



UNIVERSIDAD DE MURCIA

ESCUELA INTERNACIONAL DE DOCTORADO

El Voto Económico y Estudio de Agendas en España:
Aproximación a sus Efectos en las Elecciones Generales
del 2000 y 2011.

D. Alberto Mora Rodríguez

2017



UNIVERSIDAD DE MURCIA

ESCUELA INTERNACIONAL DE DOCTORADO

El Voto Económico y Estudio de Agendas en España:
Aproximación a sus Efectos en las Elecciones Generales
del 2000 y 2011.

D. Alberto Mora Rodríguez

2017

A mi familia

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	17
INTRODUCCIÓN	19
1. Ámbito, relevancia y problema de investigación	21
2. Justificación del caso de estudio	22
3. Objetivos de la investigación	24
3.1. Objetivo general	24
3.2. Objetivos específicos	25
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE	29
1. Modelos clásicos del comportamiento electoral	30
1.1. Modelo sociológico (Escuela de Columbia)	31
1.2. Modelo psico-sociológico (Escuela de Michigan)	41
1.2.1. Los efectos de la identificación partidista	47
1.2.2. Los efectos de la ideología.....	50
1.2.3. La crisis de los valores políticos	52
1.3. Modelo racional	53
2. El voto económico: estado de la cuestión	60
2.1. ¿Análisis retrospectivo o prospectiva?	63
2.2. ¿Votante sociotrópico o egotrópico?	65
2.3. ¿Es responsable el Gobierno de la situación económica?	67
2.4. ¿Haría la oposición una mejor gestión de la economía?	70
2.5. ¿Sólo economía o también política social?	72

2.6. ¿Influye más la realidad económica o la percepción de la realidad económica?	72
2.7. ¿Condiciona el marco institucional la racionalidad económica? El voto estratégico	73
2.8. Antecedentes del estudio del voto económico en España	77
3. Otras teorías alternativas en el estudio del comportamiento electoral	79
3.1 Liderazgo y voto	79
3.2 Campañas electorales y voto	83
3.3 El efecto de los Medios en el voto	85
4. La convergencia, como modelo de comportamiento electoral.....	96
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	101
1. Hipótesis de investigación	101
1.1 Hipótesis principal	101
1.2 Hipótesis secundarias	102
2. Diseño de la investigación H0-H6	105
2.1. Variables	106
2.1.1 Variable dependiente	107
2.1.2 Variables independientes	108
2.1.3 Variables de control.....	111
2.2. Fuentes de datos: Encuestas de opinión pública	116
2.3 Método de investigación y técnica	120
3. Diseño de la investigación H7	122
3.1 Análisis de agenda <i>setting</i> de la legislatura 2008-2011	122
3.1.1 Agenda pública	124
3.1.2 Agenda mediática	125
3.2 Técnica de análisis	130

CAPÍTULO III. EL CONTEXTO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL EN ESPAÑA	135
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DEL VOTO ECONÓMICO EN ESPAÑA	161
1. Las elecciones generales del 2000	161
1.1 El modelo para el partido en el Gobierno (PP)	161
1.2 El modelo para el principal partido en la oposición	171
2. Las elecciones generales del 2011	174
2.1 El modelo para el partido en el Gobierno (PSOE)	174
2.2 El modelo para el principal partido en la oposición	183
3. Una comparación del modelo de voto económico en las elecciones del 2000 y 2011 en España	188
4. El voto económico en el ciclo electoral 1996 a 2011	198
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE AGENDAS Y SUS EFECTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES EN ESPAÑA	213
1. La agenda <i>setting</i> en la legislatura 2008-2011	213
2. La agenda de los medios en el marco de las elecciones del año 2000 y 2011 en España: un seguimiento de las noticias de portada del diario El País y El Mundo	227
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y PRINCIPALES HALLAZGOS	245
1. Principales hallazgos y discusión de resultados: un repaso por las hipótesis de trabajo	245
1.1. Conclusiones generales sobre la hipótesis principal	256
2. Debilidades del trabajo y futuras líneas de investigación	257

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	261
1. Bibliografía	261
2. Archivos de datos empleados	271
3. Referencias en medios de comunicación	271
4. Otras webs consultadas.....	273
DECLARACIÓN DE FINANCIACIÓN	275
ANEXO 1. Libro de códigos. Análisis de agenda setting.	279
ANEXO 2. Libro de códigos. Estudio comparativo portadas 2000 – 2011	283

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I. Correlaciones (tau-b) entre la posición ideológica propia y la de ambos progenitores.	44
Tabla II. Los atributos de los líderes.....	82
Tabla III. Tipología de Acapulco.	94
Tabla IV. Sistema de codificación empleado para las hipótesis H0-H7.....	114
Tabla V. Estudios demoscópicos explotados para el análisis de las elecciones del 2000 y 2011.....	117
Tabla VI. Número de pregunta por variable y estudios del año 2000 y 2011.	118
Tabla VII. Estudios demoscópicos explotados para el análisis de las elecciones del ciclo electoral 1996-2011.....	119
Tabla VIII. Número de pregunta por variable y estudios del ciclo 1996-2011.	120
Tabla IX. Resumen técnico de los análisis de contenido de los medios.	127
Tabla X. Difusión de los principales diarios españoles.	128
Tabla XI. Correlaciones de variables con la Tasa de Paro.....	152
Tabla XII. Resultados electorales elecciones celebradas en España (1996-2011).....	157
Tabla XIII. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2000. Dependiente voto Gobierno (PP).	163
Tabla XIV. Valoración de la gestión del Gobierno (PP) en política social.	164
Tabla XV. Percepción de cómo gestionaría la oposición (PSOE) la política social. .	165
Tabla XVI. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2000. Dependiente voto oposición (PSOE).....	172

Tabla XVII. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2011. Dependiente voto Gobierno (PSOE).	175
Tabla XVIII. Tabla de contingencia (Expectativas económicas x intención de voto).	177
Tabla XIX. Percepción sobre quién gestionaría mejor la economía.	178
Tabla XX. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2011. Dependiente voto oposición (PP).	184
Tabla XXI. Promedio de variables en los Estudios Panel Electorales del CIS.	190
Tabla XXII. Resumen comparativo de modelos del año 2000 y 2011.	192
Tabla XXIII. Relaciones bivariadas entre el nivel informativo y las variables dependientes en los modelos del 2000 y 2011.	195
Tabla XXIV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 1998, 2000, 2002 y 2004.	203
Tabla XXV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 2006, 2008 y 2010.	204
Tabla XXVI. Valores “promedio” de las variables incluidas en el modelo de voto económico, aplicado en el ciclo 1998-2010.	207
Tabla XXVII. Diferencias probabilidades de voto al partido en el Gobierno en las categorías extremas.	208
Tabla XXVIII. Media, variabilidad y curtosis de la ubicación ideológica del electorado con intención de votar al Gobierno.	209
Tabla XXIX. Ubicación ideológica media de los españoles (1-10), entre 1998 y 2010.	210
Tabla XXX. Rango que ocupan las categorías de contenido económico en ambas agendas, a lo largo del ciclo.	220
Tabla XXXI. Análisis de nivel de concordancia de las categorías de índole económica en cada una de las agendas, en el primer rango.	223

Tabla XXXII. Correlaciones Pearson entre agenda pública y mediática en España (2008-2012)	225
Tabla XXXIII. Tema principal de las noticias de portada, de El País y El Mundo, en el intervalo temporal objeto de estudio.	228
Tabla XXXIV. Temáticas tratadas en las noticias de portada, por años y medio de comunicación.	231
Tabla XXXV. Noticias sobre economía, por año y medio de comunicación (%).	233
Tabla XXXVI. Especificación del tema económico al que hace referencia la noticia económica, por medio de comunicación y año (%).	234
Tabla XXXVII. Tono de la noticia económica (Qué percepción genera en el lector), por medio de comunicación y año (%).	238

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico I. Responsabilidad principal sobre la crisis económica en España (%).	70
Gráfico II. Programa de TV que más gusta, según autoubicación ideológica (%).	92
Gráfico III. Identificación partidista en España 2000-2011 (%).	112
Gráfico IV. Ubicación ideológica de El País y El Mundo, según los encuestados (%).	128
Gráfico V. Principales problemas en España (1996-2011).	138
Gráfico VI. Evolución del precio de la vivienda (euros/metro cuadrado).	140
Gráfico VII. Parados por sector económico (miles de personas).	142
Gráfico VIII. Valoración negativa de la situación económica actual y expectativas pesimistas sobre el futuro de la economía (%).	144

Gráfico IX. Situación económica y política actual (1996-2011) (%).	145
Gráfico X. Valoración negativa de la situación económica y valoración negativa del Gobierno (%).	146
Gráfico XI. Estimación de voto a partido de Gobierno y de oposición, y valoración situación económica (%).	146
Gráfico XII. Principales problemas y estimación de voto al Gobierno (%).	147
Gráfico XIII. Evolución de la tasa de paro y de “el paro” como principal problema.	149
Gráfico XIV. Relación tasa de paro y variables actitudinales (1996-2011).	150
Gráfico XV. Indicador de la situación económica prospectiva (%).	153
Gráfico XVI. Evolución del % de voto válido a candidaturas. Elecciones Generales (1996-2011).	155
Gráfico XVII. Competitividad electoral y abstención en España. Elecciones generales (1996-2011).	155
Gráfico XVIII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).	168
Gráfico XIX. Efecto de la valoración de la política económica del Gobierno en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).	169
Gráfico XX. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la economía en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).	170
Gráfico XXI. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).	170
Gráfico XXII. Diferencial de probabilidades extremas de votar al Gobierno (PP) (puntos porcentuales).	173
Gráfico XXIII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).	180

Gráfico XXIV. Efecto de la valoración de la política económica del Gobierno en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).....	180
Gráfico XXV. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la política social en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).	181
Gráfico XXVI. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%)	182
Gráfico XXVII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).....	185
Gráfico XXVIII. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la economía en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).	186
Gráfico XXIX. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la política social en la probabilidad de votar la oposición (PP) (%).	187
Gráfico XXX. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).....	188
Gráfico XXXI. Efectos de las variables independientes en la probabilidad de voto al partido en el Gobierno y al principal partido de la oposición, en las elecciones del 2000 y 2011 en España.	196
Gráfico XXXII. Promedios de presencia de las cuatro categorías “económicas” por ciclos temporales (%)......	215
Gráfico XXXIII Evolución de las problemáticas “económicas” en la agenda mediática (%)......	218
Gráfico XXXIV. Evolución de problemas en la agenda pública (multirres- puesta-% no base 100).	219
Gráfico XXXV. Principales temas de las noticias de portada (todo el periodo, ambos medios).	230

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura I. Relaciones entre agendas.	93
Figura II. Esquema de relaciones entre escuelas del comportamiento electoral.	97
Figura III. La aceleración del desempleo.	137

AGRADECIMIENTOS

Como todo proyecto vital, el inicio de una tesis doctoral también es la consecuencia de una semilla abonada y regada con cariño, esmero y mucha dedicación. Me parecía importante, como ejercicio de reflexión personal, narrar el proceso que me llevó a iniciarme en esta empresa, así como nombrar y agradecer a aquellas personas que de una forma u otra, en mayor o menor medida, han sido indispensables para culminar este proyecto convertido en reto personal. En este sentido, el primero y más importante de los agradecimientos va dirigido, como no podía ser de otra manera, a mis padres, Jesús y Quiteria. Sin su esfuerzo para invertir en mi formación, sin su comprensión, sin su constante apoyo, sin la transmisión de los valores sustentados en la curiosidad por el conocimiento, por el saber, este trabajo no sólo nunca pudiera haberse finalizado, sino que difícilmente hubiera podido ser iniciado. También mis hermanos, Elisa y Jesús, y su estela dejada como referentes personales, cada uno en su campo, han sido una pieza clave en mi desarrollo individual.

Cuando finalicé la licenciatura en Ciencia Política, en el curso 2010-2011, decidí que quería continuar formándome, con vistas a algún día poder cubrir mi auténtica vocación: la docencia universitaria. Fue así, y tras el vínculo generado durante los años de carrera con el Dr. Crespo, a quien más adelante me referiré, como acabé cursando el programa de Doctorado en Problemas Contemporáneos en la Sociedad de la Información, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid, pero que tuve el placer de cursar en la que durante varios años fue mi casa, el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Allí tuve la oportunidad de conocer a grandes académicos y de abrir la ventana de mi mente al conocimiento. También fue en ese marco donde descubrí el ámbito de conocimiento específico al que quería mirar: el comportamiento electoral y, especialmente, las técnicas de investigación aplicadas a las Ciencias Sociales. En este sentido, se me permitió asistir al Máster de Comunicación Política e Institucional del Instituto Ortega y Gasset, y gracias a una beca de formación, cursar el programa de Especialista en Investigación Social y Análisis de Datos del Centro de Investigaciones Sociológicas. Gracias a aquel programa no sólo obtuve una rica formación en el ámbito de las técnicas de investigación, sino que también pude conocer a grandes profesionales que desde entonces han sido grandes amigos personales, y a los que agradezco el apoyo mostrado durante esta etapa: Jesús Ortega, Sergio

Jiménez, Sergio Pérez, y José Manuel Trujillo, al que también agradezco la revisión de los modelos aplicados en esta investigación.

A mediados de 2012 obtuve una beca de Formación del Profesorado Universitario, que me permitió continuar con mi iniciada carrera investigadora, así como seguir especializándome en el ámbito de las técnicas de investigación social. Si bien los dos primeros años de la beca fueron abordados en el Instituto Ortega y Gasset, para la segunda fase, destinada a la docencia, realicé el traslado a la Universidad de Murcia, donde fui gratamente acogido por el Departamento de Ciencia Política, dirigido por el Catedrático Ismael Crespo. A él dedico buena parte de mi agradecimiento, por permitir formarme a su lado y al de los fantásticos equipos y proyectos que dirigía en Madrid y Murcia, así como posibilitarme participar en dos proyectos de los que en buena medida me siento corresponsable: la revista digital de comunicación política *Más Poder Local*, de la que actualmente soy editor, y la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE), de la que soy secretario ejecutivo de la Junta Directiva. Gracias por la confianza depositada en mí y el apoyo mostrado estos años. También quisiera agradecer a todos los miembros del Departamento de Ciencia Política su buena acogida y constante apoyo, especialmente a Ramón, Rosa, Ana Belén, Antonia, Antonio, Fernando y Cristina, a la que también agradezco la revisión del marco teórico del presente trabajo. Así también he de nombrar a algunas personas vinculadas a los equipos de Madrid y Murcia, como Montse, Sara, Fabián o Mónica, porque un café a tiempo hace mucho más que saciar la sed y quitar el sueño. Por supuesto, un agradecimiento especial va dirigido a mi directora durante este proyecto, la Catedrática Antonia Martínez, por las lecturas de sucesivos borradores, y por las recurrentes discusiones en su despacho en torno al desarrollo de la investigación, así como al apoyo mostrado en los momentos de desconfianza, propios del trabajo investigador.

Retomando el ámbito más personal, no puedo dejar de agradecer el apoyo a mis antiguos compañeros de carrera (el búnker), especialmente a Isabel, porque las conversaciones con ella han sido aliciente para aumentar mi motivación. También a mis amigos de toda la vida, especialmente a Achraf e Ismael, que han comprendido las ausencias y a pesar de todo han estado ahí en todo momento. Y finalmente, y no por ello menos importante, a mi compañera de vida, Adriana. Porque desde que la conocí ha sido el principal apoyo en los momentos de flaqueza, y la responsable de los momentos más felices. Sin su constante apoyo, cariño y comprensión, este trabajo tampoco hubiera visto la luz.

INTRODUCCIÓN

Las elecciones son un instrumento intrínseco de cualquier sistema político democrático¹. No podría entenderse una democracia si no estuviera garantizada la existencia de elecciones libres, competitivas y periódicas. Son imprescindibles no sólo porque garantizan el proceso de selección de líderes, sino porque también retroalimentan y legitiman al sistema político. Precisamente es el carácter “periódico” de las elecciones el que pone el acento en la fortaleza de los electores para controlar y limitar la acción de los Gobiernos. Es decir, los electores, con su voto –que no tiene por qué estar sujeto a estabilidad entre elección y elección–, pueden expresar sus preferencias, renovando o eliminando apoyos a las distintas ofertas políticas concurrentes, lo que redundará, en definitiva, en el control del ejercicio del poder.

La Ciencia Política, que crece de forma paralela al desarrollo de las democracias representativas, se ha preocupado desde sus inicios por el estudio del ejercicio y funcionamiento del poder desde la óptica del diseño institucional, dejando inicialmente de lado el estudio de las implicaciones y efectos que el proceso electoral tiene sobre las élites políticas y, especialmente, sobre los electores.

La revolución de la teoría democrática clásica que produce la escuela racionalista de mediados del siglo XX pone el énfasis en la existencia de otras motivaciones que mueven la competición y el ejercicio del poder, lo que se traduce en la comprensión perversa de un ejercicio idealizado de los partidos en favor del uso de tácticas que permiten lograr el favor de las masas. Sin embargo, esas mismas lógicas de control que adquieren las organizaciones políticas también son asumidas por un electorado que ve en su voto la capacidad creciente para refrendar o expulsar Gobiernos. La investigación que tienen entre sus manos pretende estudiar la forma en la que los ciudadanos controlan a sus representantes, analizando las distintas motivaciones que mueven la dirección de su voto.

¹ Respecto a la acción de receptividad del sistema de representación democrática, “las elecciones constituyen el momento en que se concreta la receptividad en la medida en que conforman el proceso a través del cual se produce la selección de los representantes y de las políticas que han de implementar si son electos” (Martínez, 2006: 20).

A partir de la definición de los objetivos de esta investigación, expuestos a continuación, se ha articulado esta memoria de tesis doctoral en seis capítulos. El **primer capítulo** está enfocado a realizar una detallada revisión de las principales perspectivas teóricas con las que se ha abordado históricamente el estudio del comportamiento electoral, construyendo un discurso en el que cada escuela o perspectiva nace como respuesta a las debilidades explicativas de las teorías que le preceden. En este sentido, se realiza un recorrido histórico por las tres grandes escuelas del comportamiento electoral, prestando una especial atención a la escuela racional y el voto económico, deteniéndose en sus derivaciones y principales debates teóricos. También se aborda en este capítulo los retos planteados por nuevos factores con incidencia sobre el comportamiento electoral, como el liderazgo político o los efectos de los medios de comunicación, aspectos que serán incorporados al diseño de la investigación.

El **segundo capítulo** se articula como una continuación de la introducción de este trabajo, pues asumiendo la definición de los objetivos de investigación, comienza con el planteamiento de las hipótesis de trabajo que mueven esta memoria y continúa con la definición de los aspectos metodológicos previstos en la investigación para contrastar dichas hipótesis. En este sentido, se hace referencia a las diferentes estrategias analíticas llevadas a cabo, fundamentadas sobre el método estadístico, sobre la base de las variables implicadas en las hipótesis de trabajo.

En el **tercer capítulo** se realiza una somera pero imprescindible contextualización del ciclo electoral analizado, donde se pone el foco en la evolución de las principales variables económicas objetivas y su relación con las percepciones de los españoles a lo largo de todo el ciclo. También se realiza en este tercer capítulo un recorrido por los principales acontecimientos políticos y sociales que tuvieron lugar en el periodo electoral analizado, con objeto de construir un marco de referencia contextual sobre el que posteriormente comprender los resultados obtenidos en los dos capítulos siguientes.

En este sentido, el **capítulo cuarto y quinto** de la presente memoria de tesis doctoral aborda el análisis de los datos y su discusión. Así, el cuarto capítulo está reservado a la puesta a prueba del modelo de voto económico propuesto para las elecciones del año 2000 y 2011, en primer lugar, y para el modelo estadístico propuesto para el conjunto del ciclo 1996-2011, en segundo lugar. El desarrollo de este capítulo aborda no solamente la comprensión estadística de los resultados, sino también la generación de escenarios pro-

babilísticos de comportamiento, así como la construcción de discursos explicativos de los resultados obtenidos, contruidos sobre el soporte teórico expuesto en el primer capítulo. El quinto capítulo está enfocado al abordaje de la comprensión de las relaciones entre la agenda de los medios de comunicación y la agenda de los ciudadanos, realizando un análisis de agenda *setting* para la legislatura 2008-2011, en un primer lugar, y analizando la construcción de la agenda mediática en la antesala de las elecciones principales de este estudio, las elecciones del 2000 y 2011, en segundo lugar. Los resultados obtenidos en este capítulo ofrecen un marco para la comprensión del papel de los medios de comunicación en la generación de climas de opinión y su repercusión en la agenda pública, poniendo el foco en la temática económica.

Finalmente, el **sexto capítulo**, de conclusiones, realiza una revisión por las hipótesis de trabajo planteadas, recapitulando los principales hallazgos obtenidos en la investigación. También se reserva un breve espacio en este último capítulo a las diferentes limitaciones encontradas durante el desarrollo del trabajo, así como al planteamiento de futuras líneas de investigación.

1. Ámbito, relevancia y problema de investigación

Esta memoria de tesis doctoral se enmarca en el ámbito de la corriente de investigación que se pregunta por los fenómenos electorales y, más concretamente, en aquellos estudios que buscan comprender las motivaciones del comportamiento electoral. En la actualidad, esta tradición de las Ciencias Sociales y, más concretamente, de la Ciencia Política, está considerada una de las más fructíferas de la disciplina en cuanto a corroboración empírica y debate teórico se refiere. Los avances en el ámbito metodológico también son muy destacables, dado el enriquecimiento que produce el abordaje multidisciplinar del ámbito de estudio, en el que participan diferentes ramas de conocimiento como la psicología, la sociología, la historia o la economía, además de la Ciencia Política.

En relación a la pregunta o problema de investigación, que “se sitúa en un ámbito intermedio entre el tema (general) y el caso (concreto) y, normalmente, toma la forma de una pregunta que tiene relevancia general y posibilidad de ser contestada a través del análisis de lo concreto” (Anduiza *et al.*, 1999: 13), en este trabajo se reduce a la siguiente: ¿Cómo

influye la percepción del contexto económico y su gestión política en el comportamiento electoral?

2. Justificación del caso de estudio

Como se ha indicado más arriba, el estudio del comportamiento electoral es uno de los ámbitos de la Ciencia Política sobre los que más se ha escrito, profundizado teóricamente y trabajado empíricamente. Por tanto, supone todo un reto realizar una tesis doctoral en este campo, pues la capacidad de innovación y aportación a la ciencia son limitadas.

Sin embargo, si bien son muy numerosos los estudios sobre comportamiento electoral, buena parte de dicha investigación se encamina a realizar un acercamiento parcial al fenómeno, a partir de una de las diferentes escuelas o perspectivas, expuestas en el marco teórico. Es decir, todavía queda margen para los estudios que aborden el comportamiento de forma holística, bebiendo de los diferentes enfoques, con objetivo de construir un modelo explicativo más completo y dinámico. En este sentido, en este estudio se construyen ecuaciones de voto que combinan variables estructurales, enmarcadas en la Escuela de Columbia; variables asociadas a los valores políticos, del modelo de Michigan; y especialmente variables que beben de la tradición racionalista, más concretamente del ámbito de la economía política y de las modulaciones de la racionalidad limitada.

Las elecciones del 2000 y 2011 en España suponen un escenario privilegiado para el estudio del comportamiento electoral, especialmente si dicha investigación pone el foco en la influencia de los factores económicos en el voto. Supone un escenario privilegiado por varios motivos: En primer lugar, porque la economía es el tema que con más fuerza planea por las campañas electorales de ambos comicios. Y además, lo hace de forma claramente predominante respecto al resto de *issues* de campaña, algo que no ocurre en otros ciclos electorales ya estudiados, donde la agenda mediática y política se presenta contaminada o determinada por otros asuntos. Esto supone una oportunidad para el análisis, pues los efectos de las variables de índole económica se presentan menos expuestos a la influencia de terceras variables.

Por otro lado, en las elecciones seleccionadas para este estudio de caso se producen dos escenarios económicos antagónicos. Mientras que en las elecciones del año 2000 el Partido Popular (PP) se postula a la reelección tras una legislatura que finaliza con destacados

resultados económicos; en las elecciones del año 2011 el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) se presenta a las elecciones tras tres duros años de una fuerte crisis económica, que obligan al ejecutivo socialista liderado por José Luis Rodríguez Zapatero a tomar decisiones legislativas que rompen con la tradición temática asociada al PSOE durante años, donde la igualdad, la educación, las pensiones, la sanidad y la dependencia, se habían definido como su caballo de batalla; frente a un Partido Popular con una agenda temática similar a la de sus socios conservadores europeos, más centrada en la economía, la libertad individual, el control migratorio, la seguridad y el orden, etc.

