
- Davis, Darren W. (1997), "Nonrandom Measurement Error and Race-of-Interviewer Effects Among African Americans", *Public Opinion Quarterly*, núm. 61, pp. 183-207.
- De la Peña, Ricardo (2006), "Las encuestas en la elección presidencial de 2006: dos historias, una realidad", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, pp. 53-90.
- Domínguez, Jorge I. y Lawson, Chappell (eds.) (2004), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Campaigns, Voting Behavior, and the 2000 Presidential Race*, Stanford, Stanford University Press.
- Estrada, Luis y Poiré, Alejandro (2007), "Taught to Protest, Learning to Lose", *Journal of Democracy*, vol. 18, núm. 1, pp. 73-87.
- Eisenstadt, Todd A. (2007), "The Origins and Rationality of the 'Legal vs. Legitimate' Dichotomy Invoked in Mexico's 2006 Post-Electoral Conflict", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 39-43.

- Feldman, Stanley (1988), "Structure and Consistency in Public Opinion: the Role of Core Beliefs and Values", *American Journal of Political Science*, vol. 32, núm. 2, pp. 416-440.
- Finkel, Steven E. (1993), "Re-examining the 'Minimal Effects' Model in Recent Presidential Campaigns", *Journal of Politics*, vol. 55, pp. 1-21.
- (1995), *Causal Analysis with Panel Data. Quantitative Applications in the Social Sciences*, vol. 105, Thousand Oaks, Sage.
- Flores-Macías, Francisco y Lawson, Chappell (2006), "Mexican Democracy and Its Discontents", *Review of Policy Research*, vol. 23, núm. 2, pp. 287-293.
- y Lawson, Chappell (2006), "Gender-of-Interviewer Effects on Gender-Sensitive Survey Items: Findings from a Household Survey in Mexico", manuscrito en proceso de publicación.
- Green, Donald P. y Palmquist, Bradley (1990), "Of Artifacts and Partisan Instability", *American Journal of Political Science*, vol. 34, núm. 3, pp. 872-902.
- y David H. Yoon (2002), "Reconciling Individual and Aggregate Evidence Concerning Partisan Stability: Applying Time-Series Models to Panel Survey Data", *Political Analysis*, vol. 10, núm. 1, pp. 1-24.
- Greene, Kenneth F. (2007), "El votante mediano y la regla de mayoría relativa para elegir presidente en México", *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, pp. 203-213.
- Holbrook, Allyson; Green, Melanie y Jon Krosnick (2003), "Telephone versus Face-to-Face Interviewing of National Probability Samples with Long Questionnaires: Comparisons of Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias", *Public Opinion Quarterly*, núm. 67, pp. 79-125.
- Huddy, Leonie *et al.* (1997), "The Effect of Interviewer Gender on the Survey Response", *Political Behavior*, núm. 19, pp. 197-220.
- IFE (2006), Elecciones federales 2006: Encuestas y resultados electorales. México, Instituto Federal Electoral.
- Johnson, M.; Phillips Shively, W. y Stein, R. M. (2002), "Contextual data and the study of elections and voting behavior: Connecting individuals to environments", en Christopher Wlezien y Mark Franklin (eds.), *The Future of Election Studies*, Boston, Pergamon, pp. 63-76.
- Johnson, Weldon y DeLamater, John (1976), "Response Effects in Sex Surveys", *Public Opinion Quarterly*, núm. 40, pp. 165-181.
- Kane, Emily y Macaulay, Laura (1993), "Interviewer Gender and Gender Attitudes", *Public Opinion Quarterly*, núm. 57, pp. 1-28.
- Kenski, Kate, y Romer, Daniel (2004), "Analysis of Panel Data", en D. Romer, K. Kenski, P. Walkman, C. Adasiewicz, y K. H. Jamieson