Además, en las elecciones generales del año 2000, el PP revalida y amplía su victoria, mientras que el PSOE en las elecciones generales del año 2011 pierde el poder, en unas elecciones generales que fueron adelantadas como consecuencia de la situación económica y política que vivía el país.

En resumen, las elecciones del año 2000 y 2011 suponen un escenario idóneo para el estudio del voto económico, pues incluyen elecciones de bonanza económica y crisis económica, elecciones de cambio y continuidad, y elecciones a las que se postulan como partidos oficialistas los dos grandes partidos del sistema político español: PSOE y PP. Todo ello, con climas de opinión y en un contexto mediático donde la economía adquiere un protagonismo especial, con una menor influencia de otros *issues* o eventos políticos que en otros procesos electorales del caso de estudio.

En España existe una buena cantidad de estudios que abordan el comportamiento electoral poniendo el foco en la influencia de la economía, tal y como se indica en el apartado teórico. Sin embargo, todavía son escasas las investigaciones que aborden de forma detallada y comparada, a partir de un enfoque más dinámico, la influencia de la economía en los comicios seleccionados en este trabajo, lo que sin duda arrojará luz sobre un contexto que, como se ha expuesto previamente, adquiere un interés especial. Por otro lado, el escenario objeto de estudio permite comprobar una hipótesis clave en las teorías sobre voto económico, como es la de la asimetría del voto, sobre la cual se volverá más adelante.

Para ahondar en la comprensión de las relaciones entre la percepción de la economía y el voto, el análisis de las elecciones del año 2000 y 2011 es completado con un estudio sistemático de todo el ciclo electoral 1996-2011, a partir de un modelo de voto puesto a prueba en seis momentos del ciclo referido.

Finalmente, y con objeto de posibilitar una mejor comprensión del escenario en el que se desarrollan las elecciones analizadas, tanto a nivel mediático como de clima de opinión, en este trabajo también se ofrece un acercamiento al estudio de la agenda *setting* en la legislatura 2008-2011², así como al estudio del tratamiento mediático de los asuntos económicos en la antesala de ambas elecciones de interés (2000 y 2011).

3. Objetivos de la investigación

3.1. Objetivo general

La presente tesis doctoral tiene el objetivo general de realizar un análisis de la influencia de la percepción del contexto económico y su gestión política en el comportamiento electoral, en las elecciones generales celebradas en España en los años 2000 y 2011. En las últimas décadas ha sido exponencial el número de estudios en España dedicados al análisis del comportamiento electoral y las elecciones. Sin embargo, la motivación principal que mueve a esta investigación radica en la todavía escasa bibliografía de investigaciones que se acerquen al fenómeno electoral desde una perspectiva dinámica, que supere la concepción de un elector prisionero de sus características socio-demográficas y psico-políticas, especialmente en un escenario tan idóneo para el estudio del voto económico, como son las elecciones seleccionadas.

En consecuencia, en este trabajo se busca responder a las distintas motivaciones que movieron el voto en España en las elecciones objeto de estudio, incorporando tanto variables cortoplacistas, como de medio y largo plazo, pero poniendo el peso del análisis en la influencia que los factores económicos, en términos perceptivos, tienen sobre el comportamiento electoral. También, se busca conocer si esta influencia es estable, o por el contrario es susceptible de evolucionar en contextos económicos muy distintos.

Para ello, se plantea la puesta a prueba de dos modelos de voto, que incluyen no sólo referencias al contexto económico y su gestión política, sino que también recoge la influencia de otras variables clave, como la ideología o las características socio-demográficas. Igualmente, y a partir de la construcción de esa herramienta de análisis, se busca determi-

2 Como se expone más adelante, el análisis de agenda *setting* no pudo ser abordado en la legislatura 1996-2000 por falta de datos de encuesta para la construcción de la agenda pública.

nar las diferencias de influencia en el voto a las dos fuerzas políticas preponderantes del ciclo electoral analizado: Partido Popular y Partido Socialista Obrero Español.

3.2 Objetivos específicos

La presente tesis doctoral tiene seis objetivos específicos:

- (1) En primer lugar, describir el contexto económico, político y social en el que se enmarcan las elecciones objeto de estudio, con la intención de generar un marco que ayude a la comprensión del fenómeno abordado.
- (2) En segundo lugar, y tras una exhaustiva revisión bibliográfica que delimite las variables y conceptos estudiados, crear un modelo de voto económico que abarque los principales factores con una posible incidencia en el comportamiento electoral de los españoles³, poniendo el foco en las variables clásicas en los estudios sobre voto económico.
- (3) En tercer lugar, aplicar el modelo creado a las elecciones del ciclo electoral seleccionado, que abarca situaciones económicas diferenciadas. Con este objetivo específico se busca, por un lado, realizar un análisis de cada elección y, por otro, generar un marco de comparación de los efectos de las distintas variables sobre el voto, en diferentes contextos económicos.
- (4) En cuarto lugar, calcular perfiles probabilísticos de voto a los dos principales partidos en competencia, PP y PSOE, lo que posibilitará un conocimiento mayor de la interacción de los factores económicos sobre el voto a estos partidos, a partir de una serie de variables parametrizadas.
- (5) En quinto lugar, explorar las relaciones entre la agenda mediática y la agenda pública, especialmente en lo que a asuntos económicos se refiere, en la legislatura 2008-2011.

3 Téngase en cuenta que no es objeto de este trabajo generar un modelo de voto complejo, sino generar un modelo que incluya las variables consideradas esenciales para el estudio del voto económico, controlando su efecto por aquellas variables consideradas clásicas en los estudios de comportamiento electoral, como son la ideología o las variables socio-demográficas.

(6) En sexto y último lugar, observar la construcción de la agenda mediática, realizada por los dos grandes periódicos nacionales, El País y El Mundo, a través de sus portadas, en la antesala de las elecciones del año 2000 y 2011.

CAPÍTULO I

— • —

**MARCO TEÓRICO Y ESTADO
DEL ARTE**

CAPÍTULO I.

MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

El estudio del comportamiento electoral ha sido una preocupación creciente para la academia desde principios del siglo XX. Desde el inicio de los estudios sobre esta rama del conocimiento han sido múltiples los debates y divergencias surgidas a colación de qué elementos influyen de manera más predominante en el proceso de decisión de voto.

En este capítulo, no se pretende realizar un recorrido minucioso sobre todos y cada uno de los debates surgidos sobre este tema; en primer lugar, porque no es el objeto de esta investigación, pero sobre todo porque detallar la pluralidad de matices existentes en la investigación sobre comportamiento electoral resultaría una investigación en sí misma. Por tanto, lo que se pretende en este capítulo es realizar un recorrido por las principales teorías y perspectivas, perfilando el recorrido histórico de los modelos de voto, especialmente aplicados al ámbito español.

Además, una de las principales conclusiones que resultan del estudio teórico del comportamiento electoral es la convergencia, la complementariedad de los diferentes postulados teóricos. El comportamiento electoral es un fenómeno multidimensional, donde se interrelacionan variables de muy diverso tipo: características socioeconómicas, valores políticos, o contexto político y económico, entre muchos otros factores que se estudiarán en este capítulo.

Así, con el ánimo de cubrir los diferentes elementos que componen el estudio del comportamiento electoral, este capítulo se estructura en cuatro bloques. En el primer bloque, se referencian los modelos clásicos del comportamiento electoral, cifrados en tres grandes escuelas por unanimidad de la academia. En segundo lugar, se desarrollarán de manera más detallada los diferentes debates acaecidos en la academia sobre la influencia de la economía en el voto, realizando también un repaso por las principales investigaciones sobre la materia desarrolladas en España, desde la llegada de la democracia hasta la actualidad. Posteriormente, en un tercer apartado se hará referencia a otros elementos de influencia en el comportamiento electoral, complementarios de los anteriores, y estrechamente vinculados con la expansión de los medios de comunicación, el desarrollo del marketing político

moderno y la personalización de la política. Finalmente, en el cuarto apartado de este capítulo se reflexiona sobre la multidimensionalidad del voto y la comprensión del estudio del comportamiento electoral desde la perspectiva de la convergencia de los distintos enfoques planteados con anterioridad.

1. Modelos clásicos del comportamiento electoral

Aunque el comportamiento político es mucho más que el comportamiento electoral, la manifestación más clara del comportamiento político es precisamente el comportamiento electoral. “Se entiende por comportamiento electoral todas aquellas conductas que relacionan a los ciudadanos con el poder político, a través del proceso electoral, y que culminan en el momento de emitir el voto o de decidir abstenerse en unas elecciones” (Mora, 2016). Se trata, el voto, de un elemento altamente institucionalizado, vinculado a la propia existencia del sistema de representación democrática, que acaba determinando el color de los Gobiernos y los designios de la comunidad política. Precisamente por esto, la preocupación por las causas que determinan el voto ha sido una constante desde los inicios de su existencia.

¿Por qué votamos como votamos? ¿Qué factores inciden más que otros a la hora de emitir el voto? La academia no ha sido ajena a estos interrogantes, y desde principios del siglo XX se ha preocupado en investigar sus respuestas. Desde entonces, se han ido sucediendo numerosas perspectivas en el estudio del comportamiento electoral, donde teorías no discutidas en su tiempo han sido refutadas por completo por nuevas investigaciones, en una carrera que todavía hoy sigue siendo causa de una importante producción científica y académica.

Sin embargo, cuando se habla de los modelos clásicos del comportamiento electoral se hace referencia a aquellos que centran el foco de estudio en elementos claramente diferenciados y que han sido fruto de numerosas corroboraciones empíricas. No responden a matices en el análisis de las causas del voto, sino a elementos diferenciales de profundidad. En orden cronológico, el primer gran modelo se refiere al enfoque sociológico, también llamado modelo ecológico. Seguidamente, se hace referencia al modelo psicológico o psicosocial; y finalmente, aunque con mayor énfasis, se expone el enfoque racional o modelo de elección racional. En las siguientes páginas se comentarán las principales claves de estas tres escuelas.

1.1 Modelo sociológico (Escuela de Columbia)

El enfoque sociológico surge en el año 1944 de la mano de Paul Lazarsfeld, una figura trascendental para comprender los estudios de comportamiento electoral. Las principales aportaciones de Lazarsfeld a esta rama de la ciencia pueden resumirse en su insistencia por generar una metodología robusta aplicable al estudio del comportamiento electoral, y su capacidad de mejora de la técnica de investigación por encuesta, hasta entonces aplicada sin excesivo rigor ni criterio unificado. También cabe destacar en el desarrollo de lo que se refiere a la metodología Panel⁴. La transformación que Lazarsfeld trae a la sociología concretada en lo que James S. Coleman (1982) define como los seis grandes avances o comienzos en el campo de la sociología:

- 1) La transformación de los sondeos; 2) El comienzo de la técnica de la encuesta panel;
- 3) El estudio sistemático de las audiencias, comunicación de masas e investigación de mercado; 4) El comienzo del método de encuesta en la sociología política [...] y; 6) la creación de los centros de investigación social aplicada a la Universidad. (Citado en Rospir, 2004: 3)

Lazarsfeld y el equipo de investigación nucleado en torno a la Universidad de Columbia, que dio nombre a la corriente de pensamiento denominada Escuela de Columbia, plasmó sus avances metodológicos en una de las obras culmen de esta corriente: *The people's choice: How the voters make up his mind a presidential campaign* (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944).

Esta investigación abarca el estudio del comportamiento de los oyentes de radio, que fruto de la coincidencia temporal con las elecciones presidenciales que enfrentaron a Roosevelt y Willkie, acaba convirtiéndose en un estudio sobre la influencia de los medios de comunicación de masas en el comportamiento de los electores, empleando para el análisis la metodología de encuesta panel. Los resultados de esta investigación resultaron sorprendentes, pues en un contexto de primacía del modelo hipodérmico, donde se atribuía a los

4 El panel es una técnica de investigación social de carácter cuantitativa, que consistente es exponer a una misma muestra a dos o más estudios mediante encuesta. La lógica de esta técnica es comprobar la existencia de cambios/continuidad en las actitudes y comportamientos de los individuos respecto a la primera exposición realizada. Su uso en el ámbito electoral es muy habitual, para analizar los efectos de las campañas electorales, la exposición a los medios de comunicación, etc.

medios de comunicación un poder persuasivo enorme (Lasswell, 1948), se descubrió que el poder de la propaganda y los medios era realmente limitado. Más que un efecto convertidor de conductas y comportamientos, el principal efecto que registraron los medios de comunicación fue el de refuerzo de predisposiciones políticas preexistentes, de actitudes presentes en el individuo con anterioridad al input comunicativo. En consecuencia, para estos autores, la estructura social, las características socio-demográficas, serían las que influirían directamente sobre las actitudes políticas. Los medios de comunicación sólo actuarían como canalizadores de mensajes que refuerzan dichas conductas. La teoría de los efectos limitados confronta directamente con las teorías hipodérmicas y más aún a partir de la Segunda Guerra Mundial, que con el desarrollo de la televisión como medio de comunicación de masas, se enfrentaría a nuevos planteamientos, asociados a las teorías de la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1974), *agenda-setting* (McCombs y Shaw, 1972; McCombs y Evatt, 1995), *priming* (Iyengar y Kinder, 1987), y *framing* (Iyengar, 1991), que también serán comentadas a lo largo de este capítulo.

Volviendo al tema, podría resumirse que la escuela sociológica del comportamiento electoral consideraba, en palabras del propio Lazarsfeld (1944), que “Una persona piensa, políticamente, como ella es socialmente. Las características sociales determinan las preferencias políticas”.

Actitudes políticas muy ligadas a la tradición, cultura, clase, etnia incluso, de los individuos y que muestra una gran estabilidad en el tiempo. Debido a ésta se producen procesos de ajuste y resistencia al cambio que determinan la perpetuación de determinadas características, actitudes o preferencias que el individuo interioriza y que de algún modo se encuentran blindadas ante los estímulos sociales directos o las posiciones razonadas de cambio. (Berelson *et al.*, 1954)

En definitiva, que la principal razón del voto de los electores era la posición que éstos ocupaban en la estructura social. El hecho de que los electores se decidieran por un partido o por otro dependía en gran parte de la posición social que ocupaban.

Para comprender esta teoría se hace obligado remontarse a un contexto de grandes divisiones sociales, como la configuración del Estado nacional, la Revolución Protestante o la Revolución Industrial. Lo que interesa aquí son las divisiones sociales que estas grandes

revoluciones generaron en las estructuras sociales. En este sentido juega un papel fundamental el concepto de clivaje.

Los principales teóricos que comienzan a hablar de la influencia de los clivajes en el comportamiento, como eje que divide y enfrenta a la sociedad en dos grupos, son los investigadores Seymour Martin Lipset y Stein Rokkan (1967), que consideraban los clivajes como divisiones duraderas entre los grupos sociales y políticos que pueden dar lugar a conflictos abiertos.

Una de las tesis clave de la obra de Lipset y Rokkan es que la confrontación política se centra en el proceso de expansión de los derechos políticos, en las fracturas de clase, surgiendo así las principales identidades políticas fuertes, los grandes partidos (conservador y obrero), que continúan configurando el sistema de partidos en Europa aún hoy existente. Así, a tenor de estas teorías, los partidos políticos surgen como articuladores de intereses en torno a fracturas sociales, especialmente la relativa a clase. Nacen para representar y dar respuesta a estos colectivos. Bajo este principio sólo integrarían el sistema de partidos aquellas plataformas que respondieran a divisiones sociales. Esto explica por qué en unos países hay una serie de partidos en el sistema y no otros, en función de su construcción histórica de luchas.

Es importante tener en cuenta que los clivajes nacen por cuestiones de carácter estructural y no por cuestiones de carácter actitudinal de los ciudadanos. Ni siquiera por cuestiones ideológicas. En este sentido, los clivajes son fracturas sociales que surgen de manera independiente a la voluntad y sentir de los ciudadanos. Por esta cuestión no se puede hablar de una división izquierda y derecha.

No obstante, aunque los clivajes surjan de cuestiones estructurales incluyen elementos de carácter normativo y organizativo. El elemento normativo es la elevación de la fractura social a una división socialmente aceptada e interiorizada por ambos bandos de la división. Es decir, la elevación a la conciencia colectiva, por hablar en un sentido funcionalista, de la existencia de una fractura y el interés social en la defensa de los valores que su bando representa. Fruto de lo anterior cobra sentido el elemento organizativo. Es necesaria la existencia de plataformas que articulen los intereses de los distintos grupos surgidos de la confrontación. Es en ese momento cuando surgen los partidos políticos.

Desde este punto de vista son las fracturas sociales, los clivajes, los que determinan la composición del sistema de partidos. Así, bajo esta óptica, los ciudadanos votarán a los partidos existentes que articulen los intereses del grupo de la fractura social de la que formen parte.

Uno de los clivajes más antiguos y comunes en las sociedades occidentales ha sido el referido al de clase social, que surge a finales del siglo XIX en el contexto de la Revolución Industrial. Así, puede afirmarse que la totalidad de democracias avanzadas occidentales cuentan con fracturas sociales por razones de clase. La fractura no tiene necesariamente que tener un carácter dicotómico, aunque sí es usual en Ciencia Política reducir a dos grandes grupos contrapuestos: clase alta y baja; clase obrera o trabajadora y clase burguesa.

Según la teoría de voto por posición social, los ciudadanos votan a los partidos políticos que representaban su grupo, su clase social. Se trata de un voto por identificación, por sentimiento de pertenencia a un todo, a una colectividad. Las raíces del voto de clase las encontramos precisamente en el sociólogo Paul F. Lazarsfeld y los investigadores del *Bureau of Applied Social Research* de la Universidad de Columbia. En *The people choice*, obra que anteriormente se citaba, los autores utilizan como una de las principales variables independientes del comportamiento a la posición socioeconómica, llegando a la corroboración empírica de que en los Estados Unidos la base electoral del Partido Demócrata es fundamentalmente clase trabajadora, mientras que la base electoral del Partido Republicano es de trabajadores cualificados y clase alta. Unos años más tarde, el propio Lipset fundamentaría teóricamente este hecho, al afirmar que los conflictos entre diferentes en las sociedades modernas tienen lugar a través de los partidos políticos, ostentadores de la representación de la lucha de clase (Lipset, 1987).

La realidad empírica constata esta teoría, aunque ha ido perdiendo capacidad explicativa progresivamente. Las causas de la pérdida de capacidad explicativa del voto de clase son muy diversas. Un factor clave en este sentido es la expansión del Estado del bienestar, muy especialmente tras la Segunda Guerra Mundial. Las medidas de control y redistribución económica, unido a un incremento de la mano de obra empleada en el sector servicios, dan lugar al nacimiento de una gran clase media. Esta nueva situación tiene muy diversas consecuencias, entre las que se encuentra una importante mejoría de las clases sociales más desfavorecidas, reduciéndose así las diferencias entre clases. Además, esta nueva situación supone una mayor movilidad de los ciudadanos en la estructura de clase: la posición deja

de ser fija y de por vida. En consecuencia, se produce un desalineamiento⁵ de los ciudadanos con las antiguas clases.

Este cambio se ha traducido, también, en el ámbito de la oferta política. En un primer momento los partidos políticos surgen como plataformas electorales de articulación de intereses fundamentalmente de ámbito local. Seguidamente, surgen los grandes partidos de masas, fundamentados en la idea de clase, generando conciencia de clase, de pertenencia a la clase⁶. Estos partidos ofrecían a sus integrantes toda variedad de servicios, que iban más allá de los propiamente políticos. Los partidos de masas contaban con centros sociales y organizaciones que cubrían todos los aspectos y necesidades de la vida de sus integrantes. Así, contaban con grupos deportivos, de juego, de enseñanza, con servicios sanitarios. Con el surgimiento de las nuevas clases medias surge toda una nueva masa social que no se siente identificada con los viejos partidos de masas. Es así cuando los partidos estandarizan su programa e ideario, abriéndolo a una mayor base social. De esta manera, los viejos partidos de masas se convierten en partidos atrápalo-todo, *catch-all*.

En consecuencia, el nacimiento de la gran clase media, unido a la aparición de otros elementos de influencia como los valores políticos, produce una importante pérdida explicativa del voto. Sin embargo, todavía hoy es arriesgado decir que el voto y la clase social son totalmente independientes. La constatación empírica ha demostrado que “en ningún país capitalista democrático el voto ha llegado a ser completamente independiente de la clase social en unas elecciones nacionales” (Manza, Hout y Brooks, 1995). Como expresa Paramio (2000), resultaría

Realmente sorprendente que el voto llegara a ser completamente independiente de la clase social, si suponemos que la definición de la posición de clase tiene alguna pertinencia sociológica. [...] No es fácil imaginar una confrontación electoral en la que las

5 El término desalineamiento se refiere al fenómeno que responde a la “pérdida de importancia de los esquemas que tradicionalmente explicaban en gran medida el comportamiento electoral. Dichos esquemas comprenden los clivajes políticos (Lipset y Rokkan, 1967), que a su vez determinarían la identificación partidista. El desalineamiento se refiere a la pérdida de importancia de la identificación con los partidos políticos, que se había considerado fundamental para explicar el comportamiento electoral” (Moreno, 2015).

6 Resulta interesante la argumentación del sociólogo francés, Pierre Bordieu (1987), quien sostiene que “al generar un sentimiento de pertenencia común y una idea de intereses y destinos compartidos, los partidos crean conciencia de clase”.

distintas opciones de política no tengan implicaciones específicas para los intereses de los colectivos definidos en términos de clase. (p. 83)

No obstante lo anterior, sí parece existir acuerdo en la academia en considerar la pérdida de capacidad explicativa de la pertenencia de clase como variable independiente directa, cobrando protagonismo como variable necesaria y facilitadora de otras variables, como los valores políticos, a los que se prestará atención más adelante.

Otro de los clivajes más relevantes ha sido el referido al origen. El clivaje de origen parte de la división de la sociedad entre los que son de un lugar y los que son de fuera. Se trata de la creación de una división social “ellos vs. nosotros”, a partir de un elemento de procedencia. Dependiendo del lugar en el que nos encontremos, este clivaje se ha configurado por unas cuestiones u otras. Así, el clivaje de origen puede deberse a cuestiones étnicas, de raza, de identidad nacional, centro frente a periferia, rural frente a urbano, etc.

Aunque este clivaje sigue estando vigente en la mayoría de las democracias occidentales, lo cierto es que ha ido perdiendo fuerza como explicador del voto, conforme las sociedades se han ido modernizando, y el mestizaje y multiculturalismo han ido marcando el devenir social. En este sentido han jugado un papel importante los movimientos migratorios, tanto de inmigración como de emigración, los éxodos rurales, etc. Todavía hoy resulta este elemento vertebrador de las diferencias sociales. Así, no cabe duda que todavía existen en la actualidad diferencias entre, por ejemplo, los flamencos y valones en Bélgica, o entre los blancos y afro-americanos en los Estados Unidos de América; o entre los ciudadanos de Madrid y los de Cataluña o País Vasco⁷; y como estos muchos más ejemplos.

El tercer y último gran clivaje al que se hace referencia y que ha formado parte de la historia de occidente, ha sido el clivaje religioso. Aunque en las democracias mediterráneas ha prevalecido una corriente religiosa predominante, lo cierto es que las sociedades de la Europa central, América del norte y la Europa anglosajona, han estado divididas en diferentes grupos determinados por la cuestión religiosa. Así por ejemplo, en Suiza están los católicos y protestantes; en Holanda, católicos y calvinistas; en Inglaterra, protestantes,

7 Francisco Llera realiza un estudio sobre las identidades sociales y cultura política en el contexto vasco, donde expone la coexistencia de dos subculturas: una orientada al capital simbólico nacionalista vasco que domina la construcción del discurso de confrontación, y una segunda orientada a las pautas de la cultura nacional española (Llera, 1989).

católicos y anglicanos; en Alemania, católicos y luteranos; en Estados Unidos la pluralidad religiosa es aún mayor, con los evangelistas, católicos, judíos, etc.

En relación a sus efectos sobre la decisión del voto, la investigación ha constatado la existencia de diferencias en el voto, dependiendo de los grupos religiosos a los que se pertenezca, si bien se coincide en señalar que no existen patrones comunes entre países, sino que depende de la construcción histórica y del desarrollo de la cultura política⁸ de cada país. Es decir, que los católicos voten fundamentalmente a los laboristas en Inglaterra no significa, necesariamente, que lo hagan así los católicos alemanes, por ejemplo. Por tanto, no pueden establecerse direcciones generales entre variables, sino que depende de los contextos nacionales, e incluso regionales.

En ocasiones, las divisiones no derivan de la existencia de diferentes grupos religiosos, sino por el grado de práctica religiosa, como en Italia, donde se aprecian diferencias entre los católicos practicantes y los cristianos; o incluso la división entre religiosos y no religiosos, como fue el caso de España durante la Segunda República.

La evolución de este clivaje está muy cuestionada en la academia, aunque existe cierto acuerdo en considerar, en general, una progresiva pérdida del valor de éste como elemento explicativo del voto. En España, los católicos estuvieron muy apegados al centro derecha y derecha hasta la caída de la UCD con Adolfo Suárez. Desde entonces, aunque la gran masa de votantes de la UCD fue absorbida por Alianza Popular⁹, también hubo una importante recepción en la base electoral del PSOE. Este hecho, unido a “los cambios sociales en ámbitos educativos, laborales o culturales y las estrategias de las élites partidistas de no politizar¹⁰” (Calvo y Montero, 2002: 51) la cuestión religiosa, y unido a un proceso de

8 El concepto de cultura política fue acuñado por Almond y Verba (1963), a quienes posteriormente se les criticaría su comprensión –cívica– del concepto, sustentándolo fundamentalmente sobre la participación política. Posteriormente otros autores como Inglehart ampliarían el concepto definiéndolo como “sistema de actitudes, valores y conocimiento ampliamente compartidos en el seno de una sociedad transmitidos de generación en generación” (Inglehart, 1991: 5).

9 En el año 1989, Alianza Popular sufre una refundación y se transforma en el actual Partido Popular.

10 Para Guillermo Cordero el papel de las élites no fue de apaciguamiento o pacto respecto a la cuestión religiosa, sino que “durante los años setenta y ochenta los partidos de derecha y centroderecha introdujeron, y los medios de comunicación conservadores difundieron, debates alrededor de la educación laica, la legalización del aborto o el divorcio, y que dicha presencia tuvo además importantes efectos en el voto” (Cordero, 2014: 15).

secularización que afectó a toda Europa, con una progresiva disminución de las tasas de sentimiento y práctica religiosa, habría posibilitado un escenario en el que la cuestión religiosa quedara desvinculada de las preferencias políticas. Sin embargo, tal y como apuntan algunos autores, “el factor religioso parece haberse recuperado en la consulta del 2000, mostrando una incidencia positiva en la probabilidad de votar al PSOE y al PP” (Calvo y Montero, 2002: 51), y aunque no sea un factor clave en la explicación del comportamiento electoral, “su presencia ha sido un factor relevante para reforzar las preferencias electorales de los españoles” (Montero, Calvo, y Martínez, 2008: 48).

Visto lo anterior, conviene puntualizar que los clivajes no se presentan en la realidad como elementos estancos unos de otros, como algo autónomo y perfectamente definido, sino más bien como una combinación de fracturas cuya apariencia se podrá resumir en tres tipos:

(1) En primer lugar, como *superposición*, que tiene lugar cuando los ciudadanos que forman parte de un grupo del clivaje son los mismos que están en uno de los grupos de otro u otros clivajes. Por ejemplo, en España, durante la Segunda República y hasta la caída del franquismo, los ciudadanos que se identificaban como nacionalistas españoles además eran mayoritariamente católicos. Este tipo de combinación permite vaticinar de qué grupo de los distintos clivajes formará parte un individuo. Es decir, que se convierte en un buen prescriptor de grupos.

(2) En segundo lugar, como *yuxtaposición* cuando la pertenencia a un grupo del clivaje no tiene ningún tipo de relación con otros clivajes. En este tipo de combinación, los clivajes funcionan absolutamente independientes los unos de los otros. Esto provoca la existencia de muchos subgrupos y la dificultad de articulación de intereses de los mismos, lo que determinará la proliferación de partidos políticos que den respuesta a esos intereses. Esta fragmentación del sistema de partidos provoca la competición de varios partidos por la determinación del voto. En este caso, uno de los dos clivajes en competición debe acabar primando. Si en términos macro los ciudadanos se decantan por hacer primar a un clivaje sobre otro, el clivaje discriminado irá perdiendo valor progresivamente, influyendo también en la desaparición del subgrupo y del subsiguiente partido político. Desde un punto de vista temporal se podría catalogar como estacionario, pues la cronología citada acaba con la división.

(3) Por último, como combinación de *incoherencia* cuando, al contrario del anterior, un elector manifiesta alineamientos con dos partidos distintos, representantes de dos grupos nacidos como consecuencia de la necesidad de articulación de diferentes clivajes. Si no se producen los elementos normativos y organizativos de los que se hablaba al iniciar este capítulo, el elector se verá obligado a elegir entre la pertenencia a ambas colectividades, a sufrir una pérdida de identidad; o a que en cada elección utilice una identidad distinta, alternando así los partidos a los que votar. Evidentemente, esto se traduce, a todos los efectos, en una pérdida de explicación del voto.

Según la teoría de clivajes, el comportamiento electoral de los electores será muy estable en el largo plazo, debido a que esta teoría se fundamenta sobre la base de la posición de los electores en la estructura social. Así, partiendo de la estabilidad de la posición social en el largo plazo, también debería serlo el comportamiento electoral. Sólo se producirían limitadas modificaciones en el comportamiento electoral en el largo plazo derivadas de cambios en la estructura poblacional, del progresivo incremento de la capacidad de movilidad social, aunque estas cuestiones no serían suficientes para producir modificaciones destacables en el comportamiento.

A pesar de lo anterior, esta estabilidad sólo se mantuvo vigente hasta principios de los años sesenta, aproximadamente, cuando los estudios electorales comenzaron a evidenciar enormes variabilidades del comportamiento electoral en el corto plazo, lo que evidenciaba la pérdida de explicación de estas teorías. Las causas de ello son varias. Como apunta Guillen Rico, “con el fin de la Segunda Guerra Mundial se abre una etapa de prosperidad en las sociedades industriales que, junto con el desarrollo del Estado social, propicia procesos de modernización y transformaciones profundas en las estructuras sociales y culturales” (Rico, 2009: 14). Por un lado, apunta, se incrementa el bienestar material y las clases medias se expanden tanto en número como en variedad, lo que deriva en “una relajación de la polarización y las desigualdades sociales” (Rico, 2009: 14). De esta manera, las sociedades que anteriormente eran fácilmente segmentables y alienables, se convierten en sociedades mucho más complejas, deteriorándose así las capacidades de los clivajes.

También desempeña un papel destacable el incremento de la educación, tanto cualitativa, como cuantitativamente. Se produce un proceso de “movilización cognitiva”¹¹, que

11 Este término ya fue sugerido por Dalton (1984).

incrementa las capacidades de raciocinio e interpretación y procesamiento de objetos políticos, limitando las antiguas necesidades de recurrir a marcos generales, que proporcionaban los atajos cognitivos derivados de la adscripción a una clase social o a una afinidad partidista, como veremos más adelante.

No obstante, el hecho de que los clivajes sean una variable con capacidad explicativa del voto plantea pocas dudas, incluso en la actualidad. No cabe duda de que si un elector está identificado con un grupo, tenderá a votar al partido que represente los intereses de ese grupo, que serán distintos tanto en lo programático como en los objetivos y valores, a otros partidos. También es evidente que se socializará con los integrantes de su grupo, reforzando así sus intereses compartidos. Por tanto, pocas dudas existen sobre la existencia de relaciones entre variables, como señala Bartolini¹². Otra cuestión de interés se centra en determinar si la relación entre variables es directa o si resulta más bien facilitadora de otras variables, como los valores políticos, de los que se hablará a continuación.

En cualquier caso, durante bastante tiempo los clivajes han sido la variable que mejor explicaba el voto¹³, fundamentalmente, y de manera resumida, por tres elementos, que asumen forma de premisas y que generalmente fueron aceptadas en la academia. En primer lugar, por su carácter organizativo, pues los electores votarán a los partidos que articulen sus intereses, por identidad, pero también por utilidad, algo que veremos en la revisión racional: la oferta del partido y la demanda del elector coinciden. En segundo lugar por su papel socializador, dado que los electores se rodearán de integrantes de su grupo, recibiendo y reforzando continuamente inputs y estímulos identitarios, influyendo en sus marcos cognitivos que fortificarán su apego a una colectividad. Y finalmente por su carácter normativo, institucionalizado, puesto que los sentimientos, valores, emociones serán semejantes entre miembros de un mismo grupo, y distintos a otros grupos, y estos elementos influyen en el voto.

12 La relación entre clivajes y voto todavía sigue siendo significativa (Bartolini y Mair, 1990).

13 Eva Anduiza y Agustí Bosch (2007: 177), en su libro sobre comportamiento político y electoral, el cual ha sido empleado para la construcción del relato de este apartado, plantean la existencia de otros clivajes más allá de los tradicionales, como el clivaje del sector público o el clivaje de la sociedad del conocimiento.

1.2 Modelo psico-sociológico (Escuela de Michigan)

Ahora bien, el determinismo social al que alude la tradición de Columbia no está exento de críticas. Una de las críticas más recurrentes en la literatura sobre comportamiento electoral hace referencia a las tesis planteadas por Key (1949) y, Key y Munger (1959), acerca del interés político definido en términos individuales. Resultan determinantes, bajo esta revisión, los contextos y ambientes sociales con los que interacciona el individuo y que superan el control de éste, así como la dudosa capacidad de autoselección informativa del individuo. Lo que subyace, en definitiva, es la idea de un contexto altamente influyente en las conductas, tema que se aborda con mayor profundidad al hacer referencia a las teorías enmarcadas en la percepción informativa selectiva.

Finalizaba el apartado anterior haciendo referencia a que la posición social era incapaz de explicar, por si sola, las fluctuaciones a corto plazo del comportamiento electoral. Las teorías de clivajes acaban su preponderancia como variables de influencia en el voto, reconociendo que la posición social actúa, ya no como variable independiente directa, sino como variable facilitadora de otras variables, que veremos a continuación.

Este apartado se centra en recoger las principales teorías que surgen para explicar el voto, tras la pérdida de capacidad explicativa del conjunto de variables estructurales. El modelo psico-social que se plantea a continuación surge, entonces, como respuesta a las limitaciones de los postulados defendidos por la Escuela de Columbia. Los primeros trabajos que impulsan este Modelo se encuentran en la Escuela de Michigan, de la mano del psicólogo, Kurt Lewin. Este psicólogo de procedencia alemana pero radicado en los Estados Unidos centra sus estudios en la motivación, en el comportamiento individual. Plantea un modelo de comportamiento movido por fuerzas tensionadas que luchan por satisfacer las necesidades humanas. El comportamiento final será, a la luz de este modelo de comportamiento, consecuencia o fruto del equilibrio de fuerzas positivas y negativas que entran en tensión. Ahora bien, estima que ese comportamiento individual no está exento de influencias contextuales, derivadas de la acción colectiva, la cohesión social y elementos del entorno.

Los trabajos de Lewin se trasladaron, tras su muerte, a un nuevo centro de investigación, el *University's Research Center* de Michigan, liderado por el psicólogo Angus Campbell y conformado por un nutrido grupo de investigadores, entre los que cabe destacar

las figuras de Warren Miller, Robert Kahn, Donald Stokes y Philip Converse. La obra más relevante de esta escuela se encuentra en *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960).

El segundo grupo de variables que influyen sobre el voto se caracterizan por ser de carácter actitudinal. Es decir, que al contrario de la posición social, que se caracteriza por su carácter estructural, independiente del elector, las variables actitudinales incluyen elementos cognitivos, de evaluación, aceptación y emotivos, internos al individuo, aunque como veremos, no sujetos necesariamente a un proceso de decisión racional.

La primera pregunta que corresponde hacerse es relativa a la definición de variables actitudinales o, como también se aludirá en este trabajo, a la conceptualización de valores políticos. Una cuestión que debe puntualizarse estriba en la coexistencia de diferentes tipos de valores políticos. Por poner algunos ejemplos que más adelante se desarrollan, se habla de valores políticos cuando se refiere a la identificación partidista, a la cercanía o simpatía por ciertos partidos o líderes. También hace referencia a la dicotomía entre izquierda y derecha; o al sentimiento de identidad nacional, que no debe confundirse con el clivaje de origen.

La siguiente cuestión será determinar por qué los valores políticos influyen en el voto. Cuando los ciudadanos se enfrentan a la realidad política que les rodea, se encuentran con grandes dosis de información que difícilmente pueden racionalizar y evaluar mediante procesos lógicos. Por ello, el cerebro cuenta con mecanismos de filtrado de la información que también posibilitan la consistencia cognitiva¹⁴. Los electores decidirían su voto, bajo esta teoría, en función de los denominados atajos cognitivos, tales como la ideología o la afinidad partidista. De esta manera, los electores no realizan sesudos análisis racionales sobre cada acontecimiento político, sino que utilizan estos marcos o atajos para reducir el tiempo y esfuerzo requeridos para sopesar las distintas alternativas y permitir una decisión racional con información imperfecta. La teoría sobre disonancia cognitiva, que recogerían los investigadores de Michigan, fue desarrollada algunos años antes por Leon Festinger (1957), cuyas investigaciones se tratan con mayor profundidad más adelante.

14 La teoría de la consistencia cognitiva parte de una concepción homeostática de la conducta, desde el prisma cognitivo. El concepto de homeostasis, acuñado por Cannon (1915), se relaciona con la búsqueda de un estado de placidez y estabilidad cognitiva, que aplicado al ámbito del comportamiento electoral se referiría a la activación de una serie de procesos conductuales que rechazarán la exposición a informaciones que puedan desestabilizar las creencias o pensamientos previamente asumidos.

Lakoff (2007: 110), por otra parte, argumenta que uno de los grandes descubrimientos de la ciencia cognitiva es el que dice que la gente funciona en términos de marcos y metáforas. Argumenta que la ciudadanía se enfrenta a la realidad con estructuras conceptuales que resumen procesos y construcciones históricas que están presentes en la sinapsis de nuestro cerebro bajo la forma de circuitos neuronales. Así por ejemplo, a un elector mediano al que se presenta un partido catalogado como “de izquierdas” le resulta más sencillo identificar a dicho partido con la igualdad o la solidaridad, que con el orden social o la libertad económica, cuestiones ambas que se presentan asociadas a partidos ubicados en la derecha ideológica.

A la luz de estos teóricos, el voto es una decisión ya determinada con antelación al proceso electoral. En este sentido, coincide con las premisas postuladas por los investigadores de la Escuela de Columbia, quienes llegaron a la conclusión, a través del estudio de panel en el condado de Erie, referenciado anteriormente, que toda la cantidad de información y propaganda recibida por los públicos a lo largo de la legislatura y muy especialmente durante la campaña electoral no tienen una gran influencia en términos de conversión, limitando su papel al refuerzo de comportamientos ya decididos. La diferencia entre la Escuela de Columbia y las aportaciones de Michigan radica en la variable que interviene en ese filtrado. Así, mientras para los primeros son variables estructurales, como la posición en la estructura social, para los segundos son las actitudes y predisposiciones políticas, adquiridas en un proceso de construcción subjetiva del individuo.

En consecuencia, los valores políticos actúan de filtro de la información. Al mismo tiempo, el resultado del filtrado actuará, también, reforzando las premisas cognitivas de partida. Se trata de un circuito cerrado que se retroalimenta. No obstante, este proceso tiene algunos problemas: fundamentalmente resulta complejo poder definir si lo que un elector piensa u opina es fruto de su autoubicación ideológica, y no al revés: que un elector se autubique ideológicamente en función de sus creencias y opiniones. El resultado de este planteamiento podría ser la consideración de que cuando un elector decide votar a un partido político, lo hace no tanto porque sus opiniones se asemejan a las del programa del partido, sino porque está ideológicamente cercano a dicho partido.

Una vez puntualizado qué son los valores políticos y cómo influyen en la decisión del voto, restaría oportuno definir el proceso de construcción de dichos valores.

Los valores políticos se afianzan en la estructura cognitiva a través de procesos de interiorización. Estos procesos se llevan a cabo cuando el individuo es expuesto a inputs, mediante los cuales estos valores penetran o se construyen en el cerebro. Los procesos de socialización son los espacios más idóneos para que el individuo reciba estos inputs. También resulta idónea la existencia de otro tipo de valores y actitudes, previas al proceso de formación política. A continuación, se detalla brevemente en qué consisten estos procesos y cómo ayudan a conformar los valores políticos.

La socialización política es el proceso mediante el cual se produce un traspaso de valores, creencias y costumbres entre individuos. Los procesos están fuertemente marcados y determinados por cada cultura. El principal agente de socialización es la familia, al ser en ella donde el individuo adquiere su contacto y experiencia primera de vida. La socialización primaria se refiere al proceso de transmisión de creencias y costumbres fruto de las relaciones familiares, la internalización de la autoridad parental, los vínculos fraternales y la solidaridad grupal familiar. Aunque existen estudios que demuestran la existencia de relación entre los valores políticos de padres e hijos, lo cierto es que se piensa que el tipo de influencia que estos reciben no es tanto directa, sino indirecta. Es decir, los padres trasladan a los hijos una serie de opiniones sobre ciertos aspectos y asuntos de la vida, algunos relacionados con la moralidad, otros con valores y otros relacionados directamente con asuntos políticos o partidistas. En España existen algunos estudios sobre la influencia de la familia en la transmisión de valores políticos que apunta en esa misma dirección. Según Antonio M. Jaime Castillo (2000), los datos muestran, sobre la similitud/diferencia ideológica entre padres e hijos, que se da un alto grado de coincidencia. Los hijos suelen compartir con sus padres una de las actitudes políticas básicas en nuestra cultura, la ubicación en la escala ideológica izquierda-derecha.

Tabla I. Correlaciones (tau-b) entre la posición ideológica propia y la de ambos progenitores*.

	1992	1993	1994	1995	1996
Padre	0,42	0,48	0,49	0,37	0,47
Madre	0,45	0,51	0,50	0,39	0,48

* Todas las correlaciones son significativas para un nivel de confianza superior al 99 por 100.

Fuente: (Castillo, 2000: 83).

No obstante, el caso español es relativamente distante de lo que ocurre en las democracias desarrolladas de nuestro entorno. Los elementos que explicarían dicha disonancia sería la peculiaridad de nuestra cultura política, caracterizada por un menor interés por la política, lo que condiciona la comunicación política en el seno de la estructura familiar. Por otro lado, la influencia de algunos clivajes, especialmente el relativo al “origen”, influyen en la configuración del sistema de partidos español, diluyendo la importancia de la dicotomía ideológica izquierda-derecha, en favor del eje de sentimiento de pertenencia nacional (centro-periferia).

En general, la corroboración empírica parece constatar que los hijos reciben en el seno de la familia, durante el proceso de socialización primaria, ciertos valores políticos en forma de inputs. Estos valores son muy imprecisos, pudiendo ser simplemente una mayor simpatía hacia un partido, o la aceptación de algunas conductas sociales u opiniones de los padres¹⁵, como propias. Los valores que se reciben durante el proceso de socialización primaria gozan de cierta estabilidad a lo largo de la vida mediante procesos de retroalimentación entre las construcciones cognitivas generadas y las actuaciones de vida: cuanto más se reafirme en sus valores, más fuertes se harán éstos en el subconsciente del individuo.

Pero la familia no es el único agente socializador. Los agentes que participan en un segundo proceso de socialización son la escuela, los grupos de iguales y los medios de comunicación. Si bien con la socialización primaria se inicia la construcción de los valores políticos en el subconsciente de los individuos, la socialización secundaria juega un papel fundamental en el refuerzo de esos valores, y también en el cambio de los mismos. A continuación se exponen unas líneas sobre los principales agentes de socialización secundaria mencionados.

Respecto a la escuela, éstas han evolucionado a lo largo de la historia en lo que se refiere a su papel como socializadores e inculcadores de opinión. El caso de España es buen ejemplo de ello, pasando de una escuela que fomentaba valores de igualdad, laicidad y progresismo durante la Segunda República, a una escuela formadora del espíritu nacional durante el franquismo, o posteriormente a una escuela, la actual, que fomenta otra clase de valores cívicos, aunque de manera menos invasiva o activa. Al contrario que otras fases

15 Por ejemplo, y siguiendo las aportaciones realizadas por Lasswell, la concepción sobre el poder, la riqueza, el respeto, el bienestar, la seguridad o la libertad.

de la historia de España, el modelo educativo actual centra su actividad en una formación cercana a la objetividad e imparcialidad política, reservando un papel privilegiado a la familia como agente de socialización política.

Los grupos de iguales, por su parte, son fundamentalmente los compañeros de trabajo, de clase, de hobby, los amigos, etc. Son todos aquellos grupos de personas que rodean a los individuos y que pueden influir sobre éstos de alguna manera: un diálogo, debates, comentarios sobre noticias o informaciones políticas, entre otros. Dado que estos grupos de iguales son muy cercanos al individuo y entran dentro de su esfera personal, el grado de credibilidad que adquieren sus inputs es mayor que aquellos que procedan del exterior, de tal manera que estos inputs tienen más posibilidades de ser aceptados, bien porque confirman, porque generan o porque modifican valores políticos.

Un tercer gran grupo de socialización secundaria es el referido a los medios de comunicación. Aunque se dedica otro apartado a la influencia de los *mass media* como generadores de agenda, de opinión y de marcos, no cabe duda de la influencia que ejercen los medios en la construcción de los valores políticos de los ciudadanos. Los medios de comunicación no sólo funcionan como transmisores de información, sino también como altavoces de opinión. Una de las principales teorías sobre los medios es la referida a la *agenda setting*¹⁶, cuya máxima afirma que los medios no pueden hacer que pienses algo en concreto, pero sí pueden hacer que pienses sobre algo en concreto. Bajo esta premisa, los medios son capaces de generar y utilizar marcos que soportan construcciones ideológicas y que, en definitiva, se relacionan con determinadas siglas partidistas.

Anteriormente se mencionaba que durante el proceso de socialización, el individuo recibe una posición y actitud hacia ciertos asuntos, en forma de inputs. Estos inputs, que no necesariamente están referidos a cuestiones políticas, son los denominados valores pre-políticos. Estos valores pre-políticos no influyen directamente en el voto, pero sí sobre los valores políticos. Los valores pre-políticos son, por ejemplo, los sentimientos de pertenencia a colectividades, la opinión sobre ciertos temas de carácter moral, como el aborto, la eutanasia, incluso cuestiones referidas a la religiosidad, etc. Estos valores refuerzan nuestra inclinación en el voto a partir de un refuerzo de los valores políticos.

16 Más adelante se volverá sobre esta teoría y sus implicaciones sobre el comportamiento electoral.

Como se ha dicho, la principal aportación de la Escuela de Michigan al estudio del comportamiento electoral reside en la consideración de una serie de mapas o guías mentales que reducen y facilitan el proceso de decisión política en unos individuos caracterizados por bajos niveles de información e interés político. El elemento de juicio o la herramienta reductora por excelencia que aporta la Escuela de Michigan para estructurar la opinión de los individuos sobre la realidad política es la identificación partidista. En el caso europeo, el papel de la identificación partidista se reserva a la ideología. En las siguientes páginas se aborda un acercamiento teórico a ambos elementos.

1.2.1. Los efectos de la identificación partidista

La identificación partidista es una de las grandes aportaciones de la Escuela de Michigan al estudio del comportamiento electoral. Consideraban que la identificación con un partido, la simpatía y cercanía con un partido era el elemento que más influencia generaba en el voto, en Estados Unidos. A esta teoría se le ha denominado modelo de Michigan. La teoría de la identificación partidista parte de la constatación de la existencia de bajos niveles de información, interés y conocimientos políticos entre los ciudadanos (Converse, 1964).

El modelo de Michigan postula que los ciudadanos norteamericanos utilizan la cercanía o identificación con un partido como principal elemento de filtrado de la información. Es decir, la identificación partidista constituye la estructura cognitiva a través de la cual se procesa toda la información política que se recibe, de manera que entra en el proceso de retroalimentación que se comentaba anteriormente. La identificación partidista se refiere, en este caso, no a una identificación absoluta con un partido, sino simplemente a una mayor cercanía con uno que con otro. El modelo de la Escuela de Michigan parte de premisas relativamente sencillas. Por un lado, someten a los entrevistados a dos preguntas: en primer lugar preguntaban si se identifican como republicanos o como demócratas; posteriormente consultaban el grado, la intensidad de esa identificación, de manera dicotómica (firmemente o débilmente).