- (comps.), *Capturing Campaign Dynamics: The National Annenberg Election Survey*, Oxford, Oxford University Press.
- King, Gary; Murray, Christopher J.L.; Salomon, Joshua A. y Ajay Tandon (2003), "Enhancing the Validity and Cross-Cultural Comparability of Survey Research", *American Political Science Review*, vol. 97, núm. 4, pp. 567-83.
- Klesner, Joseph (2007), "The 2006 Mexican Elections: A Manifestation of a Divided Society?", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 21-32.
- Langston, Joy (2007), "The PRI's 2006 Electoral Debacle?" *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 21-25.
- Lawson, Chappell (2006), "Preliminary findings from the Mexico 2006 Panel Study. Memo #1: Blue States and Yellow States", manuscrito, <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/>.
- (2007), "How Did We Get Here? Mexican Democracy After the 2006 Elections", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 45-48.
- y McCann, James A. (2005), "Television News, Mexico's 2000 Elections, and Media Effects in Emerging Democracies", *British Journal of Political Science*, núm. 35, pp. 1-30.
- Lazarsfeld, Paul; Berelson, Bernard y Gaudet, Hazel (1944), *The People's Choice*, Nueva York, Columbia University Press.
- Lund, Daniel (2006), "La candidatura de Andrés Manuel López Obrador: hacia un estudio de caso en la política electoral", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, pp. 11-28.
- Markus, Gregory B. (1979), *Analyzing Panel Data*, Sage University Paper 18, Newbury Park, Sage Publications.
- McCann, James A. y Lawson, Chappell (2003), "An Electorate Adrift? Public Opinion and the Quality of Democracy in Mexico", *Latin American Research Review*, vol. 38, pp. 60-81.
- Moreno, Alejandro (1999), "Campaign Awareness and Voting in the 1997 Mexican Congressional Elections", en Jorge I. Domínguez y Alejandro Poiré (eds.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge.
- (2003), *El votante mexicano: Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, México, Fondo de Cultura Económica.
- (2006), "Estabilidad y consistencia ideológica en la opinión pública mexicana", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 1, pp. 11-34.
- (2007), "The 2006 Mexican Presidential Election: The Economy, Oil

- Revenues, and Ideology”, *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 15-19.
- y Martínez, María Teresa (2006), “Información política e imagen de candidatos en las campañas presidenciales de 2006: Un modelo explicativo del cambio de opinión a nivel individual”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, pp. 29-51.
- y Méndez, Patricia (2007), “La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México”, *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, pp. 43-75.
- Page, Benjamín, y Shapiro, Robert (1992), *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans’ Policy Preferences*, Chicago, University of Chicago Press.
- Patterson, Thomas E. y McClure, Robert (1976), *The Unseeing Eye: The Myth of Television Power in National Elections*, Nueva York, Putnam.
- Price, Vincent y Zaller, John (1993), “Who Gets the News? Alternative Measures of News Reception and Their Implications for Research”, *Public Opinion Quarterly*, núm. 57, pp. 133-64.
- Rabinowitz, George y Macdonald, Stuart (1989), “A Directional Theory of Voting”, *American Political Science Review*, núm. 83, pp. 93-122.
- Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; Nagovan, Jason y Larry Burkum (1996), “The Effectiveness of Simple and Stratified Random Sampling in Broadcast News Content Analysis”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 73 núm. 1, pp. 159-168.
- Sarsfield, Rodolfo (2007), “La racionalidad de las preferencias políticas en México: Estudios recientes de opinión pública y comportamiento electoral”, *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, pp. 143-171.
- Schedler, Andreas (2007), “The Mobilization of Distrust”, *Journal of Democracy*, vol 18, núm. 1, pp. 88-102.
- Schickler, Eric y Green, Donald (1997), “The Stability of Party Identification in Western Democracies”, *Comparative Political Studies*, núm. 30, pp. 450-83.
- Starr, Pamela (2006), “Challenges for a Postelection Mexico”, *Council Special Report*, núm. 17-noviembre, Nueva York, Council on Foreign Relations.
- Wooldridge, Jeffrey (2002), *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*, Cambridge, MIT Press.
- Wiley, David E. y Wiley, James A. (1970), “The Estimation of Measurement Error in Panel Data”, *American Sociological Review*, vol. 35, núm. 1, pp. 112-117.
- Zaller, John R. (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Nueva York, Cambridge University Press.