A partir de esta teoría, los académicos de Michigan generaban una tabla de “alineamiento partidista”, entendiendo que los individuos votarían a aquel partido con el que se sentían más fuertemente identificados. En realidad, se trata de una base de causalidad muy similar a la que se empleaba con los clivajes: los ciudadanos votan al partido por el cual se sienten más identificados. Los estudios han constatado la relación empírica entre ambas

variables, en el caso americano, coincidiendo en la misma dirección: a mayor identificación partidista, mayor probabilidad de voto a ese partido. Más interesante resulta aún lo que los teóricos de esta escuela denominan el embudo de la causalidad. Argumentaban que el valor político de identificación partidista no sólo influía de manera directa sobre el voto, sino que influía también en otro tipo de cuestiones, como la valoración de los líderes y candidatos, la valoración positiva de determinadas políticas públicas relacionadas con el partido, así como la aceptación de las argumentaciones de ese partido sobre muy diversas cuestiones; influyendo todos estos aspectos, también, sobre el voto. En este sentido, la identificación partidista se constituye también como un atajo informativo, reduciendo la información necesaria para el voto (Lupia, McCubbins y Popkin, 2000).

Además, si se presume que la identificación partidista mantiene una importante estabilidad en el tiempo, los ciudadanos también mantendrán a lo largo del tiempo su voto hacia ese partido. La repetición del voto a ese partido nos lleva a la teoría del voto normal. La reiteración del voto influye en el voto a través del fortalecimiento de la propia identificación partidista, mediante mecanismos de activación y confirmación emocional. En este sentido, el voto normal resulta una variable a tener en cuenta en los estudios que tienen por objeto la proyección de voto. El voto normal sería muy similar al voto duro o electorado fiel. Ahora bien, en ocasiones un elector que realice un voto normal puede variar coyunturalmente, por cuestiones tales como las desavenencias con un candidato (debe tenerse en cuenta que en los Estados Unidos los partidos no son plataformas inalterables y altamente disciplinadas, sino que cada candidato tiene margen de maniobra). Cuando un elector que realiza voto normal lo modifica coyunturalmente se le denomina voto desviado, aunque lo usual es que no vote por otra candidatura, sino que decida no votar coyunturalmente, decida abstenerse, volviendo con mucha probabilidad a su voto normal en los próximos comicios.

El modelo de Michigan resultó muy explicativo para el caso norteamericano, para el que, por otra parte, fue creado; pero no resulta fácil extrapolarlo al caso español, ni siquiera al europeo. Las democracias europeas gozan de sistema de partidos multipartidistas que hacen difícil la extrapolación del modelo. Al tratarse el sistema de partidos americano de un sistema bipartidista, la afinidad o cercanía con un partido resulta dicotómica e incluso de suma cero, concluyendo que cuanto más cercano estés de un partido menos lo estarás de otro, y que puedes sentir mayor simpatía por uno u otro partido, pero no puedes sentir

simpatía hacia ambos. Estas premisas no se cumplen en el caso europeo. La amplia gama de oferta partidista permite al elector sentirse cercano a varios partidos. Incluso existen factores externos como el sistema electoral, la propia fragmentación del sistema de partidos o el contexto de competencia de elecciones concretas, que influyen en que los electores no voten por los partidos por los que más cercanos se sienten. En este sentido, recogiendo las palabras de Ignacio Lago “Cuanto más exigente sea un sistema electoral, más fragmentado sea un sistema de partidos, más cerrada o importante sea la competición electoral, más favorable será la estructura de oportunidad y mayor será la probabilidad de voto ampliamente extendido.” (Lago, 2005: 92). En el caso español no han sido muchos los esfuerzos de la academia por afrontar el estudio de la influencia de la identificación partidista en el comportamiento electoral. Sólo cabe citar el estudio de Pilar del Castillo (1990), que realiza la primera investigación sobre identificación partidista en España, con un análisis entre 1977 y 1989, en el que concluye que fue escaso el impacto de la variable sobre el voto; y el estudio realizado por Carmen Ortega y Juan Montabes (2011), donde abordan con una excelente metodología las relaciones entre identificación partidista y el comportamiento electoral de los andaluces en el marco de las elecciones autonómicas de 2004 y de 2008. En este trabajo, los autores llegan a la conclusión de que “aunque la mayoría de electores es capaz de ubicarse y posicionar a los principales partidos en la escala ideológica, las lealtades partidistas en Andalucía tienen un mayor impacto en las actitudes y en el comportamiento electoral que la ideología” (Ortega y Montabes, 2011: 50). Estos resultados contrapuestos pueden encontrar su explicación en los casos de estudio abordados, pues resulta razonable pensar que tras cuarenta años de dictadura en la que los partidos políticos quedaron relegados de la vida pública, y con un sistema de medios de comunicación todavía por desarrollar con el que proyectar el papel de las organizaciones políticas, éstas tuvieron un peso muy limitado en la vida de los ciudadanos y en el filtro mediante el que comprender los fenómenos políticos. El estudio sobre el caso andaluz aborda elecciones del siglo XXI, donde las organizaciones políticas ya se han consolidado en un sistema de bipartidismo imperfecto (menos fragmentado que la arena nacional) y además en una región como la andaluza, donde el Partido Socialista ha predominado en el Gobierno adquiriendo un carácter institucional que ha posibilitado que el partido haya sido vertebrador de las lealtades políticas. En el siguiente apartado se aborda la variable ideología que ha sido la adaptación a Europa de la propuesta realizada por la Escuela de Michigan.

1.2.2. *Los efectos de la ideología*

En España, al igual que ocurre en buena parte del resto de democracias europeas, el papel reservado a la identificación partidista en el ámbito norteamericano lo ha ocupado la identificación ideológica, esto es, el lugar en que los ciudadanos se sitúan en la escala o continuo izquierda-derecha. La explicación ideológica del voto es la dominante en las investigaciones empíricas sobre comportamiento electoral en España (Gunther y Montero, 1995). Ello se explica porque, a diferencia de lo que ocurre en los Estados Unidos, donde se localizan grandes niveles de afinidad de los electores con los partidos políticos, en el ámbito europeo dichas simpatías se dirigen hacia amplios espectros ideológicos. En España, como en la mayoría de democracias europeas, se produce un alineamiento de los *cleavages* tradicionales (Lipset y Rokkan, 1967), como la posición social o la religión, que refuerzan o ayudan a explicar las pertenencias de los electores a los grandes bloques ideológicos, de izquierda y derecha, ubicando a los electores en el entramado social y en el sistema de valores políticos del individuo, a partir de esa escala.

La pérdida de importancia de los *cleavages* tradicionales –que se vio reforzada en el caso español por el impasse político que supuso la dictadura franquista y su impacto en la cultura política de los españoles–, junto con el incremento de la clase media tras la Segunda Guerra Mundial –que repercutió especialmente en la pérdida de la conciencia de lucha de clases ante dos bloques polarizados–, supuso que los lineamientos políticos tuvieran su referencia en la ideología, en detrimento de los tradicionales factores de posición.

Aunque no es este el lugar para extenderse sobre el concepto de ideología¹⁷, sí resulta interesante referirse a la teoría que defiende la influencia de la ideología en el voto. La teoría denominada “modelo ideológico del voto”, no es sino la adaptación europea del modelo creado por la Escuela de Michigan (Campbell *et al.*, 1960), basada en la centralidad de la identificación partidista. El modelo de voto ideológico parte de la premisa de que todos los electores son capaces de ubicarse en una escala ideológica izquierda-derecha. Además, se presupone que los votantes también son capaces de ubicar en esa misma escala a los distintos partidos que conforman la oferta política. Finalmente, los electores votarán a aquel partido que esté de acuerdo con su posición ideológica. Esta teoría, al igual que la del modelo de la Escuela de Michigan, defiende que los electores votarán por aquel partido

17 Véase Bobbio y Matteucci (1982).

que perciban como más cercano a sus propias posiciones en la escala ideológica. Tal y como explican Torcal y Medina (2002):

El esquema definido por los términos izquierda-derecha constituye uno de los elementos más importantes que hacen posible el anclaje del voto y que contribuye a la estabilidad del mismo: se trata de un referente político respecto del cual los individuos pueden desarrollar vínculos estables y que además cumple el cometido de ayudarles a reducir los costes asociados a la tareas de informarse sobre las diferentes propuestas políticas. (p. 59)

Éste era, precisamente, el papel que Campbell y sus colegas asignaron a la identificación partidista en su modelo, la de un atajo cognitivo (*cognitive shortcut*), o esquema simplificador de la información, que les permitía reducir dichos costes para informarse, permitiéndoles simplificar al identificarse con un partido.

Si bien el modelo de Michigan funcionó como principal explicación del voto en Estados Unidos, el modelo ideológico del voto lo hizo para el caso de las democracias europeas, con dos modulaciones también presentes en el modelo estadounidense: el voto normal y el voto desviado.

La principal revisión sobre el modelo de voto ideológico fue la promovida por la escuela racional (Downs, 1957), a la que se ha denominado modelo espacial del voto y que se tratará con mayor detalle en páginas posteriores. Al contrario que los defensores de la teoría ideológica del voto, que consideraban que éste respondía a condicionantes de carácter puramente emocional al votar por afinidad; los racionalistas consideraron que los electores deciden su voto por interés y utilidad personal mediante procesos racionales. Bajo esta perspectiva, se asume que el votante tiene una ideología, que puede ubicarse en una escala, y que su voto irá dirigido para aquel partido que más cercano esté a su posición en dicha escala y que por tanto más utilidad le puede reportar. Esta revisión ayudaría a explicar, también, los movimientos que se producen en el corto plazo, tanto en la ubicación ideológica nacional de los electores, como en la ubicación que éstos confieren a los partidos políticos en dicha escala. La diferencia entre ambos modelos es la distancia y reporte de utilidad personal. Bajo la óptica del modelo de voto espacial, a los electores les reporta utilidad personal el disfrute de las políticas públicas que derivan de su ideología. Así, tenderán a votar al partido que más se acerque a su ideología (con el que menos distancia exista), a

fin de que implemente las políticas públicas que a su entender más beneficio le reportan. Lo cierto es que esta revisión elimina un error del que parte el modelo ideológico del voto: que la ideología de los ciudadanos es estática. Esta revisión incluye cierto dinamismo, y la realidad, sobre todo desde la llegada de los *catch-all parties* o partidos “atrapalotodo” (Kirchheimer, 1966), es que éstos se mueven en la escala en función de intereses electorales. En definitiva, se trata de un modelo más completo que el anterior.

No obstante lo anterior, tanto el modelo de voto ideológico tradicional, como la revisión que incorpora la escuela racional, a través del voto espacial, presentan importantes problemas para la explicación de los cambios de voto que se producen en el corto plazo, y que tienen que ver con una pluralidad de factores contextuales que se explican en el siguiente apartado, referente a la crisis de los valores políticos. Aun así, buena parte de la investigación empírica actual constata que la ideología continúa siendo el factor que más capacidad explicativa tiene en el comportamiento electoral de los españoles (Torcal y Medina, 2007; Torcal, 2011)¹⁸.

1.2.3 La crisis de los valores políticos

Si bien es cierto que durante la década de los setenta las variables actitudinales son las que más influencia parecían tener en el voto, también es cierto que esta capacidad explicativa ha ido disminuyendo progresivamente en las últimas décadas. Como se indicaba anteriormente, tanto la afinidad partidista como el modelo ideológico del voto, parten de explicaciones que, de ser del todo exactas, derivarían en una estabilidad electoral muy importante, y esto no ha resultado ser así. La investigación empírica ha constatado las continuas fluctuaciones que se producen en el comportamiento electoral en el corto plazo, así como la relevante volatilidad interpartidista, lo cual induce a pensar que algo falla en la capacidad explicativa de estos modelos.

La realidad, constatada por numerosas investigaciones, nos muestra que los valores políticos se han erosionado en las últimas décadas. Algunas de las causas del debilitamiento de estas variables se podrían resumir en la progresiva pérdida de la influencia de la posi-

18 El contenido de este apartado es un extracto en buena medida literal del desarrollo teórico sobre ideología construido por el autor de la presente investigación, con la colaboración de la Dra. Moreno, para la obra titulada “La influencia de la ideología en las campañas electorales. El caso de España” (Moreno y Mora, 2015).

ción social, como variable influyente en los valores políticos, produciéndose una pérdida de influencia derivada. Asimismo, la propia evolución de los partidos políticos a organizaciones, donde el peso ideológico y programático disminuye, también refuerza su debilitamiento. Como apuntaba Kirchheimer “El moderno partido catch-all busca recabar apoyos en todos los sectores del electorado. Los programas electorales adquieren un tono deliberadamente ambiguo, desdibujándose así las fronteras entre las diferentes ofertas políticas” (Rico, 2009: 19). También pierde importancia la afiliación, con la subsiguiente pérdida de las funciones sociales de los partidos políticos, que acaban transfiriéndose al Estado del bienestar, etc. Por otro lado, el incremento de la educación, como se mencionaba al hablar del debilitamiento de las teorías de clivajes, supone una ampliación de la formación y capacidad analítica de los electores, posibilitando, como se argumentaba, la realización de análisis más racionales de los sucesos de la actualidad. También desempeña un papel destacable en dicho debilitamiento el surgimiento de otra serie de valores o pseudo-ideologías, derivados del post-materialismo, que apartan en cierto modo los valores tradicionales. Fruto de lo anterior, también se produce una modificación del sistema de partidos, con la proliferación de partidos temáticos tendentes a la representación de los nuevos valores, como partidos ecologistas, pro-vida, anti maltrato animal, entre otros. También, y en buena medida derivado de la pérdida de arraigo de los valores tradicionales y también de la progresiva pérdida del papel social de los partidos políticos, se produce un incremento de la desafección política¹⁹ de la ciudadanía, disminuyendo así la afinidad partidista, la simpatía partidista, la fuerza de la ideología, etc. Finalmente, el elemento que en mayor medida influye en esta erosión de los valores políticos es el incremento de la capacidad explicativa de los factores coyunturales en el voto. A pesar de todo, como apunta Bartels “el verdadero alcance de estos fenómenos sigue siendo objeto de debate” (Rico, 2009: 15).

1.3 Modelo racional

La pérdida de capacidad explicativa de los valores políticos condiciona el surgimiento de nuevas teorías explicativas del comportamiento electoral, dando origen a una nueva escuela que aborda el comportamiento electoral desde una perspectiva racionalista. Este

19 La desafección política “hace referencia a la condición principalmente emocional y pasional, de ausencia de sensación de pertenencia al grupo, sentirse a disgusto en la comunidad política, falta de representación, privación de recursos políticos, falta de confianza, etc.” (Campillo, 2015).

nuevo marco teórico trata de superar algunos problemas interpretativos presentados con anterioridad. El modelo racional, cuyo máximo exponente es Downs (1957), plantea un escenario en el que el votante es un actor racional cuyo accionar está condicionado por un análisis estratégico de coste y beneficio.

Esta forma de entender el comportamiento político desde una perspectiva económica no sólo afecta a la demanda/votante, sino que también condiciona el lado de la oferta/partidos. De manera resumida, Schumpeter revoluciona con su obra más destacada, *Capitalism, Socialism and Democracy*, el modo en el que se concebía la democracia. Así, el autor argumenta la existencia de motivaciones privadas en la pugna por alcanzar el poder político. De esta forma, el objetivo de alcanzar el poder para empoderar al pueblo, del que parte la teoría democrática clásica, se sustituye por un modelo en el que estructuras partidistas y candidatos compiten para aglutinar el mayor apoyo electoral y alcanzar así el poder. Schumpeter está planteando una idea básica, la de competencia electoral y política.

Pocos años después, en 1957, Downs recoge en su obra, *An Economic Theory of Democracy*, esta idea de competencia presentada por Schumpeter. Esta nueva forma de entender los juegos de poder y el comportamiento individual supera el inmovilismo estructural del modelo sociológico y del modelo psicológico, donde el individuo presenta una actitud pasiva cuyo comportamiento responde más a un proceso mecánico que a un proceso evaluativo y analítico como el que aquí se presenta. Downs visualiza un elector con capacidad de raciocinio y discernimiento sobre las distintas alternativas políticas en competencia, evaluando las propuestas programáticas y demás proyectos políticos, en función de la utilidad que individualmente pudieran reportarle. Lo importante no es tanto el resultado sino el procedimiento en sí mismo, que posibilita un escenario poco previsible y altamente condicionado a coyunturas políticas y, como veremos más adelante, a coyunturas económicas.

Se identifican dos variantes del enfoque racional. Por un lado los modelos espaciales del voto y, en segundo lugar, el voto económico –*economic voting* o *pocket book voting*.

El modelo espacial del voto se sustenta sobre el teorema del votante medio de Downs –*spatial theory of voting*– (Rikker y Ordeshook, 1973; Budge, 1982) y analiza la distancia entre el elector y los partidos políticos en torno a los ejes que articulan la competencia partidista. Recogiendo el espíritu del cálculo racional, el elector votará a aquel partido que más cercano esté a su posición. Igualmente, desde la óptica de la oferta, será el partido que

más cercano esté del votante mediano el que gane la elección. Sobre este asunto se han desarrollado numerosos estudios que miden la distancia respecto al continuum izquierda y derecha (véase por ejemplo a Norris, 2004). En cuanto a las teorías sobre voto económico, se verán más adelante de forma desarrollada, aunque es de interés adelantar que se sustentan sobre la influencia de las variables económicas en la popularidad de los Gobiernos y, en definitiva, en el voto.

Ahora bien, la teoría de la elección racional no está libre de críticas²⁰. La consideración económica del voto parte de una serie de axiomas que chocan con la realidad²¹. En primer lugar, la mera consideración del votante racional asume el acto de votar como un ejercicio racional. No obstante, ni al propio Anthony Downs se le escapa que desde un simple cálculo de costes y beneficios el valor instrumental del voto es prácticamente nulo. Dicho de otra manera, el coste marginal de ir a votar es superior al beneficio marginal que reporta un voto²². El principal coste de votar lo constituye el tiempo: “tiempo para inscribirse en el censo electoral, tiempo para averiguar qué partidos concurren, tiempo para deliberar, tiempo para acudir a las urnas y tiempo para rellenar la papeleta del voto” (Downs, 1957). Los esfuerzos académicos para superar los retos que plantea esta paradoja han sido múltiples, entre los que destacan los beneficios cívicos y personales de votar²³. Fiorina (1997) se refiere en este sentido a que “muchos ciudadanos obtienen satisfacción de esta autoexpresión, de la misma forma que disfrutan animando al equipo de casa”. Otros autores se han referido a la necesidad de incorporar al cálculo racional la pertenencia a sub-electorados (Schwart, 1987). No obstante, las teorías más extendidas se centran en la racionalidad limitada o de baja información (Popkin, 1991).

20 Una de las críticas más notables es la de Stokes (1963).

21 Santa (2014) realiza un detallado recorrido por los principales postulados teóricos del racionalismo electoral, incorporando dos estudios de caso, holandés y español, que corroboran la validez teórica del modelo.

22 Green y Shapiro (1994) también critican el modelo racional, al ser muchos más los electores que votan que los que se abstienen. Critican el sustento empírico y su capacidad predictiva.

23 En este sentido, Rikker y Ordeshook (1968) revisan en la obra *A Theory of the calculus of voting*, el modelo de Downs, incorporando a la ecuación el concepto de “deber” como elemento que suma al beneficio de votar. Cuestión la del deber “cívico” que posteriormente sería reforzada por los preceptos psicologistas junto con otros elementos, como la lealtad partidista o el reconocimiento social.

El segundo de los axiomas superados por la realidad que se enumeran aquí, se refiere al necesario manejo informativo que el votante debe disponer para el ejercicio del voto. Ahora bien, dado que el coste de informarse es superior al de votar con absoluta información, partiendo de un simple análisis se puede concluir que informarse plenamente no es racional. Downs (1957) identifica tres tipos de costes que implica estar informado:

1. Los *costes adquiridos* son los costes de reunir, seleccionar, y transmitir los datos.
2. Los *costes del análisis* son los costes del compromiso de un análisis objetivo de los datos.
3. Los *costes evaluativos* son los costes de relacionar el análisis objetivo o de los datos a metas específicas, es decir, de evaluarlo.

La necesidad de incorporar la información al cálculo racional desarrolla en este tipo de votante estrategias de atajo informativo, que permiten tomar decisiones políticas sin necesidad de poseer un absoluto conocimiento de los acontecimientos políticos. De esta manera, se produce la convergencia de enfoques a la que se aludía en las primeras páginas del capítulo: el uso de la heurística o atajos cognitivos. Entre estos atajos estarían los propuestos por las aproximaciones psicosociales como la adscripción partidista o la ideología, o incluso los derivados de la adscripción de clase u otros clivajes.

Antes de profundizar en las teorías que sustentan el voto económico, como variante del enfoque racional, resulta conveniente prestar atención al elemento en el que finalizan las distintas corrientes de pensamiento sobre el objeto de estudio en cuestión: las elecciones.

La teoría de la democracia pone el énfasis en la importancia de las elecciones, como pieza angular del sistema democrático. El acuerdo sobre la importancia de las elecciones libres, competitivas, justas y periódicas es irrefutable, también en la academia. Se podría resumir que las elecciones son la herramienta a través de la cual los electores expresan sus intereses, votando a una oferta política para que implemente un proyecto político determinado. Además, derivado del carácter periódico de las elecciones, los electores también pueden mediante procesos de *accountability*, limitar y controlar el accionar del Gobierno, si éste desea ser reelecto, tal y como apuntaba Downs en 1957 (Downs, 1973).

Además de las funciones de selección y rendición de cuentas, las elecciones también cumplen otra serie de funciones, como dar legitimidad al sistema y proporcionar informa-

ción política y relación entre ciudadanos y políticos, mediante el proceso electoral. Resulta clave desde el punto de vista del comportamiento electoral la función de representación para entender la influencia de las elecciones en el modo de actuar de los gobernantes electos, y también la manera en que los ciudadanos deciden su voto. Debe recordarse, a tenor de lo anterior, que un Gobierno representativo es aquel cuyas acciones están orientadas a defender el interés general, tratando de preservar el interés de la mayoría, en el caso de que se produzca un conflicto de intereses (aunque suponga ir en contra de ciertas minorías) (Pitkin, 1967).

Según la teoría democrática liberal, el sistema democrático, basado en elecciones justas y periódicas, incentiva a los políticos a actuar de manera representativa. Pero ni siempre un Gobierno tiene capacidad de cumplir con sus promesas, ni la información es absoluta para electores y políticos, ni el escenario electoral es el mismo que el del Gobierno, ni basta con hacerlo bien, también hay que comunicarlo. “Por tanto, para que un gobierno sea re-elegido no basta con que sus acciones satisfagan de la manera más eficiente el interés general, sino que también necesita que dichas acciones sean relativamente populares entre la ciudadanía” (Fraile, 2005: 7). Existen, por tanto, dos maneras de entender que las elecciones pueden incentivar el comportamiento representativo: por mandato y por cumplimiento.

Se desarrollan a continuación las teorías que sustentan ambas formas de inducir la representatividad: la teoría del mandato y la teoría del control.

A) Teoría del mandato

Según esta teoría, mediante procesos racionales, los electores optan por la oferta política que más se acerca a sus intereses, confiando en que el partido electo como Gobierno cumpla las promesas adquiridas durante la campaña electoral. Para esta teoría, el proceso de elección tiene un carácter prospectivo, en tanto que el elector vota pensando en el futuro, en las promesas adquiridas por el partido político. Pero ¿por qué debería el partido electo cumplir con esas promesas? La respuesta nos la da Downs (1973), al considerar que al igual que los ciudadanos se mueven por las propuestas que le son más favorables y por los políticos más creíbles, los candidatos y los partidos se mueven por conseguir el mayor número de votos para lograr ganar las elecciones. En realidad, el objetivo principal de los partidos políticos es ganar las elecciones, más incluso que procurar implementar proyectos o conseguir el interés general, tal y como se deriva de la siguientes citas, en la que se expone

la hipótesis fundamental del modelo de Downs (1973): “los partidos formulan políticas que les permitan ganar las elecciones en lugar de ganar las elecciones con el fin de formular políticas” (Ibíd., p. 31); “no distorsionamos los motivos de los miembros del partido al decir que su objetivo primario consiste en ser elegidos” (Ibíd., p. 33); “De ahí que todas sus acciones [referido a los partidos] se dirijan a maximizar el número de votos en su favor” (Ibíd., p. 37). En ese sentido, los partidos cumplirán, en la mayor medida posible, con los compromisos electorales adquiridos.

Ahora bien, apunta Przeworski (1998: 10-11) que para que las elecciones funcionen como indica la teoría del mandato deben cumplirse, al menos, tres requisitos:

1. Coincidencia entre los intereses de los partidos y de los electores. “Ciudadanos y gobernantes tienen idénticos intereses si los gobernantes quieren, en su propio interés, producir los resultados más deseados por los ciudadanos”.
2. “Los políticos quieren ser electos y reelectos. Si los políticos que buscan ser electos conocen las preferencias de los votantes decisivos, ellos ofrecen una plataforma coincidente con esas preferencias. Si suponen que las preferencias de los votantes no cambiarán o que se confirmarán a partir de la apreciación de los resultados de la implementación del mandato, entonces los mandatarios aplicarán las políticas anunciadas, en procura de ser reelectos. Y si los electores saben qué es bueno para ellos, los resultados serán, en su opinión, los mejores”.
3. “Las preferencias postelectorales de los políticos coincidan con las preferencias preelectorales de los ciudadanos” (Fraile, 2005: 10).

B) Teoría del control

En este segundo caso, Key (1966) desarrolla la teoría del voto económico desde la denominada teoría del control. Esta teoría, a diferencia de la teoría del mandato, sostiene que

Los electores hacen responsable a la organización partidista en el gobierno de los resultados de su gestión, decidiendo a posteriori si le apoyan o no en función precisamente de cómo hayan valorado dicha gestión y, en definitiva, convirtiendo las elecciones en una suerte de referéndum sobre los resultados de la actuación del partido gobernante. (Ruiz, 2007: 21)

Estaríamos hablando, en definitiva, de un voto retrospectivo por resultados. Es decir, los ciudadanos no miran el futuro, sino el pasado. Tratan de evaluar y discernir si el partido oficialista les permitió una situación de bienestar o no.

Ante este planteamiento caben, al menos, dos preguntas: 1) ¿Cómo se garantiza la representación en esta ocasión?; y 2) ¿Cómo sabe el ciudadano si la legislatura ha sido positiva o negativa? Respecto a la primera pregunta, Marta Fraile argumenta que el partido en el Gobierno, por el interés de ser reelegido –como ya vimos que exponía Downs (1973)– desarrolla su programa sin perder de vista el juicio posterior al que será sometido en las elecciones siguientes. Así, nos dice citando a Key (1966) y Mayhew (1974) que “el miedo a que los electores les retiren su apoyo en el futuro incentiva a los gobernantes a comportarse defendiendo los intereses de la ciudadanía de la mejor forma posible” (Fraile, 2005: 12). En relación a la segunda cuestión, a cómo saben los ciudadanos discernir sobre el balance de la legislatura, resulta obvio que el proceso de análisis retrospectivo parte de una subjetividad intrínseca. Los ciudadanos no poseen toda la información sobre el accionar político y, como ya vimos en apartados anteriores, no realizan sesudos análisis, sino que se limitan a impresiones generales y vivencias personales. En este sentido, sería razonable pensar que el proceso de análisis está compuesto por dos inputs, fundamentalmente: un elemento sociotrópico (la impresión del estado general, proyectada primordialmente a través de los medios de comunicación de masas) y, aunque en menor medida, un elemento egotrópico (la impresión de la situación personal y familiar)²⁴.

Una manera de medir, que no la única, si los electores verdaderamente realizan estos procesos de evaluación que antes se mencionaban, consiste en centrarnos en una política en concreto. En realidad, hay dos políticas que determinan de manera más directa el bienestar de un ciudadano: la política social y la política económica. Sin embargo, la segunda es más fácil de medir, porque existen marcos generalmente aceptados. Más concretamente:

Existe un consenso relativo respecto a la existencia de un conjunto de resultados económicos que cualquier país y cualquier gobierno [...] aspira a conseguir: altas tasas de crecimiento, bajas tasas de paro, bajas tasas de inflación, aumento de poder adquisitivo de los ciudadanos. (Fraile y Lewis-Beck, 2014: 129)

24 Los análisis egotrópico y sociotrópico serán analizados con mayor profundidad más adelante.

Además, mientras la política social es más difusa, por las competencias transferidas y por el compendio de políticas que incluye; la política económica persigue conseguir objetivos muy concretos, como acabamos de ver.

2. El voto económico: estado de la cuestión

Buena parte de los esfuerzos dedicados en la academia para explicar el comportamiento electoral se han centrado en las teorías del voto económico. El voto económico surge en el marco del revisionismo de las teorías de elección racional. De manera reiterada se ha hecho alusión en páginas anteriores a las lógicas de poder que plantea Downs, donde los partidos políticos pelean por ganar las elecciones con objetivo finalista y no como condición necesaria para la implementación de un proyecto. Sea bajo la teoría del mandato o bajo la teoría del control, en ambos casos el elemento evaluativo de la gestión o de la promesa se incorpora al modelo de voto.

El interés reside, por tanto, en estudiar la temática, la política pública principal sobre la que el elector realiza el análisis para saber qué partido velará mejor por su interés personal, familiar y por el interés general de la nación. Esa política pública o área temática es la económica. ¿Por qué? Cuando pensamos en los procesos de comunicación política emprendidos por los partidos políticos, especialmente durante un proceso electoral, nos viene a la cabeza la discusión en torno a campañas de *issues*, como la (des)penalización del aborto, la política migratoria, la política educativa o la política sanitaria, pero sobre todo nos viene a la mente los debates sobre el estatuto de los trabajadores, la reforma laboral, el salario mínimo interprofesional o la política fiscal. Aunque ambos grupos de políticas influyen sobre el bienestar de la sociedad, parece más difuso el acuerdo sobre qué es lo mejor en lo que respecta a la educación o sobre el aborto, donde además se observan diferentes opiniones en función de la moral o ideología de los distintos grupos sociales. Sin embargo, sí parece existir acuerdo social en torno a cuándo un país o región es próspera económicamente. Se parte de la premisa de que hay objetivos económicos que cualquier partido político y cualquier ciudadano quieren conseguir: bajas tasas de desempleo, aumento del poder adquisitivo, baja inflación, crecimiento económico, etc.

En comparación con otras políticas públicas, la política económica suele tener mayor *saliencia*²⁵, esto es, suele estar siempre presente en la agenda de los medios de comunicación y a menudo afecta a la vida de los ciudadanos con independencia de su edad, género, nivel educativo o económico. (Balcells-Ventura, 2003: 2)

En este proceso de racionalidad, el voto económico se sustenta en dos axiomas: por un lado, bajo la propuesta de Downs sobre la teoría del mandato, los partidos presentarán proyectos que generen expectativas sobre la prosperidad económica del país, tratando de conseguir el mayor número de votos posible; por otro lado, Key defenderá, bajo la teoría del cumplimiento, que los ciudadanos son capaces de evaluar la gestión económica que ha realizado un Gobierno. Para ello, parten de la premisa de que los grandes indicadores macroeconómicos son fruto de las políticas económicas emprendidas desde el Gobierno.

Sobre la base de lo planteado con anterioridad, se llega a la hipótesis de la responsabilidad, capital en el estudio del voto económico. Esta hipótesis mantiene que los ciudadanos responsabilizan al Gobierno de la situación económica en la que se encuentra el país. Así, premiarán al Gobierno si la situación económica del país es buena, o castigarán al Gobierno si la situación económica es mala, retirándole su apoyo al partido oficialista. Bajo este prisma, el proceso electoral es entendido como una suerte de examen al partido en el Gobierno (Key, 1966; Nannestad y Paldam, 1994).

A pesar de ser ésta, junto con los escritos de Downs y Schumpeter, la base de las teorías sobre voto económico, se tendría que esperar hasta la década de los setenta para que la academia prestara una mayor atención a estos fenómenos. Los trabajos seminales de estas teorías, elaborados por Mueller (1970), Goodhart y Bhansali (1970), y Kramer (1971) abrirían el inicio de una producción exponencial de obras dedicadas a esta ya consolidada rama del análisis del comportamiento electoral.

Antes de continuar resulta apropiado hacer referencia a una distinción metodológica, importante también desde la perspectiva teórica, y que consiste en la diferenciación entre funciones de popularidad y funciones de voto. La diferencia estriba en el indicador utilizado para medir la popularidad del ejecutivo. Así, las funciones de voto utilizan el voto al partido en el Gobierno, derivado del resultado electoral como variable dependiente; mien-

25 El término *saliencia* procede del inglés *saliency*, y hace referencia a la notabilidad o visibilidad que adquiere un tema respecto a otros.

tras que las funciones de popularidad utilizan la valoración que los ciudadanos hacen de la gestión del Gobierno, derivado de estudios de opinión pública. Obviamente, el indicador que mejor expresa la popularidad de un Gobierno es si finalmente recibe o no el apoyo del electorado mayoritario, el voto. Sin embargo, también es cierto que las funciones de popularidad permiten un análisis regular con espacios de tiempo más consecutivos. Al fin y al cabo, las elecciones se producen como mínimo cada cuatro años, salvo que se fuerce un adelantamiento, tal y como ocurrió en España en la legislatura 2008-2011.

También es importante señalar que en el grosor de estudios se utilizan funciones de popularidad, lo que permite una mayor comparabilidad del modelo. En este trabajo se ha decidido apostar por las funciones de popularidad precisamente por la capacidad de comparación con otros modelos de los que deriva investigación empírica contrastable, pero además porque permite la correlación de variables con datos de un mismo momento temporal, lo que reduce sesgos. No obstante, y aunque se expondrá en el corpus metodológico, uno de los mayores inconvenientes es que el número de casos se reduce en las funciones de popularidad, pues no todos los ciudadanos tienen decidido su voto en el momento de las encuestas, ni siquiera todos las responden. En definitiva, el número de casos disminuye drásticamente, lo que influye en la significación de los resultados y la capacidad de inferencia.

Retomando la evolución teórica del voto económico, durante los años setenta y partiendo de las conclusiones de los trabajos clásicos ya mencionados, tuvo lugar un auge de los estudios sobre comportamiento electoral desde esta perspectiva. Estos trabajos profundizaron especialmente en el desarrollo metodológico, superando el clásico análisis de correlación entre percepciones e indicadores económicos, que aplicaron a una buena cantidad de casos. Sin embargo sería durante las dos décadas siguientes, los ochenta y noventa, donde tuvo lugar el grosor de estudios sobre voto económico. Es también, por tanto, durante estas dos décadas, donde más divergencias existen a la hora de definir cuáles son los aspectos que más influyen a la hora de decidir el voto y cómo deben operacionalizarse en una función matemática. En este sentido, a continuación se presentan los principales interrogantes suscitados en la academia, acerca de la preponderancia de unas variables u otras en los modelos de popularidad.

2.1. ¿Análisis retrospectivo o prospectiva?

Voto prospectivo o por expectativas. Se entiende por expectativas económicas optimistas la percepción de que el escenario futuro será mejor que el actual en cuanto al estado de la economía. Por el contrario, se entiende por expectativas económicas desfavorables o pesimistas la percepción de que el escenario económico futuro será peor que el actual.

Bajo la hipótesis prospectiva, que deriva de la teoría del mandato, cabría esperar que un elector con expectativas económicas optimistas acabe votando por el partido en el Gobierno. ¿Por qué? No parece razonable desde una visión racional dejar de votar a un partido que esté posibilitando un escenario próspero en términos económicos. Del mismo modo, resultaría extraño bajo esta premisa que un elector con expectativas económicas pesimistas vote por el partido oficialista. No obstante, no resulta pertinente desligar la evaluación futura en función del contexto económico en el que se desarrolle dicha evaluación. Por ejemplo, en una situación de bonanza económica como la que se produjo en España en el año 2000, que un elector considerase que la economía seguirá igual en el futuro es un elemento positivo y la probabilidad de votar al partido en el Gobierno sería alta. Del mismo modo, un elector que considerase que la economía seguirá igual en el futuro, en un contexto de depresión o crisis económica, como la que se presenta en las elecciones de 2011 en España, resulta negativo para el partido en el Gobierno, lo que reduciría las probabilidades de votarle.

Una crítica hacia esta variable se refiere a si la percepción de un futuro próspero en términos económicos supondría una condición suficiente para votar al partido en el Gobierno. Dicho de otro modo, cabría preguntarse si un elector optimista sobre el futuro de la economía podría votar a un partido distinto al del partido del Gobierno. Más aún ¿podría un elector pesimista sobre el futuro de la economía votar al partido en el Gobierno? Surge aquí el interrogante de si la evaluación puede derivar de una racionalización del voto. Es decir, si la evaluación responde a la heurística, al impulso por evitar disonancias cognitivas, o si realmente se trata de una evaluación objetiva. Estos problemas, difícilmente controlables empíricamente, advierten de la necesidad de incluir en los modelos otras variables, como la hipotética gestión de la economía por parte de la oposición, o la evaluación de diferentes políticas públicas.

La relación de las expectativas económicas con el voto ha sido contrastada empíricamente de forma reiterada, por lo que la inclusión en nuestros modelos está justificada. Además, también se observan²⁶ diferencias entre las expectativas sobre el futuro de la economía en general y las expectativas personales, si bien estas variables pueden generar problemas de multicolinealidad cuando se calculan sobre un mismo modelo estadístico, pues resulta razonable pensar que ambas variables presenten un alto grado de correlación bivariada.

Voto retrospectivo. El voto retrospectivo se fundamenta en la teoría del control y parte de la hipótesis de que los electores evalúan la utilidad reportada por el partido en el Gobierno durante su gestión. Es decir, analizan si el Gobierno ha cumplido con las expectativas depositadas en su gestión, pues para el elector resulta sencillo responder al interrogante en torno a cómo le ha ido con el Gobierno reciente. Bajo esta lógica, el elector premiará al Gobierno con su voto si considera que las cosas le han ido bien, mientras que lo castigará si considera que su situación ha empeorado. Ahora bien, asumir estas hipótesis también entraña riesgos teóricos y en el capítulo metodológico también se mencionan algunos problemas de medición. Riesgos porque al igual que ocurría con la hipótesis del voto prospectivo, tampoco se puede asumir con rotundidad que la heurística no esté condicionando la respuesta. Igualmente, tampoco puede asumirse como cierto que el elector asocie directamente la responsabilidad de la prosperidad económica al Gobierno, como se explica más adelante. Partiendo del punto anterior, tampoco parece razonable pensar que el individuo asocie su situación personal a la gestión del Gobierno. Por el contrario, sí le resultaría más fácil evaluar la situación global del municipio, región o nación, lo que nos lleva a plantearnos el interrogante de si el elector realiza un voto más egotrópico o sociotrópico, como se explica más adelante.

La mayor parte de la corroboración empírica respalda la idea de que el análisis retrospectivo sobre la situación económica influye en mayor medida sobre el voto, que la evaluación prospectiva (Fiorina, 1978, 1981; Nannestad y Paldam, 1993; Lewis-Beck, 1988; Key, 1958, 1966). Dicho de otra forma: el elector incorpora en mayor medida el elemento evaluativo en el proceso racional de selección electoral, que el elemento de previsión futura.

26 Más adelante se incorporará evidencia para el caso español de esta relación.

Key (1966) señalaba que el elector es un:

Evaluador de acontecimientos, resultados y acciones del pasado. Juzga retrospectivamente; anticipa el futuro sólo en la medida en que así expresa su aprobación o desaprobación de lo que ha ocurrido antes. Los votantes pueden rechazar lo que han conocido. Pero no es probable que se sientan atraídos en gran medida por las promesas sobre lo nuevo o lo desconocido.

En el caso español resulta habitual encontrar ambas variables, la evaluación prospectiva y la retrospectiva, en los modelos aplicados. Así por ejemplo, Bosch y Riba exponen que “por cada punto de mejora de las expectativas sobre el estado general de la economía para el país para el próximo año, la popularidad del Gobierno creció en un sexto de punto” (Bosch, Díaz y Riba, 1999: 182). También Fraile (2002) contrasta la influencia de las expectativas económicas en el voto para el caso español. En definitiva, a pesar de que los estudios más clásicos sostienen la idea de que el análisis retrospectivo tiene una mayor influencia en el voto, en este trabajo, y derivado de la evidencia empírica para el caso español, se estima que ambas variables pueden desempeñar un papel significativo en el caso de estudio, por lo que resulta pertinente incluir ambos elementos y discernir posteriormente sobre el peso individual de cada variable.

2.2. ¿Votante sociotrópico o egotrópico?

Con pocas dudas, la presente es una de las cuestiones que mayor debate ha suscitado en los estudios sobre voto económico. Asumir la hipótesis de la responsabilidad implica asumir que los electores proceden a realizar un análisis del contexto económico. La pregunta estriba entonces en definir cuál es el marco en el que el elector desarrolla el proceso analítico a partir del cual concluye si la situación económica es buena o mala, mejor o peor. Esta cuestión liga con el debate previamente expuesto, pues lo que subyace es el recurso a referentes externos en los que fija el proceso evaluativo de la situación económica. Los referentes pueden derivar en dos modelos explicativos distintos del proceso de evaluación contextual.

Puede hablarse de un **modelo egotrópico o egocéntrico**, si se estima que el elector pone el foco en su contexto económico personal a la hora de definir la situación económica como positiva o negativa. En este supuesto, el elector analizaría no sólo el estado de sus

finanzas personales, sino también el estado económico de su unidad familiar, o el contexto económico que rodea a su grupo de amigos, vecindario, conocidos, compañeros de trabajo, etc. Contrariamente, se hará referencia al **modelo sociotrópico** cuando el elector centre el análisis en el contexto económico general, derivado de las grandes cifras macroeconómicas o en el clima de opinión²⁷ que se haya articulado al respecto.

Los trabajos de Kinder y Kiewiet rompen en 1979 con la asunción generalizada de la explicación egotrópica del voto, aportando evidencia empírica y sostén teórico del modelo sociotrópico (Kiewiet, 2000). Desde ese momento, el acuerdo en la academia ha sido prácticamente unánime en torno al modelo sociotrópico²⁸.

Del mismo modo, resulta conveniente matizar las diferencias que puedan localizarse a la hora de aplicar el modelo en países distintos, encontrando su explicación en un componente meramente cultural, asociado a los niveles de responsabilidad sobre la situación económica personal que recaen sobre el partido en el Gobierno. En este sentido, cuanto mayor sea la responsabilidad que se deposita en el Gobierno sobre el contexto económico personal, la explicación del voto responderá en mayor medida al modelo egotrópico.

En el caso español, los trabajos analizados ponen el foco en el modelo sociotrópico. Lo habitual es hacer referencia al contexto general, sin incluir valoraciones sobre el contexto personal. Suelen utilizar variables de tipo general, sin entrar en situaciones personales. Así es el caso, por ejemplo, de los estudios ya referenciados de Marta Fraile o Maravall y Przeworski.

Vista la preponderancia de la hipótesis sociotrópica sobre la egotrópica, surge la duda de cómo el elector se conforma esa opinión sobre la realidad económica general del país. De manera reiterada se ha hecho alusión a la existencia de una serie de indicadores generales sobre la economía, que informan al ciudadano del estado de la economía en el país. Sin embargo, no parece razonable pensar que el elector mediano sea lo suficientemente ducho en materia económica como para estar al tanto de estos resultados económicos, o

27 Término acuñado por Elisabeth Noëlle Neumann (1974) en la misma obra en la que desarrolla la teoría de la espiral del silencio. Con clima de opinión se alude a las corrientes mayoritarias en relación a un tema.

28 Existen diversos procedimientos para eliminar la duda sobre si lo que más afecta es la situación personal o general. Una fórmula simple puede ser medir ambas variables y comprobar cuál tiene mayor significación estadística respecto a la variable dependiente, generalmente voto al Gobierno.

simplemente comprenderlos de forma comparada a otras coyunturas económicas. Aquí jugarán un papel transcendental los medios de comunicación, como canalizadores de la información política y también económica, que será notable en la evaluación económica que transmitan. Es importante recordar que se trata de percepciones, no de realidades, y los juegos del lenguaje y el uso de marcos cognitivos por parte de los medios desempeñarán una alta importancia. En este trabajo no se pretende realizar un riguroso análisis de la información transmitida por los distintos medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita, prensa online, redes sociales, etc.), pero sí tratar de dilucidar si existe relación entre el nivel de seguimiento informativo y el voto, y acercarse a conocer, por un lado, las relaciones existentes entre el seguimiento de la información económica y la traslación a la opinión pública, así como aventurar cómo el tratamiento informativo de las noticias económicas puede afectar al clima al que se enfrenta el ciudadano en el proceso de decisión de su voto²⁹.

Resulta pertinente hacer referencia a Wladimir G. Gramacho, en relación a los niveles de información de los ciudadanos. El autor nos recuerda en su trabajo, *Partidos políticos versus Voto económico: un primer análisis comparado*, en el que analiza la hipótesis de Maravall y Przeworski (2001), que como señalaba Popkin (1991):

Estudios sobre la formación de la opinión pública han sugerido que los individuos usan mecanismos racionales con bajos niveles informativos para comprender su entorno y manifestar percepciones y preferencias políticas [...] la heurística proporciona a los individuos atajos informativos que les permite reducir el valor de esa inversión y mantener unos niveles razonables de comprensión sobre la política. (Gramacho, 2006: 4-5)

2.3. ¿Es responsable el Gobierno de la situación económica?

La hipótesis primigenia del voto económico se sustenta en la responsabilidad sobre la situación económica que los electores atribuyen al Gobierno. Si esta premisa no se cumple difícilmente se puede conferir fiabilidad teórica al modelo. Si bien parece complicado que pueda darse un escenario de absoluta exoneración de responsabilidad al Gobierno sobre el contexto económico, sí resulta razonable pensar que puedan darse casos en los que dicha atribución resulte compartida o diluida por las características contextuales. Este carácter

29 Ambos elementos constituyen dos objetivos de esta investigación. En el capítulo metodológico se detallará la técnica de investigación y análisis empleada para la consecución de dichos objetivos.

difuso de la atribución de responsabilidad tendrá como consecuencia una mayor dificultad del ciudadano para evaluar la gestión económica del partido oficialista (Hall, 1986).

En este sentido, se pueden definir, al menos, cuatro escenarios en los que el proceso de atribución de responsabilidad sobre la situación económica al ejecutivo se presente difuso o diluido:

1. *Gobiernos de coalición*. En escenarios en los que dos o más partidos integran el ejecutivo resulta difícil para el ciudadano determinar cuál de los partidos integrantes de la coalición es el responsable de la cartera económica. Además, el carácter colegiado del Gobierno también resulta un escollo para el proceso de atribución de responsabilidades.

2. *Pluralidad de niveles de gobierno*. Aquellos sistemas políticos vertebrados territorialmente en varios niveles de gobierno, la atribución de responsabilidad sobre las cuestiones económicas quedará diluida. La España de las Autonomías sería un buen ejemplo de este escenario, estando transferidas numerosas competencias que atañen a la economía, al ámbito autonómico, y también al ámbito municipal o local.

3. *Problemas de gobernabilidad*. Los sistemas de partidos con alta fragmentación parlamentaria requieren el concurso de diversos partidos para conformar el Gobierno, como se define en el primer punto, o simplemente para conformar mayorías que posibiliten el normal desarrollo del proceso legislativo. En este sentido, un ejemplo podría ser la necesidad recurrente de pactos en las democracias europeas para aprobar el presupuesto anual de los Gobiernos nacionales. En reiteradas ocasiones, este apoyo al Gobierno está supeditado a la cesión en diferentes partidas económicas, o a la toma de determinadas medidas. Resulta evidente que estas cuestiones también pueden complicar el proceso de atribución de responsabilidad.

4. *Pérdida de soberanía nacional*. La globalización y presión de los mercados internacionales, o la pertenencia a organizaciones de integración económica, implican la limitación de la autonomía de los Gobiernos nacionales para la definición y ejecución de políticas económicas. La Unión Europea es un buen ejemplo del modelo de integración económica en el que organizaciones supranacionales asumen medidas económicas que afectan a los estados miembros. La limitación de los niveles de déficit público y deuda, la pérdida de competencia en materia de política monetaria, constriñen la

acción de los ejecutivos nacionales. Los mercados internacionales también influyen sobre las decisiones económicas de los Estados, pues como se ha puesto de manifiesto en la crisis económica internacional que estalla a mediados del año 2007, los Gobiernos nacionales han debido asumir una serie de políticas que dieran estabilidad a sus sistemas bancarios nacionales, o que en general mitigasen los efectos sobre la credibilidad de los sistemas financieros.