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
¿Cuál diría usted que es el problema más importante que enfrenta el país hoy en día?	%	%	%
Inseguridad pública	29	34	33
Desempleo	13	17	16
Pobreza	12	10	13
Economía	11	10	8
Corrupción	7	6	5
Problemas sociales	3	3	3
Problemas políticos	2	2	4
Educación	1	2	1
Narcotráfico	1	2	1
Falta de buenos gobernantes	2	1	1
Fenómenos naturales	3	0	0
Servicios públicos	1	1	0
Secuestros	1	1	0
Ganar la presidencia	-	-	3
Inflación/ Alza de precios	1	1	0
Otros	5	3	2
No sabe/No contestó	9	8	9
¿Qué tanto interés tiene usted en la política?	%	%	%
Mucho	12	11	13
Algo	21	27	32
Poco	37	41	38
Nada	29	19	17
No sabe/No contestó	1	1	1
¿Con qué frecuencia habla usted de política con otras personas?	%	%	%
Diario	9	8	7
Algunas veces por semana	23	27	26
Algunas veces por mes	13	15	13
Rara vez	37	36	36
Nunca	18	12	18
No sabe/ No contestó	1	1	1

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
Si hoy fueran las elecciones para presidente de la República, ¿por quién votaría usted?	%	%	%
Felipe Calderón	23	31	41
Roberto Madrazo	26	25	18
Andrés Manuel López Obrador	31	31	33
Bernardo de la Garza	4	-	-
Roberto Campa	-	1	1
Patricia Mercado	-	3	2
Otros	1	1	0
Ninguno	3	1	0
No sabe	2	2	-
No contestó	10	6	4
¿Cuál es su opinión acerca de Vicente Fox?	%	%	%
Buena	58	60	60
Regular	22	20	21
Mala	13	14	13
No sabe/ No contestó	8	7	5
¿Cuál es su opinión acerca de Felipe Calderón?	%	%	%
Buena	28	50	56
Regular	23	25	22
Mala	19	15	16
No sabe/ No contestó	31	10	6
¿Cuál es su opinión acerca de Andrés Manuel López Obrador?	%	%	%
Buena	49	44	40
Regular	21	26	25
Mala	16	22	29
No sabe/ No contestó	15	9	6
¿Cuál es su opinión acerca de Roberto Madrazo?	%	%	%
Buena	27	32	27
Regular	27	29	35
Mala	32	31	32
No sabe/ No contestó	15	9	6

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
¿Cuál es su opinión acerca del Partido Acción Nacional, PAN?	%	%	%
Buena	47	49	57
Regular	24	26	21
Mala	19	16	16
No sabe/ No contestó	11	9	6
¿Cuál es su opinión acerca del Partido de la Revolución Democrática, PRD?	%	%	%
Buena	41	41	39
Regular	26	27	30
Mala	19	22	25
No sabe/ No contestó	13	10	7
¿Cuál es su opinión acerca del Partido Revolucionario Institucional, PRI?	%	%	%
Buena	37	35	29
Regular	24	27	35
Mala	28	29	30
No sabe/ No contestó	10	8	6
Generalmente, ¿usted se considera panista, priísta o perredista?	%	%	%
Muy panista	8	9	9
Algo panista	15	16	19
Muy priísta	13	10	9
Algo priísta	14	14	12
Muy perredista	6	7	7
Algo perredista	11	13	13
Otro	0	0	0
Ninguno	30	27	29
No sabe/No contestó	3	3	1

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
En general, ¿aprueba o desaprueba la forma como Vicente Fox está haciendo su trabajo como presidente?	%	%	%
Aprueba mucho	25	20	23
Aprueba algo	41	46	44
Ni uno ni otro	8	4	6
Desaprueba algo	12	15	14
Desaprueba mucho	11	10	10
No sabe/No contestó	4	5	4
¿Cree usted que Vicente Fox ha traído cambios importantes a México o no ha traído cambios importantes?	%	%	%
Sí ha traído cambios importantes	69	68	66
No ha traído cambios importantes	26	26	29
No sabe/No contestó	6	7	5
Diría que el crimen y la inseguridad es un tema...	%	%	%
Muy urgente	49	47	48
Urgente	45	48	48
No tan urgente	4	3	3
No sabe/No contestó	2	2	1
La corrupción en el gobierno es un tema...	%	%	%
Muy urgente	49	45	45
Urgente	43	48	49
No tan urgente	4	4	4
No sabe/No contestó	3	2	2
La pobreza es un tema...	%	%	%
Muy urgente	58	52	52
Urgente	38	44	45
No tan urgente	2	2	2
No sabe/No contestó	1	1	1