En relación a estas limitaciones para la atribución eficaz de la responsabilidad, autores como Fearon sugieren que “la conexión entre *accountability*³⁰ y responsabilidad de los políticos no es automática, especialmente cuando la información de los ciudadanos es incompleta” (Como se cita en Ventura, 2003: 5).

La tesis sobre la calidad de responsabilidad (Anderson 1995; Powell y Whitten, 1993) postula que cuando los sistemas institucionales permiten una mayor claridad en la identificación de los responsables políticos, la incidencia de los rendimientos económicos de los resultados electorales es mayor. (Ventura, 2003: 6)

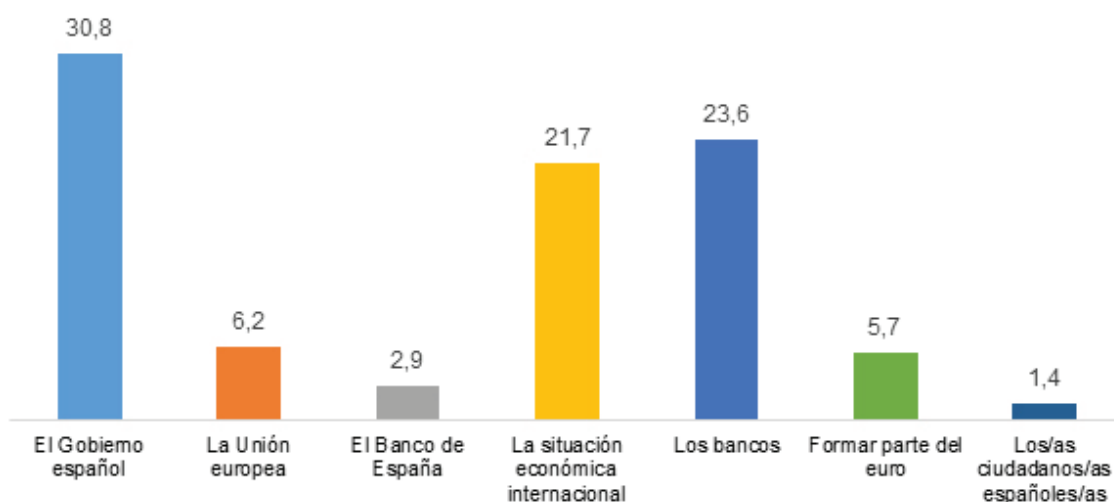
En este sentido, España presenta un escenario institucional ciertamente confuso para la atribución de responsabilidades, pues su pertenencia a la Comunidad Económica Europea y el engranaje institucional multinivel puede provocar cierta confusión sobre el elector. Gramacho, por su parte, también advierte en su trabajo, confirmando la hipótesis de Maravall y Przeworski, que “allí donde los partidos políticos están más consolidados y arraigados en la sociedad –como España– el voto económico fue limitado de modo muy importante” (2006: 4).

Para el caso español, en el Gráfico I se ofrecen los resultados de preguntar a los españoles sobre el actor fundamental en la responsabilidad de la crisis económica. Como puede apreciarse, sólo tres de cada diez entrevistados consideraban que el Gobierno fue el actor con una mayor responsabilidad. El sistema bancario obtuvo la segunda tasa de respuesta, seguida del contexto económico internacional.

30 El concepto *accountability* se refiere a rendición de cuentas. Uno de los politólogos que más fructíferamente ha desarrollado el concepto es O'Donnell, quien añade a la dimensión de *accountability* vertical (la que realizan los ciudadanos por medio de elecciones, castigando a o premiando a los líderes) la *accountability* horizontal (autocontrol del Estado por medio de agentes estatales con autoridad para evitar conductas ilícitas) (O'Donnell, 1998).

Algunos autores como Ignacio Lago y Santiago Lago (2011) ya han analizado la distorsión de la responsabilidad electoral que supone la estructura territorial multinivel de España. La conclusión a la que llegan es que la arena autonómica se ve influenciada por la nacional, cuestión que no ocurre a la inversa. Es decir, que el efecto del voto económico en el caso autonómico se presenta difuso, como consecuencia de la influencia del contexto y gestión nacional.

Gráfico I. Responsabilidad principal sobre la crisis económica en España (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del estudio poselectoral elecciones generales de 2011, del Centro de Investigaciones Sociológicas, nº 2.920.

Nota: Resto hasta sumar 100 corresponde a las categorías no sabe y no contesta.

2.4. ¿Haría la oposición una mejor gestión de la economía?

Otra de las alternativas para superar el escenario de que los electores sigan votando al partido en el Gobierno a pesar de reconocer su mala gestión en la política económica, se refiere a la consideración de que los partidos en la oposición gestionarían aún peor la política económica. No resultaría racional dejar de votar a un partido sabiendo que la alternativa política sería peor.

En este sentido, Sanders³¹ (1996 y 2000), que incluye la influencia de las alternativas al Gobierno y de sus ofertas políticas en la hipótesis de la responsabilidad, afirma que si

31 Antes fue propuesto por Kuklinski. Extraído de Marta Fraile (2002).

la opinión pública considera que la alternativa política al Gobierno está mal valorada, la probabilidad de que los electores cambien su voto disminuye. Por tanto, el efecto castigo pierde peso. Este planteamiento, que será incluido en posteriores estudios sobre voto económico (en España, por ejemplo, Marta Fraile), resulta útil para el análisis que aquí se presenta.

A este respecto, además de la hipótesis de la responsabilidad, existe otra hipótesis sobre las funciones de popularidad que, aunque no es generalmente aceptada en la academia como la anterior, también cuenta con demostración empírica suficiente. Se trata de la hipótesis denominada *policy-oriented voting*³² (Kiewiet, 1981). Es decir, los electores votan en función de la reputación que cada partido tiene para resolver cada tipo de problema. Aunque la revisión planteada por las teorías sobre *policy-oriented voting* nace como corriente separada, lo cierto es que viene a cubrir el fallo que supone el escenario antes mencionado. La idea de que hay una serie de temas o políticas públicas en las que destacan los diferentes partidos políticos tiene su origen en el mismo nacimiento de las organizaciones partidistas, como articuladores de intereses determinados.

En el caso de España, a nadie extraña que al Partido Socialista Obrero Español le sea más fácil hablar de políticas sociales, dependencia, educación o igualdad de derechos, por ejemplo, que al Partido Popular; mientras que al Partido Popular, por su parte, le resulta más sencillo hablar de gestión económica, creación de empleo, seguridad, etc. Todo ello como consecuencia de que dichos temas suponen prioridades programáticas para los respectivos partidos cuando logran el poder, sin olvidar la influencia que puedan tener los ciclos económicos o los contextos políticos y sociales.

Podría decirse que Downs fue uno de los primeros en apoyar la tesis del voto en función del diferencial de valoración de gestión del Gobierno respecto a la hipotética gestión

32 Ésta ha sido, entre otras, una de las explicaciones planteadas ante el relativo fracaso de las funciones de popularidad planteadas en España, en los estudios de Amor Bravo en 1985, 1987 y 1990; y Mancha Navarro en 1993. Como apunta Agustí Bosch y Clara Riba en *Coyuntura económica y voto en España, 1985-1996*, a propósito de esto, “en una situación con altos niveles de desempleo, los electores se decantarían mayoritariamente por votar al partido socialista, que se supone es el partido más interesado y más capacitado para solucionar los problemas de paro”. No obstante, y aunque más adelante lo veremos, posteriormente a estos estudios se han realizado otros donde sí se evidencia la significación de resultados en las funciones de popularidad en el caso español.

de la oposición. En su obra ya mencionada en repetidas ocasiones, concluye al hablar de lo que denomina “diferencia esperada de partido” que

La parte más importante de la decisión del votante es la cuantía de su diferencial corriente de partido, es decir, la diferencia entre la renta de utilidad que efectivamente percibe en el periodo de gobierno y la que habría percibido en el caso de haber estado la oposición en el gobierno. (Downs, 1973: 43)

2.5. ¿Sólo economía o también política social?

La literatura tradicional sobre voto económico ha obviado en la mayoría de los casos la incorporación a los modelos de las valoraciones sobre otras políticas públicas. Sin embargo, como apunta Marta Fraile (2005), los programas económicos de los Gobiernos, especialmente los Gobiernos socialdemócratas, engloban también políticas sociales. Éstas, además, pueden emplearse por los Gobiernos en circunstancias de crisis económica como medida de protección de los más desfavorecidos. En este sentido, cabría plantearse si un jubilado al que le han subido la pensión y le otorgan una ayuda a la dependencia dejaría de votar al partido en el Gobierno, a pesar de que el resultado económico de la legislatura haya resultado negativo. Desde una perspectiva utilitarista parecería razonable que este elector acabara premiando al Gobierno, lo que modularía la hipótesis original sobre voto económico. Por ello, resulta conveniente incorporar a los modelos de voto la valoración que hacen de la gestión en distintas políticas públicas, pues podría darse el caso de que éstas tengan un impacto sobre el voto, con independencia de la valoración de la gestión económica. En el caso español esta hipótesis ya ha sido puesta a prueba y corroborada (Maravall y Fraile, 2000; Fraile, 2005).

2.6. ¿Influye más la realidad económica o la percepción de la realidad económica?

Por último, otro de los grandes debates que ha suscitado el estudio de las funciones de popularidad ha sido el referente a si la situación económica real, la medida a través de los grandes indicadores económicos, resulta más influyente sobre el voto que las percepciones que los ciudadanos tienen sobre la situación económica.

Los primeros estudios, también derivado del escaso recorrido de los análisis de opinión, utilizaban variables sencillas de datos económicos agregados, como la tasa de paro

o la inflación, para medir su relación con el voto. También, aunque con menor éxito, se utilizaron datos relativos al producto interior bruto, el poder adquisitivo o la presión fiscal. Estos datos se correlacionaban en evolución, fundamentalmente, con resultados electorales, a partir de funciones de voto.

Sin embargo, sería en 1979 cuando Hibbis incluyera por primera vez las variables de percepción en la función de popularidad. También Fiorina, en 1981, introdujo algunas cuestiones interesantes sobre la necesidad de medir las preocupaciones e impresiones de la ciudadanía sobre la economía. Por otro lado, sería el estudio de Sanders, Ward, Marsh, y Fletcher (1987), donde se apostaría de una manera definitiva por las variables objetivas, afirmando que éstas mostraban una relación mucho mayor con el voto.

El problema es que bajo la perspectiva de que lo perceptivo influye más que lo objetivo, se hace necesario dilucidar cómo se conforma el pensamiento del elector para tener una u otra percepción. A lo largo de este capítulo se han hecho reiteradas referencias al papel de la información en la construcción de ideas políticas. Resumiendo y sin el ánimo de incurrir en reiteraciones, los referentes externos a través de los cuáles se conforma nuestra idea de la realidad pueden devenir, para el caso, de dos espacios: por un lado, de la agenda mediática; por otro, de aquello con lo que el elector se enfrenta en su día a día, su contexto personal, denominado experiencial. Como ya se ha dicho, el elector incorpora más el juicio o análisis sociotrópico que el egotrópico, por lo que los medios desempeñarían un papel clave. Ahora bien, si se apuesta por el primer referente, por el efecto de la agenda mediática, también se debe asumir que los medios no hacen sino proyectar situaciones de realidad, informar sobre aspectos de la realidad, aunque bajo el tapiz editorial o de los marcos cognitivos que se deseen reforzar. La conclusión que se puede extraer a tenor de lo anterior es que la realidad objetiva, los datos económicos, influyen sobre la formación de la agenda mediática, y que ésta a su vez influye en la construcción de las percepciones de los electores.

2.7. ¿Condiciona el marco institucional la racionalidad económica? El voto estratégico

La estructura institucional de los sistemas electorales resulta un elemento clave en la determinación y configuración del sistema de partidos³³ existente en un territorio. Sin em-

33 Véase a Giovanni Sartori y su clasificación de siete tipos de sistemas de partidos (Sartori, 1980).

bargo, aunque Giovanni Sartori es uno de los autores que “mantiene la idea de que los sistemas electorales constituyen el factor más eficiente para interferir conscientemente en el funcionamiento del sistema de partidos y en la gobernabilidad democrática” (Nohlen, 2015: 151), en ocasiones también alude al contexto político, económico, social y cultural, como variables independientes de la caracterización del sistema de partidos. En este sentido, Nohlen también nos indica que:

El sistema electoral tiene efectos limitados sobre la estructura de un sistema político. No todo depende del sistema electoral; el sistema electoral no es la panacea para orientar el rumbo de cambio político o para solucionar problemas determinados [...] El sistema electoral es más bien un efecto de los distintos componentes sociales, políticos, históricos, culturales, etc., de un país, que una causa. (Nohlen, 1983: 62)

Esta consideración del sistema electoral como factor dependiente de variables de tipo coyuntural-contextual, no limita los efectos de éste para corregir la voluntad del electorado expresada en las urnas, mediante los mecanismos de los que dispone: barreras legales, configuración de las listas de votación, fórmula de conversión de votos a escaños y circunscripción electoral.

El legislador, al elaborar la regulación electoral, se plantea el interrogante de si debe primar la gobernabilidad o la representatividad en el sistema. Dependiendo de la respuesta, claramente influenciada por el contexto histórico, el sistema electoral tendrá una tendencia más mayoritaria o proporcional. En este sentido, si se busca la estabilidad gubernamental³⁴ habrá menos partidos en la cámara; y si se busca la representatividad habrá un mayor número de partidos. El sistema electoral puede ayudar a corregir el escenario parlamentario en función de los intereses definidos.

La razón se encuentra en los efectos mecánicos y psicológicos que producen los sistemas electorales. Los impactos que los efectos mecánicos tienen sobre el sistema de partidos adquieren una visibilidad mayor. Así, mientras los sistemas mayoritarios producen efectos restrictivos sobre el número de partidos; los sistemas más proporcionales reproducen la fragmentación electoral en el ámbito parlamentario. En cuanto a los efectos psicológicos,

³⁴ La estabilidad gubernamental se favorece si un partido político puede gobernar en solitario sin la necesidad de pacto con otros partidos.

los que se refieren a la influencia sobre el electorado, se centran en lo que se ha denominado “voto estratégico”.

El estudio del voto estratégico también se enmarca en las teorías económicas del voto o de elección racional, porque al igual que el votante racional al que se aludía en páginas anteriores, el votante estratégico también realiza un análisis de costes-beneficios, pero incorporando la probabilidad de que su voto sea útil, en el marco del sistema electoral, y para la consecución de sus objetivos. En este sentido, el votante puede dejar de votar por su preferencia de partido o candidato si considera que la probabilidad de que su partido o candidato salga electo sea mínima. El votante estratégico actuaría así en distritos uninominales:

Un individuo, cuyo candidato favorito tiene escasas posibilidades de ganar, se da cuenta de que tiene una preferencia entre los principales partidos; decide entonces racionalmente votar al que más le gusta de estos dos y no a su preferido, puesto que este último tiene una probabilidad mucho menor de influir en el resultado que el primero. (Cox, 1997, visto en Ignacio Lago, 2005: 11)

El sistema electoral produce dos tipos de variantes del voto estratégico, como consecuencia de los efectos psicológicos (Lago, 2005: 12):

1. *Votante que quiere priorizar la maximización del escaño.* Este tipo de elector se da cuando las preferencias de éste se centran en partidos que no tienen posibilidades de obtener representación, lo que le hace redireccionar su voto hacia partidos o candidatos con opciones reales, maximizando así la influencia de su voto.
2. *Votante que quiere priorizar la formación de Gobiernos.* En este caso “existen tres categorías de voto estratégico maximizador del gobierno: (a) votar para decidir qué partido dispone de la primera oportunidad de formar gobierno; (b) votar para impedir que un partido controle las dos Cámaras en un sistema presidencial, uno bicameral o en dos niveles territoriales distintos; y (c) votar para conseguir que un potencial socio de gobierno supere la barrera legal para la consecución de escaños de representación proporcional” (Lago, 2005: 12).

También existe un tercer tipo de voto estratégico, pero que no depende del sistema electoral: el voto protesta. Este tipo de voto busca castigar a la primera preferencia electoral, motivado por el deseo de que cambie algunas de sus posiciones políticas.

En los tres casos se observa un tipo de conducta electoral guiada por el análisis racional, pero que sin embargo vuelve a enfrentarse de lleno con la paradoja del voto. En efecto, si se asume el axioma de que el votante instrumentaliza su voto para maximizar su uso, y a la vez reconoce la nulidad de la capacidad marginal de éste, se concluiría que la abstención es la acción más racional. Y de nuevo, encontramos que la abstención predicha no es tal. Los estudios que de manera sistemática estudian el voto estratégico en España son muy escasos (Gunther, 1989; Riba y Padró-Solanet, 1995; Sánchez-Cuenca, 2000; y Lago, 2005) y aunque el resultado de ellos es bastante dispar, sí se constata la existencia de un votante estratégico, especialmente en el ámbito de la izquierda ideológica.

Resulta aquí importante citar la teoría desarrollada por Ignacio Lago (2005), a la que denomina teoría constructivista, y que difiere de la teoría de elección racional en que mientras en ésta es el propio votante el que desarrolla a partir de sus motivaciones, instrumentalidad e información, el voto estratégico; en el caso de la teoría constructivista, esta acción –que en última instancia se comporta igual que la primera– está determinada como consecuencia de los marcos interpretativos desarrollados por los partidos políticos, que encuentran una oportunidad en los votantes cuyo resultado de votar a su primera preferencia reporta un saldo negativo de la instrumentalidad esperada. La investigación desarrollada por Lago (2005), que abarca el ciclo electoral 1977-2000, precisamente concluye en una influencia más destacada, tanto a nivel empírico como teórico, de la teoría constructivista que de la teoría de acción racional que se asienta sobre la base de la instrumentalidad del votante. Aun así, las capacidades teóricas de ambos modelos son muy limitadas para explicar las desviaciones que se producen en los distintos niveles territoriales, o la actuación de un voto estratégico en determinados contextos institucionales y no en otros, así como las modulaciones que derivan de la actuación de los partidos políticos.

Esta concepción de efecto del sistema electoral mediado por el papel de los partidos coincide con los postulados defendidos por Anderson (2007), y corroborados a nivel comparado en los estudios que se enmarcan en el *Comparative Studies of Electoral Systems* (CSES). Este proyecto, que se inicia en 1994, posibilita un marco de cooperación académica internacional para el estudio de las relaciones entre los diseños institucionales, los sistemas de representación y el comportamiento electoral. Un ejemplo de investigación en el marco del CSES, donde se concluye la relación entre sistema electoral y comportamiento electoral, mediado por el efecto del primero en las estrategias emprendidas por los partidos

políticos, fue elaborado por Pippa Norris (2004), corroborando la teoría a la que denomina de la elección racional institucional.

2.8. Antecedentes del estudio del voto económico en España

En España la bibliografía sobre voto económico ha ido en progresivo aumento en las últimas décadas, aunque no cobra especial importancia hasta la llegada de la década de los noventa. Podría destacarse por su aporte teórico, los estudios elaborados por Maravall y Przeworski³⁵, y la revisión del mismo por Wladimir G. Gramacho, antes mencionado. También, *El caso de España*, de Jaime Castillo y José Luis Sáez; o los estudios de Montero y Santamaría “sobre las elecciones de marzo de 2000”, aunque no realizan un análisis sobre voto económico en concreto, sino que éste forma parte de un análisis más extenso de las causas del voto en las citadas elecciones. También destaca el compendio teórico elaborado por Agustí Bosch, Aida Díaz y Clara Riba, en *Las funciones de popularidad. Estado de la cuestión y principales debates*; aunque no incluyen ningún tipo de análisis estadístico ni aportan corroboración empírica, recogen las principales teorías sobre voto económico de una manera muy sencilla y pedagógica³⁶; por otro lado, resulta capital para este trabajo la investigación realizada por Marta Fraile (2005). Esta obra representa el que quizás sea el análisis más profundo y riguroso de los realizados en España sobre voto económico, pues aporta no sólo un recorrido teórico solvente, sino que también incluye un sólido análisis de relaciones entre voto y economía, con una capacidad estadística muy destacable.

En general, en todos los estudios sobre comportamiento electoral en España se incluye, al menos, un apartado dedicado a los efectos de la economía en el voto, los efectos del clima económico, etc. Sí quisiera destacar brevemente, antes de continuar, dos artículos que resultan muy interesantes por la metodología utilizada y que se utilizan de manera protagonista para la construcción del cuerpo metodológico de este trabajo.

35 Maravall y Przeworski (1999) llegan a la conclusión de que la relación de los juicios prospectivos y retrospectivos sobre la economía y el voto, no responde a una lógica de comportamiento mecánica, como predice la teoría clásica. Sugieren que, en muchas ocasiones, los juicios sobre la economía responden a consideraciones políticas previas.

36 En esta memoria de tesis se ha seguido este trabajo para la estructuración de los principales debates teóricos surgidos en torno al voto económico.

Por un lado, el artículo de Agustí Bosch y Clara Riba titulado *Coyuntura económica y voto en España. 1985, 1996*; donde tratan de generar un modelo de popularidad para el Partido Socialista en los años en los que el PSOE estuvo liderando el ejecutivo. Este artículo incluye en su análisis tanto variables objetivas como subjetivas, y entre sus principales resultados se encuentra la existencia de significación estadística en las relaciones con el voto de las variables desempleo, inflación, expectativas económicas y liderazgo. También, resulta interesante la inclusión en el cálculo de mediciones mediante retardos estadísticos, lo que redundará en un mejor ajuste y control del efecto temporal entre variables.

Por otro lado, y como antes adelantaba, resultan capitales para este trabajo los artículos presentados por Marta Fraile. En concreto, el artículo denominado *El voto económico en las elecciones de 1996 y 2000*, cuyo objetivo es examinar la importancia de la percepción de los votantes de la gestión económica del Gobierno. Marta Fraile propone en este artículo un nuevo modelo, al que denomina modelo de voto extendido. Este modelo de voto económico destaca la importancia de considerar sistemáticamente los contextos políticos y sociales en los que se desarrolla la elección, más allá de las cuestiones estrictamente económicas. Así mismo, el modelo busca delimitar las distintas formas en las que se relaciona la opinión pública con el estado de la economía. Este modelo es novedoso no sólo porque evalúa la valoración de la política económica en lugar de la valoración de la situación económica, sino porque también incorpora al modelo la evaluación retrospectiva de la política social³⁷.

El argumento para utilizar la valoración de la política económica es evitar que el Gobierno pueda externalizar la responsabilidad de una mala situación económica nacional. Respecto a la inclusión de la valoración de las políticas sociales, la argumentación es sencilla: la gestión política no sólo es económica sino también social. Además, dependiendo del uso de políticas sociales para contrarrestar una mala situación económica, el Gobierno estará mejor o peor valorado. De este modo, los ejecutivos podrían realizar, en el marco de contextos económicos de crisis, un uso político de los seguros de desempleo, de las pensiones o de las ayudas a ciertos sectores desfavorecidos, potencialmente más perjudicados por la coyuntura económica.

37 Marta Fraile constata en este artículo la existencia de “evidencia empírica previa que muestra que las políticas sociales tienen consecuencias electorales” y recomienda ver a Fraile (2001); González (1996); Maravall y Fraile (2000); Torcal y Chhibber (1995), entre otros.

En este trabajo también se incluyen estrategias metodológicas que buscan controlar la mediación de la racionalización del voto en los efectos de la economía, en respuesta a las críticas otorgadas al estudio de voto económico por Maravall y Przeworski (2001).

3. Otras teorías alternativas en el estudio del comportamiento electoral

En apartados anteriores se hacía referencia a la influencia de variables de carácter estructural y psico-política, asumiendo la idea de un elector ajeno a su entorno. En este apartado se exponen las teorías que propugnan la influencia de cuestiones externas al elector, como el contexto, y que afectan a su comportamiento político y electoral. Así, existe en la actualidad numerosa bibliografía sobre el efecto que cuestiones de carácter contextual y coyuntural tienen sobre el voto, incluso de forma más relevante que lo referenciado en las escuelas teóricas anteriores. Guillem Rico apunta en este sentido, que “la relajación de los condicionamientos estructurales *y actitudinales* del voto hace esperar que las variables coyunturales, o de corto plazo, pasen a jugar un papel más importante en las decisiones electorales” (Rico, 2009: 15).

Entre algunas de estas cuestiones ha destacado la influencia del papel del liderazgo político, los efectos del sistema electoral, el efecto de los medios de comunicación y los efectos sobre el voto de las campañas electorales. Por supuesto, otro de los elementos destacables como factor coyuntural es la situación económica general del país, cuestión tratada anteriormente dada su pertenencia conceptual a la teoría de elección racional.

En las siguientes páginas se prestará una especial atención a lo concerniente al papel de los medios de comunicación y al liderazgo político en la definición del voto. La causa de que se realice un mayor énfasis en estas cuestiones responde a la importancia que estas variables presentan en los modelos puestos a prueba en esta investigación.

3.1 Liderazgo y voto

Con la progresiva caída de los niveles de identificación partidista, así como sus efectos sobre el voto, la psicología social y sus novedosos postulados, insertados en lo que se conoce como la “revolución cognitiva”, comienzan a ocupar un papel creciente en el estudio del comportamiento electoral. La influencia de los factores psicológicos y coyunturales cobra un mayor peso y se empieza a discernir acerca de las percepciones que generan los líderes

políticos en el sistema, y también en el voto. Poco después, Wattenberg constituye con su obra *The rise of candidate-centered politics* (1991), uno de los primeros intentos de aportar una visión general del papel de los candidatos en las elecciones. Su discurso se encuadra en las modernas teorías de la personalización de la política, según la cual los líderes están adquiriendo una importancia creciente en las sociedades democráticas. Wattenberg sostiene que, a medida que los americanos han ido desarrollando posiciones más neutrales hacia los partidos, las imágenes partidistas han cedido terreno a los candidatos en la configuración del comportamiento electoral.

Dos fenómenos son los detonantes de ese proceso de personalización política. Por un lado, la enorme expansión de los medios de comunicación de masas, que convierten a la televisión en el medio al que más recurren los electores para configurar su imagen de la realidad política y social. La celeridad y el valor del tiempo en televisión empujan a la necesidad de expresar los argumentos de los partidos a través de sus líderes; más aún, y este sería el segundo factor determinante, en un momento en el que los partidos políticos padecen un gran cambio. Los sistemas de partidos estaban evolucionando de los antiguos partidos de masas a partidos *catch-all*. El desdibujamiento de la polarización social, motivado por el surgimiento de una gran clase media, fuerza a los partidos a moderar sus discursos a terrenos alejados de la confrontación, tratando así de atraer al gran público. Así, el predominio de los líderes en los medios de comunicación masivos y la progresiva pérdida de predisposiciones políticas propiciaron el escenario idóneo para que las valoraciones de los líderes incrementaran su impacto electoral. Las imágenes que los electores se conforman de la política ya no deriva en su totalidad de la imagen que conforman los partidos, sino de la que trasladan los líderes políticos.

El ejemplo más claro de ese enorme proceso de personalización lo observamos en las campañas electorales, desde el uso de una propaganda política que trata de reforzar la imagen del candidato, ensalzando valores personales como la confianza, la cercanía u honradez, por ejemplo; hasta un posicionamiento mediático donde priman los reportajes sobre la vida del candidato; pasando por una actividad electoral centrada en el cabeza de cartel: mítines, paseos por mercados, encuentros sectoriales. Incluso el logotipo de los partidos, que hasta hace poco era la referencia, se minimiza en las distintas creatividades, en favor de la figura del líder. La imagen del candidato gana peso en la definición de la estrategia de

campana, hasta el punto de que los errores que éste cometa pueden ser claves en el proceso electoral.

Sin embargo, y tal y como sugiere Guillem Rico (2009: 125), asociar la imagen que se tiene sobre la política con la imagen que proyectan los líderes supone un problema de nivel normativo, pues amenaza a las tesis que sostienen la elección por mandato. Es decir, si entendemos que los ciudadanos/electores votan en función de un proyecto político construido sobre el posicionamiento en torno a diferentes *issues* que desempeñan un papel fundamental para la elección racional, y además vienen arropados por procesos de legitimidad determinados por la valoración retrospectiva de gestión, entonces no cabe espacio para el peso de los líderes, en cuanto cuerpo de cualidades personales se refiere.

Además, nos dice, por más que tenga sentido en términos teóricos, la dicotomía entre cualidades políticas y personales (*issues* y carácter, sustancia y estilo), es falsa en la práctica. Por una parte, la valoración de los atributos personales no es independiente de las consideraciones políticas. Por otra, las consideraciones personales tienen repercusiones políticas, ya sea porque inciden en la buena gestión de la actuación o porque representa cualidades que los electores valoran por sí mismos. En última instancia, las características personales son importantes precisamente porque son políticamente relevantes, y porque los votantes, los medios de comunicación y los partidos les atribuyen un significado político (Rico, 2009: 125). También los medios de comunicación participan de esta tendencia, e incluso la alientan (McCombs, 2000). La información política a menudo se centra en la dimensión personal de los dirigentes políticos, y en ocasiones el carácter mismo se convierte en objeto de noticia. Pero en definitiva, la imagen se conforma sobre la base de carácter y sustancia. Cuando los electores valoran a los líderes políticos, aquellas dimensiones que abordan la competencia y capacidad tienen un mayor peso en dicha valoración (Funk, 1999). El carácter tiene, por tanto, un valor instrumental para fortalecer o debilitar la imagen racional de la política, lo que tiene que ver con la oferta programática.

Por esta cuestión resulta enormemente difícil cuantificar el peso concreto del liderazgo en el voto. Resulta difícil, fundamentalmente, porque no se ha encontrado una forma impecable de aislar los efectos en el voto de los diferentes elementos que influyen en el comportamiento. El voto es consecuencia de un complejo proceso, donde la posición social y otros clivajes tradicionales influyen en las predisposiciones políticas, en la identificación ideológica y partidaria, y donde también el contexto cumple una función destacable en los

procesos de racionalización. En este sentido, el liderazgo estaría ubicado prácticamente al final de la cadena, viéndose influenciado por todos los elementos anteriores, rebajando así la influencia marginal de éste sobre el voto.

Lo que parece razonable a estas alturas es el hecho de que las imágenes de los líderes son constructos conformados a partir de las percepciones que genera el líder/persona en diferentes dimensiones. Tal y como apuntan Crespo, Garrido, Carletta y Riorda (2011) las dos investigaciones que han desarrollado este asunto con una mayor relevancia son las elaboradas por Miller, Wattenberg, y Malanchuk y Kinder durante la década de los ochenta. Estos autores determinaron una serie de atributos ideales, agrupados en diferentes dimensiones, para abordar de una manera más solvente el fenómeno del liderazgo (Tabla II). Para estos autores, estos elementos constituirían la base sobre la que se construye el liderazgo político³⁸.

Tabla II. Los atributos de los líderes.	
Miller	Kinder
Competencia	Competencia
Integridad	Liderazgo
Fiabilidad	Integridad
Carisma	Empatía
Apariencia	

Fuente: (Crespo, Garrido, Carletta y Riorda, 2011: 92).

Sin embargo, son escasos los estudios en España que analizan el fenómeno del liderazgo político a partir de estas categorías analíticas, especialmente por la dificultad de acceso a datos de encuesta que contengan la pluralidad de categorías requeridas para realizar el análisis. No obstante, sí existe numerosa bibliografía española que incluye el fenómeno del

38 El contenido de este apartado sobre liderazgo y voto es un extracto prácticamente literal del desarrollo teórico sobre este ámbito construido por el autor de la presente memoria de tesis doctoral, para un artículo titulado “Los efectos del liderazgo en el comportamiento electoral en las elecciones de 2011 en España. La importancia de los atributos” (Crespo y Mora, 2016).

liderazgo entre los predictores del voto y que cuentan con significancia estadística destacable. En este sentido, aunque algunos autores advierten de que la opinión del elector sobre el líder puede estar adaptada a la opinión que éste tiene sobre el partido, en un esfuerzo por evitar las consecuencias de la disonancia cognitiva (Festinger, 1957), su inclusión en los modelos resulta relevante. La confianza transmitida a través de las imágenes que proyectan los líderes también puede influir sobre la percepción acerca de una buena o mala gestión política, o en una posible hipotética gestión por parte del candidato opositor, por lo que su presencia como variable de control también está justificada.

En resumidas cuentas, aun asumiendo las dificultades analíticas para aislar la percepción que tienen los electores de los líderes, dada la existencia de una contaminación estructural; sí resulta interesante estudiar hasta qué punto el líder desempeña un papel relevante en la racionalización del voto.

3.2 Campañas electorales y voto

La comunicación política es un fenómeno en continua expansión, y se refiere a todos aquellos aspectos que tienen que ver con una planificación estratégica de la actuación de un partido, Gobierno o candidato ante la imagen pública, de manera que pueda rentabilizar su proyección ya sea electoralmente o en términos de reputación. El estudio de la comunicación política y de las campañas electorales ha sido un tema de debate dentro de la academia, y aunque generalmente ha estado ligado al estudio del efecto de los medios de comunicación, también es numerosa la bibliografía referida en exclusiva a los efectos de la comunicación política en el voto y en el sistema político.

Dentro de la academia pueden distinguirse tres grandes corrientes acerca del efecto de las campañas electorales en el voto (Crespo, 2002). La primera corriente tiene lugar con anterioridad a la Segunda Guerra Mundial y transcurrida la Primera. Según esta corriente y fundamentado en gran parte por el éxito de la comunicación de masas durante la Primera Guerra Mundial y en el nacimiento de los regímenes totalitarios, las campañas electorales y la comunicación política tienen un gran efecto sobre la opinión pública. Uno de los grandes autores que destacan de esta corriente es Walter Lippmann, quién en 1922 publica en *Public Opinion* (Lippmann, 1922) varios artículos en los que destaca dos tesis que fueron base de su época: por un lado, argumentaba que con el incremento de los medios de comunicación de masas, los grandes líderes tenían más facilidades de persuadir a

la opinión pública; por otro lado, evidenciaba que la comunicación de masas podría ser perjudicial para la democracia, pues podría derivar en populismo o, incluso, totalitarismo. Los postulados de Lippmann sientan las bases de la teoría sobre los efectos de los medios de comunicación en las audiencias conocida como “la aguja hipodérmica”. Estas teorías, que poseen su origen en el campo de la psicología conductista, plantean que la información emitida por los medios de comunicación penetra en la mente de las audiencias provocando una alta reacción concreta. Defiende no sólo que la información que recibimos se enmarca en unos marcos interpretativos que condicionan nuestro pensamiento, sino que además posibilitan una información a la que seríamos incapaces de acceder sin la intermediación de los medios.

Una segunda fase se ubica entre 1940 y 1960. Frente a la anterior, durante esta etapa se relativiza el efecto de la comunicación política y de las campañas electorales sobre el voto. Aunque ya se hizo referencia a ellos al hablar de afinidad partidista, se vuelve a hacer necesario mencionar a los investigadores de la Escuela de Columbia, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet y su estudio sobre el condado de Erie (Lazarsfeld *et al.*, 1962). La principal conclusión a la que llegan es que las campañas electorales tienen como efecto fundamental el refuerzo de actitudes previas. Y esto es así apoyándose en la psicología y la ciencia cognitiva, al considerar que cuando se produce un exceso de información el cerebro del elector tiende, de manera involuntaria, a filtrar la información recibida, a activar predisposiciones políticas previas, donde destacan la afinidad partidista y la situación sociodemográfica, etc. Todo ello para facilitar el procesamiento de sobre-información y para evitar las posibles disonancias cognitivas.

La Escuela de Columbia distingue en sus estudios tres tipos de efectos de las campañas electorales: activación de predisposiciones, refuerzo de las mismas y conversión partidista. De estas tres, el efecto más importante que producen las campañas electorales, para los investigadores de Columbia, es el segundo: el efecto refuerzo. Este primer estudio consagra una perspectiva teórica: la de los efectos mínimos. Unos años después de su publicación, Joseph Kappler también argumentaba, en *The effects of Mass Communication* (1960), que el principal efecto de las campañas electorales era el de reforzar predisposiciones previas. En este sentido también destacan los conceptos de exposición y percepción selectiva (Festinger, 1957).

Hasta mediados de los años noventa, las teorías sobre el efecto de las campañas electorales en la decisión del voto se ven desbancadas por la preponderancia de las teorías sobre voto económico, que centra este trabajo. También, con posterioridad, se ven relegadas a un segundo plano por el nacimiento y expansión de las teorías relativas al efecto de los medios³⁹. No obstante, con la década de los noventa surge una nueva corriente crítica con las teorías de efectos mínimos, aunque se refieren a la comunicación política en general y no tanto a la comunicación estrictamente electoral (Campbell, 1992).

Los estudios realizados en España vienen a consolidar la preponderancia del efecto refuerzo de las campañas electorales (Crespo, 2002; Trujillo, 2013; Anduiza y Oñate, 2002; Mora, 2012), haciendo especial énfasis en los efectos de otros actores, como los medios de comunicación. Además, en los últimos años parece coger fuerza el concepto de campaña permanente. Este concepto viene a constatar una realidad: las campañas electorales ya no se limitan al espacio temporal regulado por la legislación electoral, sino que han traspasado ese espacio hasta abarcar la totalidad de la legislatura. Es decir, los partidos trabajan continuamente para generar marcos mediáticos que le beneficien, aspirando a que éstos produzcan efectos sobre los debates públicos y se puedan presentar así como referentes en la solución. Ante esta situación se produce un escenario de relativa tensión entre medios y partidos para generar la agenda mediática, convirtiéndose el producto en una suerte de ciclo virtuoso de mutua necesidad.

3.3 El efecto de los Medios en el voto

Esta investigación incluye en su desarrollo metodológico la técnica del análisis de *agenda setting* de primer nivel, a fin de determinar la posible influencia de los medios de comunicación en la configuración de las principales problemáticas públicas de los españoles durante una parte relevante del ciclo electoral objeto de estudio. Concretamente, se busca conocer si la priorización en la agenda mediática de los asuntos económicos tiene una traslación al ámbito de la agenda pública. Así, a modo de enmarcado teórico se presenta este apartado que tiene como objeto fundamental explicar en qué consisten las teorías

39 Distinguir entre efectos de los medios y de las campañas electorales puede dar lugar a un debate difuso, pues en teoría los partidos políticos influyen en la agenda de los medios a través de la planificación estratégica y la prioridad de temas de campaña.

de agenda, cuál ha sido su evolución teórica, así como tratar de explicar las relaciones existentes entre estas teorías y el comportamiento electoral.

Insistentemente se ha hecho referencia a lo largo de este capítulo teórico a los elementos que en mayor o menor medida tienen efecto en la conformación de las actitudes y opiniones políticas. Como se ha estudiado hasta ahora, son múltiples los factores de incidencia y ésta resulta no ser igual en todos los contextos, ni tampoco igual para todos los electores en los mismo contextos, sino que sus características sociodemográficas, la diversidad de formas de afrontar los procesos de socialización, etc., determinan de una forma u otra la manera de afrontar los fenómenos políticos. Sin embargo, las teorías analizadas hasta ahora en este trabajo no nos permiten comprender el fenómeno del voto en su amplia complejidad, en un entorno que además se complejiza progresivamente a lo largo del tiempo, con la interrelación de una amplia pluralidad de actores sobre el escenario social, económico y político. En este sentido, resulta pertinente analizar uno de los actores claves en el desarrollo de las democracias modernas: los medios de comunicación.

Aunque los procesos de comunicación han sido una pieza angular en el accionar político desde la Grecia de Platón y Aristóteles, el exponencial desarrollo que se produce en los medios a partir de la Primera Guerra Mundial pone el foco de la academia en este asunto, como elemento clave de la construcción de la opinión pública. El desarrollo teórico de los efectos de los medios de comunicación en los públicos se ha explicado de forma resumida en el apartado anterior, referido a la influencia de las campañas electorales en el voto, asumidas éstas como procesos comunicativos de los partidos políticos que emplean a los medios de comunicación para la traslación de los mensajes a los electores. Sin embargo, resulta pertinente puntualizar algunos aspectos de este recorrido teórico.

Walter Lippmann, precursor de los estudios sobre el poder de los medios y padre intelectual de la teoría de la aguja hipodérmica, decía en *La opinión pública*, al teorizar sobre el concepto que da nombre a su obra, que

El mundo que debemos afrontar políticamente queda fuera de nuestro alcance, visión y comprensión. Por tanto, nos vemos en la necesidad de investigarlo, narrarlo e imaginarlo. [...] Estamos aprendiendo a ver mentalmente porciones muy vastas del mundo que nunca podremos llegar a observar, tocar, oler, escuchar ni recordar. De forma gradual estamos construyendo imágenes mentales fiables del mundo que queda

fuera de nuestro alcance. En general, denominamos asuntos públicos a los aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna medida interfieren con el nuestro, dependen de nosotros o nos interesan. Las imágenes mentales creadas por ellos, las imágenes de ellos mismos, de otros individuos, de sus necesidades, propósitos y relaciones constituyen sus opiniones públicas. Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la *Opinión pública* con mayúsculas. (Lippmann 2003: 41)

Es precisamente la capacidad de los medios de comunicación para generar imágenes, la causa por la que juegan un papel esencial en nuestras vidas, en la forma en la que nos enfrentamos y conocemos la realidad. Cuando se hace referencia al efecto de los medios se está apuntando a la capacidad que tienen los medios de comunicación de masas de influir en las percepciones políticas de los ciudadanos, en la construcción de sus marcos cognitivos desde los cuáles analizarán su realidad construida. Así lo entiende Lippmann al afirmar que “los medios informativos, esas ventanas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él. La opinión pública responde, no al entorno sino a un pseudo-entorno construido por los medios informativos” (McCombs, 2006: 26). En este sentido, el comportamiento es una respuesta a ese concepto de pseudo-entorno y no al entorno real, dice Lippmann (McCombs, 2006: 55).

El espacio de preponderancia en la academia de las teorías de los efectos limitados a la que se aludía en el apartado referido a las campañas electorales finaliza en 1972, año en el que Maxwell McCombs y Donald Shaw publican *The Agenda-Setting function of Mass Media*⁴⁰ (1972), donde sostienen que la importancia relativa que un medio da a una noticia guarda estrecha relación con la importancia que los electores dan a la misma. Bernard Cohen, pionero en el campo del estudio de la agenda, resume la teoría de la agenda, afirmando que “los medios informativos a lo mejor no tienen éxito a la hora de decirle a la

40 En esta obra realizan un estudio sobre el papel que desempeñaron los medios en las elecciones presidenciales de 1968. Para ello, por un lado analizaron las preocupaciones de una muestra de 100 individuos indecisos en la contienda electoral; además de realizar un análisis de contenido de diversos medios de comunicación de contenido informativo-político: Durham Morning Herald; Durham Sun, Religh News and observer, Religh Times, New York Times; las revistas Time y Newsweek; y los telediarios de la NBC y CBS (McCombs y Shaw, 1972: 178).

gente qué es lo que tiene que pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus audiencias sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963: 13).

En cierto modo, este planteamiento es aparentemente incompatible con la concepción de una prensa neutral. No obstante, aun presuponiendo la existencia de unos medios neutrales, lo cierto es que “los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos” (McCombs, 2006: 24); y el público, los electores, construyen su agenda, su esquema de problemáticas, a partir de las pistas de relevancia que le otorgan los medios, y a partir de estos determinados elementos de influencia generan su jerarquía de problemas. Así, que una noticia ocupe la portada, que el titular tenga un tamaño y no otro, que una noticia abarque una longitud mayor que otra, o que esta misma noticia sea visionada en el telediario de las tres, es suficiente para generar la idea en la estructura cognitiva de los electores, de que esos temas de los que se hablan, de esas problemáticas, tienen relevancia.

Cabe recordar que los medios de comunicación son generadores de información, pero también los son de opinión. En los periódicos, radios y televisiones participan expertos, políticos, líderes en general que generan la opinión (la verdad) sobre determinados acontecimientos acaecidos, incluso sobre temáticas que ya están en el debate, o que pasan a ser debatidas precisamente por el cruce de opiniones que están generando. En definitiva, podría decirse que todo periódico, radio o televisión defiende unos valores en mayor medida que otros. Incluso estos valores que defienden pueden ser políticos, probablemente sustentados por una ideología determinada. Como generadores de opinión, los medios tratan de trasladar sus ideas, sus valores a los lectores, mediante la enmarcación de las noticias, como se planteaba al hacer referencia a las aportaciones de Lakoff.

De haber efectos, es improbable que sean directos, y de haber manipulación, sólo sería factible por la vía de una construcción cuidadosa de la realidad social en el marco de una visión del orden social capaz de presentar dicha realidad como aceptable o legítima. Es imprescindible, por tanto, una relación de concordancia entre aquella construcción y esta visión del orden social que la dota de legitimidad y sentido. Pero que la comunicación así establecida llegue a tener efectos sobre la audiencia depende, por lo

pronto, de que la citada construcción resulte lo más neutra posible, a fin de que la ideología que la sustenta permanezca implícita e inadvertida. Sólo en la medida en que los medios consiguen un efecto de neutralidad e imparcialidad, la ideología que defienden se hace operativa. (Otero, González y Vázquez, 2000: 253)

Antes de continuar, resulta interesante realizar un breve acercamiento al proceso de construcción de la realidad mediática. Según el equipo de *Agenda y voto*⁴¹ este proceso sigue tres pasos:

1. *Selección de los elementos de la realidad social*, que supone la creación de una agenda temática que tiene por objeto atraer y fijar el foco de atención de las audiencias, tratando de que ésta haga suya esa agenda, la interiorice.
2. *Encuadramiento o enmarcamiento de los mensajes*, que consiste en la “selección de algunos aspectos de la realidad haciéndolos más relevantes, a fin de promover una particular definición del problema, una interpretación de sus causas, una evaluación moral y/o una recomendación acerca del tratamiento del asunto en cuestión” (Entman, 1993)⁴².
3. *Relación del acontecimiento con un sistema simbólico*, o un elemento aceptado por la conciencia colectiva.

¿Pero las audiencias responden igual a todos los temas planteados por la agenda mediática? Dicho de otra manera: ¿Existe una absoluta correlación entre la agenda pública y la mediática en todos los temas? La respuesta, nos dice McCombs, es que no. Hay que distinguir entre temas experienciales y no experienciales.

Los temas experienciales se refieren a la experiencia personal, que incluye conversaciones con nuestra familia, amigos y colegas de trabajo, nos da también información sobre muchos temas. [...] En un tema dominante, como la economía o la inflación, la experiencia personal es dominante casi con seguridad. (McCombs, 2006: 121)

41 El Equipo *Agenda y Voto* está compuesto por Fermín Bouza, Juan Jesús González, Raquel Rodríguez, Antón R. Castromil y Palmira Chavero.

42 Referencia citada en Fermín Bouza: La agenda de los medios y su influencia sobre el voto: el caso de las elecciones municipales de 2007.

Los temas no experienciales son, como su nombre indica, aquellos en los que no existe una experiencia personal y para los cuáles es necesario recurrir a agentes intermediarios, como los medios. Por ejemplo, el terrorismo. Así, dependiendo del tipo de tema del que se trate, la respuesta del público a la cobertura mediática será distinta. Esta distinción deriva del concepto de necesidad de orientación.

Dado que los temas experienciales son definidos como temas que intervienen en la vida diaria de las personas, la experiencia personal bastará en muchos casos para orientar a los individuos frente a la situación que se les presente. El resultado es una baja necesidad de cualquier tipo de orientación extra, una circunstancia que auspicia bajas correlaciones entre la agenda mediática y la pública. (McCombs, 2006: 125)

También Zucker (1978) apunta en esta dirección. Bajo esta perspectiva, cabría esperar una correlación relativamente baja entre agenda mediática y pública en lo que a asuntos económicos se refiere, lo que de alguna forma confronta con la corroboración empírica predominante de que la percepción de la realidad económica general influye en el voto en mayor medida que la valoración de la situación económica personal. Precisamente por esta cuestión resulta pertinente corroborar esta hipótesis en este trabajo, para profundizar en el papel de los medios en los procesos de racionalización de los asuntos económicos, como factores incidentes en el voto.