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
La creación de empleos es un tema...	%	%	%
Muy urgente	51	49	49
Urgente	44	46	49
No tan urgente	3	3	1
No sabe/No contestó	2	2	1
La educación es un tema...	%	%	%
Muy urgente	52	47	47
Urgente	44	50	50
No tan urgente	3	2	2
No sabe/No contestó	1	1	0
La modernización del sector eléctrico es un tema...	%	%	%
Muy urgente	25	22	21
Urgente	51	55	58
No tan urgente	21	20	19
No sabe/No contestó	3	3	3
Cuando habla de política, ¿usted qué tanto le cree a Vicente Fox?	%	%	%
Mucho	15	14	15
Algo	38	36	44
Poco	31	34	26
Nada	14	14	13
No sabe/No contestó	2	2	2
Cuando habla de política, ¿usted qué tanto le cree a su candidato favorito a la presidencia?	%	%	%
Mucho	21	28	35
Algo	40	40	43
Poco	25	23	15
Nada	8	5	3
No sabe/No contestó	6	4	3

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
Quando habla de política, ¿usted qué tanto le cree al Instituto Federal Electoral, IFE?	%	%	%
Algo	34	33	32
Poco	26	26	24
Nada	11	8	10
No sabe/No contestó	4	4	3
Quando habla de política, ¿usted qué tanto le cree a los noticieros de televisión?	%	%	%
Mucho	24	22	18
Algo	37	40	44
Poco	29	29	28
Nada	6	6	7
No sabe/No contestó	4	3	3
Quando habla de política, ¿usted qué tanto le cree al Tribunal Federal Electoral, TRIFE?	%	%	%
Mucho	-	-	28
Algo	-	-	32
Poco	-	-	24
Nada	-	-	8
No sabe/No contestó	-	-	7
¿Usted cree que se debería permitir más inversión privada en el sector eléctrico o que el sector eléctrico debería pertenecer casi completamente al gobierno?	%	%	%
Debería permitirse más inversión privada	27	32	51
Debería pertenecer al gobierno	54	49	34
No sabe/No contestó	19	19	15
¿Usted qué preferiría: que las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos...?	%	%	%
Aumenten	53	49	51
Disminuyan	12	15	13
Sigan igual	27	29	30
No sabe/No contestó	8	7	6

CUADRO APÉNDICE. Resultados agregados de las tres rondas del estudio panel, muestra nacional (continuación)

	Octubre 05	Mayo 06	Julio 06
En lo general, ¿usted qué prefiere?	%	%	%
Que el gobierno se haga responsable del bienestar económico	35	30	62
Que los individuos se hagan responsables de su propio bienestar	52	57	28
Ambas	4	3	1
No sabe/No contestó	9	10	8
En su opinión, ¿qué debería hacer el Gobierno para reducir la pobreza?	%	%	%
Dar más dinero a los pobres aumentando impuestos a los ricos	34	41	50
Promover las inversiones privadas dejando los impuestos como están	53	49	41
Generar empleos (Espontánea)	2	1	0
Ninguna	3	2	1
No sabe/No contestó	9	9	7
¿Usted considera que hoy en día México es una democracia o no es una democracia?	%	%	%
Sí es una democracia	60	61	63
No es una democracia	29	28	29
No sabe/No contestó	11	10	8
En política, ¿cómo se considera usted, de izquierda, de derecha o de centro?	%	%	%
Muy de izquierda	5	5	5
Algo de izquierda	14	14	15
Centro-izquierda	5	5	6
Centro-centro	19	19	20
Centro-derecha	5	8	7
Algo de derecha	10	10	12
Muy de derecha	6	7	7
Ninguno	12	11	14
No sabe/No contestó	25	22	13

Nota: Porcentajes redondeados, no necesariamente suman el 100%.