Los medios nos proponen los temas ya jerarquizados, haciendo que unos sean más importantes o relevantes que otros, y alguno de ellos puede ser tan importante que determinen de alguna forma especial a todos los demás (denominado priming) [...]; nos proponen también los temas de preocupación no de una forma neutra o puramente referencial, sino interpretados desde marcos o encuadres de interpretación (framing). (Bouza, 2012: 53)

Esto provoca que la ventana a través de la cual se observa el mundo, esto es, los medios de comunicación, influyan en la construcción de la pseudo-realidad que se asume como realidad.

Todo parece apuntar en la dirección de que los medios de comunicación influyen en nuestra forma de afrontar y entender la realidad, pero ¿hasta qué punto son capaces los medios de influir en las estructuras cognitivas de los individuos, de orientar sus actitudes políticas y electorales?

Como se adelantaba al hablar de los efectos de las campañas electorales, el cerebro humano busca facilidades y alivios frente a la saturación de información, de manera que evita a toda costa asimilar información que, a priori, produce disonancia con su estructura mental, con predisposiciones políticas latentes y manifiestas. En definitiva, selecciona la información que quiere recibir.

En palabras de Maxwell McCombs (2006):

Lo que hace el concepto de percepción selectiva (Festinger, 1957) es ubicar la influencia fundamental en el interior del individuo, y estratificar el contenido mediático según la compatibilidad que tenga con las actitudes y opiniones preexistentes del individuo. Este punto de vista da por sentado que los individuos minimizan su exposición a la información que no apoya sus actitudes y opiniones, y se exponen al máximo a la información que sí las apoya. (p. 33)

En resumidas cuentas, según la teoría de la percepción selectiva se podría concluir que los ciudadanos asimilan sólo las noticias que encajan con sus predisposiciones políticas. Incluso podría afirmarse que los ciudadanos, en un intento de buscar noticias (o encuadres de las mismas) que saben de antemano que encajan con sus actitudes y opiniones, se exponen a los medios de comunicación que suministran este tipo de noticias. Se exponen a los medios identitariamente⁴³ afines. Sin embargo, McCombs corrobora a partir de una docena de correlaciones en las que toma como muestras separadas a los indecisos con preferencia hacia tres partidos distintos, comparada con la agenda separada de cuatro medios, que lo que con mayor fidelidad refleja la agenda pública no es la agenda de los partidos, sino la agenda de los temas informativos propios de los medios, por lo que la percepción selectiva se enfrenta aquí a uno de sus retos empíricos más relevantes.

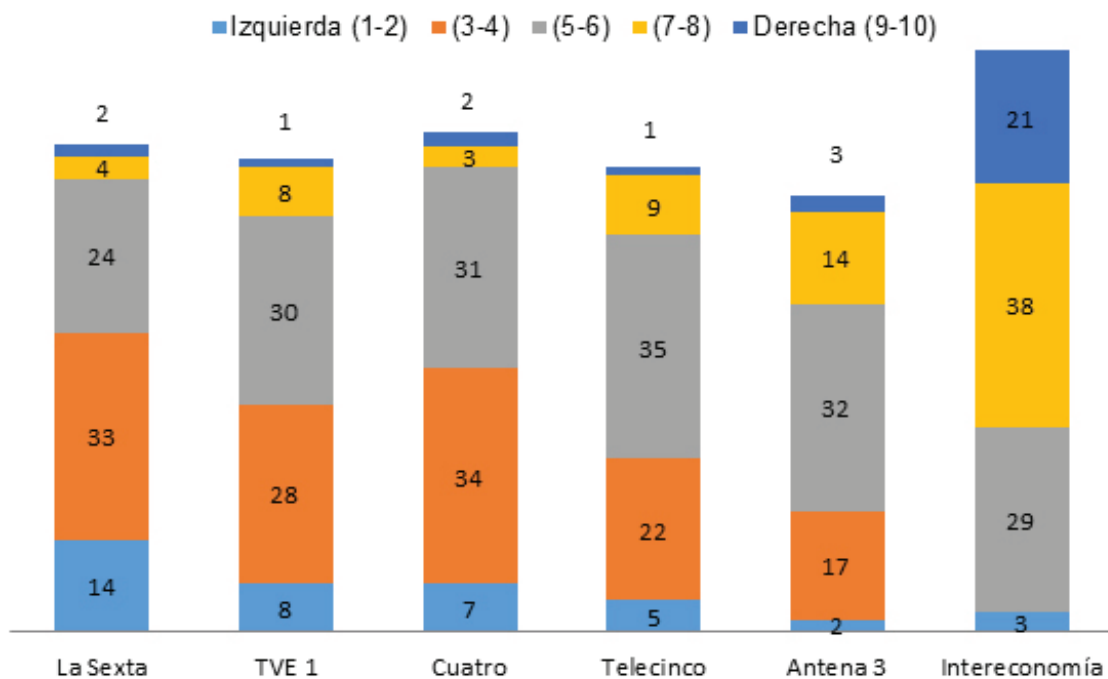
A modo de ilustración del caso español, se muestra en el Gráfico II las preferencias de programas televisivos en función de la ubicación ideológica⁴⁴, para observar si existen

43 Aquí el concepto de identidad se refiere a valores políticos y prepolíticos similares, tales como la afinidad partidista o la ideología. Para el caso español, se referirá a la ideología en exclusiva.

44 En la pregunta del cuestionario se incluyen todos los programas de Televisión. En esta tabla sólo se recogen aquellos que son más representativos ideológicamente. Así, Antena3 e Intereconomía estarían en el centro derecha y derecha ideológica, respectivamente; mientras la Sexta y Cuatro ocuparía el espacio ideológico de la izquierda y centro izquierda, respectivamente. Para analizar la percepción de la ubicación ideológica de los medios puede consultarse el Estudio CIS nº 2.973.

diferencias relevantes. Como puede apreciarse en el gráfico, existen tendencias claras de consumo de canales de televisión en función de la autoubicación ideológica de los electores. Lo que resultaría interesante comprobar, en cualquier caso, es si las preferencias de canales de televisión son fruto de un proceso de percepción selectiva, con objeto de reforzar predisposiciones políticas, o si por el contrario son los medios los constructores de esas predisposiciones políticas. Dilucidar esta cuestión resulta una ardua tarea, pues ambas cosas no sólo no son incompatibles, sino que lo razonable es pensar en un ciclo de retroalimentación entre selección del medio y refuerzo o construcción de estructuras cognitivas asociadas a valores. En esta memoria de tesis doctoral, más que comprobar la hipótesis de que los medios influyen en el voto, lo que interesa es analizar si la agenda mediática influye en la construcción de la agenda pública, en el marco de una campaña política, en cuanto a economía se refiere.

Gráfico II. Programa de TV que más gusta, según autoubicación ideológica (%).



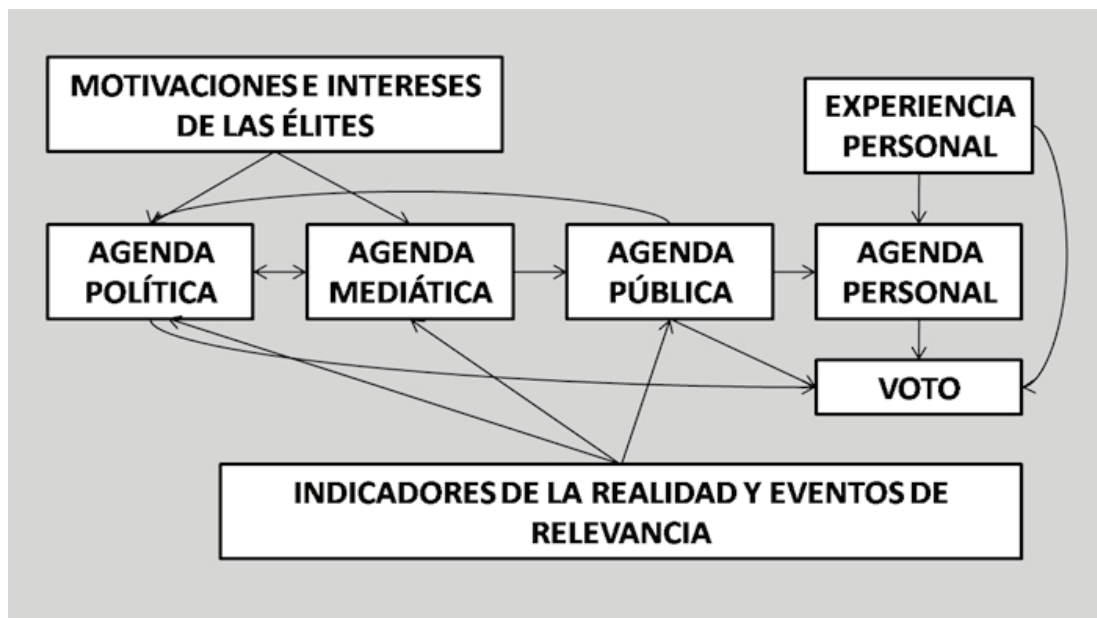
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS nº 2.836.

A continuación, una vez realizado un planteamiento general sobre el papel de la agenda, conviene hacer referencia a los cuatro tipos de agendas existentes: pública, personal,

mediática y política, si bien en este trabajo sólo se contempla un somero análisis de las tres primeras. En este sentido, mientras la agenda pública se define como el listado de asuntos o temas que el público considera importantes, la agenda personal se podría definir como el listado de asuntos o temas que personalmente más afectan a los individuos, considerados éstos de forma agregada; la agenda mediática se refiere al “conjunto de propuestas temáticas de los medios de comunicación a la opinión pública y, por tanto, al conjunto de la ciudadanía” (Bouza, 2012: 52). Por último, la agenda política es “aquello que los políticos y sus partidos o las diversas instituciones sociales nos proponen como temas a pensar” (Ibíd., 53).

En la Figura I se plantean las relaciones entre las distintas agendas y el voto⁴⁵. Desde la perspectiva económica y asociada al voto, que es lo que interesa en esta investigación, se observa cómo la realidad económica, la experiencia personal (voto egotrópico), la agenda pública (voto sociotrópico) y la agenda política (asociada a la *accountability* del Gobierno y los incentivos alternativos de gestión que propone, así como a la valoración de la alternativa política), influyen sobre el comportamiento electoral.

Figura I. Relaciones entre agendas.



Fuente: Elaboración propia.

45 Esta propuesta es más amplia que otras vistas (Dorantes, 2008: 66; Bouza, 2012: 53).

Respecto al método de medición de las distintas agendas, a pesar de la diversidad de modulaciones técnicas sí parece haber consenso en:

La agenda de los medios se mide con el auxilio del análisis del contenido de las noticias publicadas, para poder determinar el número de menciones acerca de un tema o de los temas de estudio. Ese número de historias mide la relevancia relativa de un tema en la agenda mediática. La agenda pública se calcula mediante encuestas de opinión en las cuáles se pregunta, en un momento dado, a una muestra de individuos cuál es el problema nacional más acuciante⁴⁶. (Dorantes, 2008: 65)

Por último, la agenda política también se ayuda del análisis de contenido para la elaboración de la relación de temáticas relevantes, si bien el objeto de estudio en este caso es más difuso, pues se relaciona con una multiplicidad de actores que interceden en el proceso de toma de decisiones políticas: Gobiernos, legisladores, partidos y líderes políticos, etc.

Respecto al enfoque metodológico que se emplea en este trabajo, cabe ubicarlo en los estudios del primer nivel y de Perspectiva I, haciendo referencia a la “Tipología de Acapulco” que el propio McCombs propone en 1981, en el marco del Congreso de la *Internacional Communication Association*, y que se expone en la siguiente tabla.

Tabla III. Tipología de Acapulco.		
Foco de atención	Medida de la relevancia pública	
	Datos agregados	Datos individuales
Agenda en su totalidad	Perspectiva I. Competición	Perspectiva II. Autómata.
Un único ítem de la agenda	Perspectiva III. Historia natural	Perspectiva IV. Retrato cognitivo

Fuente: (McCombs, 2006: 71).

46 “En los barómetros mensuales del CIS la agenda pública y la agenda personal tienen la forma de dos preguntas encabalgadas. Agenda pública: ¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?. Agenda personal: ¿Y cuál es el problema que a usted, personalmente, le afecta más? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?” (Bouza, 2012: 52).

Con «Perspectiva I» se hace referencia al análisis de contenido de la agenda mediática que considera la relación de temas en su totalidad, en lugar de uno solo. La razón de esta selección se debe al planteamiento de las hipótesis que se quieren contrastar. El uso de la «Perspectiva III» sólo permitiría aceptar o rechazar la hipótesis de que la agenda mediática no influye en la agenda pública y personal, en lo que a cuestiones económicas se refiere, mientras que la Perspectiva I, además de contrastar lo anterior, permite realizar un análisis de correlación para el resto de temas relevantes. Respecto a la medida de la relevancia pública, se opta por un análisis a partir de datos agregados, puesto que lo que interesa observar es la interacción que se produce entre agendas y no realizar un análisis individual de la cuestión.

Respecto al nivel de análisis de esta investigación, como se ha comentado, será de primer nivel, lo que se reduce al análisis de relaciones en la relevancia pública de los temas entre las agendas. El segundo nivel se desarrolló como consecuencia de los éxitos del primer nivel en numerosas investigaciones empíricas, lo que llevó a preguntarse si las relaciones se quedaban sólo en la relevancia, o si implicaban también una traslación de atributos asociados a esos temas. McCombs los resume diciendo:

El establecimiento de la agenda de atributos se centra en la capacidad de los medios de comunicación de influir en la manera en que nos hacemos una imagen de los objetos. Los encuadres reclaman nuestra atención hacia los puntos de vista dominantes en esas imágenes, que no sólo sugieren qué es relevante y qué es irrelevante, sino que, de manera activa “promueven una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación del tratamiento para el asunto descrito” (Goffman, 1974). (McCombs, 2006: 174)

Para esta investigación resulta suficiente abarcar hasta el primer nivel de análisis, si bien es cierto que se realiza una aproximación al hipotético efecto que podrían haber posibilitado los medios en la generación de climas de opinión, aunque no se sigue un procedimiento estrictamente válido científicamente, que debería incluir estrategias de triangulación, como para asumir relaciones de causalidad.

4. La convergencia, como modelo de comportamiento electoral

Este capítulo ha realizado un detallado repaso por los principales axiomas de los que se han considerado los principales modelos teóricos del comportamiento electoral, identificados éstos en las tradiciones reconocidas como sociológica, psicológica y de la elección racional. Sin embargo, la aparente estanqueidad teórica con la que se rebelaron en el tiempo estos modelos no implica la ausencia de relación entre ellos. Más aún, estas tres tradiciones comparten la lógica del análisis individual para la comprensión del fenómeno electoral. Por otro lado, la interrelación de las variables propuestas en los tres modelos hace que no puedan comprenderse de forma aislada.

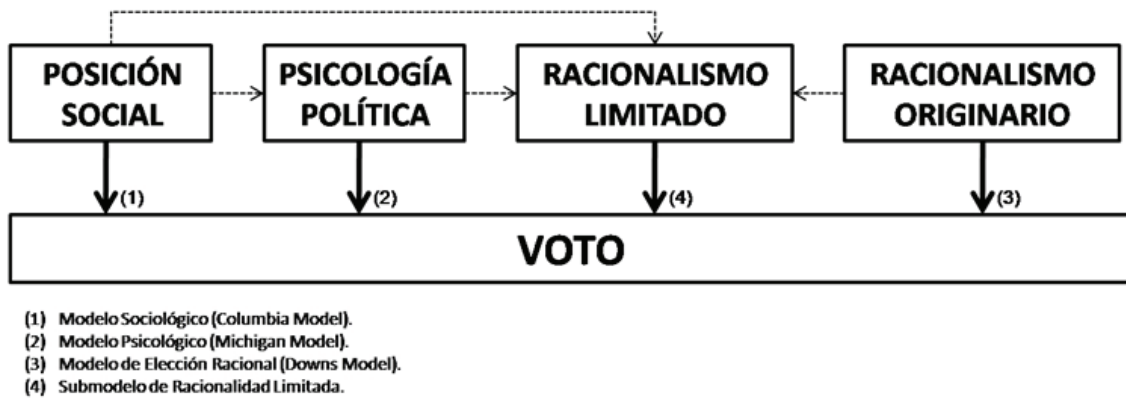
La divergencia principal de estas tres tradiciones radica en el carácter temporal. Así, mientras los modelos sociológico y psicológico comparten el carácter anclado y estable del comportamiento electoral, cargando el peso de la inestabilidad política a profundas transformaciones de la estructura social en el caso del primer modelo, o a una mayor influencia de factores a corto plazo en el caso del segundo; los postulados originarios de la escuela de la elección racional ponen la carga en el análisis estratégico individual, apartando cualquier atisbo de anclaje. Así lo hace, al menos, hasta las modulaciones de la racionalidad limitada, que sí incluyen el papel estabilizador de la heurística, proporcionada por la percepción selectiva, entre otros factores (Popkin, 1995).

Además, en esta revisión teórica también se ha querido hacer una especial referencia a tres factores de carácter contextual, cuya influencia sobre el comportamiento electoral ha sido contrastada empíricamente de forma reiterada. Se hace referencia al liderazgo político, a las características del sistema electoral, y a la comunicación, referida esta última al papel de los medios de comunicación, en general, y al de las campañas electorales, en particular.

Dicho lo anterior, y con objeto de romper la aparente estanqueidad a la que se hacía referencia de forma inicial, se ha querido plantear un esquema que simplifique las diferentes tradiciones, donde se respete la operatividad de los modelos, pero donde además se visualice las posibles conexiones entre ellos.

En este esquema (Figura II) se visualizan las relaciones entre los tres modelos o escuelas teóricas del comportamiento electoral, además del submodelo del racionalismo limitado.

Figura II. Esquema de relaciones entre escuelas del comportamiento electoral.



Fuente: Elaboración propia. Esquema inspirado en la propuesta realizada por Anduiza y Bosch (2007: 262).

Como se aprecia, la posición social influye en la construcción de valores políticos, y ambos influyen sobre la concepción del racionalismo limitado, proveyendo de atajos cognitivos al individuo en el procesamiento de una información que como se ha explicado a lo largo de las páginas, se manifiesta imperfecta y limitada. Por otro lado, y este sí de manera aislada, se representa el modelo racional, cuya interacción con el resto de modelos es inexistente. Conviene aquí resaltar la relación directa que se produce entre los cuatro modelos (tres más un submodelo) y el voto. En este sentido, aunque la mayoría de la producción científica busca establecer las relaciones entre una única variable o modelo y el voto, cada vez resulta más habitual encontrar bibliografía que afronte el estudio del comportamiento electoral de forma integradora, teniendo en cuenta una pluralidad de variables. Resultaría muy limitado un análisis que obvie una visión más compleja del fenómeno de estudio, al menos incluyendo variables en calidad de control. A este propósito, ayuda mucho el uso de las nuevas técnicas y software de análisis de datos, que permiten poner a prueba modelos estadísticos donde se incluya una diversidad de variables. En este trabajo se emplea alguna de esas técnicas y se combinan variables asociadas a los distintos modelos del comportamiento electoral.

CAPÍTULO II



METODOLOGÍA

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Una vez realizado un recorrido por los principales enfoques teóricos del comportamiento electoral, y asumiendo el enfoque holístico como corolario del modelo explicativo de voto; en este segundo capítulo se plantean las principales hipótesis de investigación que sostienen esta memoria de tesis doctoral: concretamente una hipótesis principal y siete hipótesis secundarias. Asimismo, en este capítulo se desarrollan las estrategias metodológicas y de cálculo que se llevan a cabo para contrastar las hipótesis planteadas. El abordaje de la investigación se realiza a través del método estadístico, que recordemos:

Utiliza técnicas matemáticas para descubrir relaciones entre variables [...] El mecanismo en el que se basa el control estadístico es la división de la muestra en tantas submuestras como categorías tenga la variable de control. Para cada una de las submuestras se estima la relación entre la variable independiente y la dependiente, y por lo tanto se controla por el efecto de la variable que se ha parametrizado. (Anduiza, Crespo y Méndez, 2009: 115)

En este caso, en el que se incorporan a los análisis diferentes variables de control, la muestra inicial se divide en tantas submuestras como categorías se generen de cruce de las diferentes variables de control. En las siguientes páginas se exponen las características técnicas desarrolladas en la presente investigación.

1. Hipótesis de investigación

A continuación, se presentan las hipótesis planteadas en esta investigación, en base a las cuales se ha diseñado el plan de investigación desarrollado en las siguientes páginas.

1.1 Hipótesis principal

En esta investigación, la hipótesis principal plantea que en España se cumple la teoría de la asimetría del voto económico si se comparan las elecciones del año 2000 con las del 2011. Esta teoría asume que la magnitud de los efectos del voto económico es mayor en

épocas de crisis –cuando se castiga a los Gobiernos– que en épocas de prosperidad económica –cuando se les premia. Esta teoría fue planteada por Bloom y Price (1975), quienes esgrimían que los electores castigan con más fuerza a los Gobiernos por la mala gestión, que los premian si los resultados económicos son buenos durante su mandato. Esta teoría ha sido contrastada empíricamente en reiteradas ocasiones (véase por ejemplo los trabajos de Nannestad y Paldam (1994; 1997) o de Bellucci y Lewis Beck (2011)). Para el caso español, Fraile (2002) obtiene resultados contrarios a la hipótesis de la asimetría, argumentando que:

La magnitud del voto económico tanto prospectivo como retrospectivo para los partidos en el gobierno frente a su principal opositor es mayor en las elecciones del 2000, celebradas en un momento de expansión económica. Por tanto, la hipótesis de la asimetría del voto económico no se cumple para el caso español si se comparan las elecciones de 1996 y 2000. (Fraile, 2002: 145)

Sin embargo, podría plantearse la hipótesis, como también advierte la autora del artículo, que en las elecciones del 2000 el PP no sólo rentabilizó en términos electorales los beneficios de una clara mejoría de la situación económica nacional, tal y como avalaban los datos macroeconómicos, sino que también se benefició de las expectativas generadas por la expansión de la Unión Económica Europea, la llegada del euro, y en general un ciclo económico expansivo. Igualmente, la derrota de los socialistas en el año 1996 tampoco se debió en exclusiva a la situación económica de declive, sino que los escándalos políticos, el debilitamiento del liderazgo de Felipe González y la progresiva modernización de la oposición brindó al Partido Popular la victoria. En el ciclo electoral estudiado en esta ocasión, que abarca hasta las elecciones de 2011, sí se puede afirmar con un menor riesgo de error, que la situación y gestión económica es el principal factor que planea sobre la legislatura, lo que posibilita un escenario de estudio más privilegiado, por estar menos contaminado por otros factores.

1.2 Hipótesis secundarias

A continuación se presentan un total de siete hipótesis secundarias que esta investigación procurará contrastar a partir del diseño metodológico que se explica más adelante.

[H1] *Se considera que en España el elector incluye en mayor medida el componente valorativo sobre las expectativas económicas (voto prospectivo) (Fraile, 2002, 2005; Bosch y Riba, 2005), que el factor evaluativo sobre la situación económica pasada (voto retrospectivo) (Fiorina, 1978, 1981; Nannestad y Paldam, 1993; Lewis-Beck, 1988; Key, 1958, 1966; Kinder y Kiewiet, 1979).*

[H2] *En segundo lugar, se estima que un mayor nivel de seguimiento de la información política en los medios de comunicación influye negativamente en el voto al partido en el Gobierno, especialmente en elecciones contextualizadas en una crisis económica.* La argumentación de esta hipótesis radica en la consideración de que el seguimiento que realizan los medios de comunicación de la situación económica es fundamentalmente negativa –más noticias negativas que positivas sobre las condiciones que presentan sobre el contexto económico– (visto en Aruguete, 2015: 101⁴⁷). Es decir, que el elector que realiza un mayor nivel de seguimiento de la información política estará expuesto a un mayor número de impactos informativos negativos sobre la situación económica y por tanto estará más condicionado para penalizar al partido en el Gobierno. En este sentido, y a pesar de que la economía es considerada como un tema “experiencial” (McCombs, 2006: 121) sobre el que los medios tienen una influencia limitada, se entiende que la sobreexposición a noticias de índole económica redunda en una mayor predisposición a penalizar al partido en el Gobierno.

[H3] *Asimismo, se estima que la influencia de los factores económicos en la probabilidad de votar al Partido Popular es mayor que en la probabilidad de votar al PSOE.* La explicación a esto se referiría a un mayor peso otorgado de los votantes socialistas a otras políticas públicas, de índole social, como se plantea en la H5. Sobre esta hipótesis cabe avanzar una limitación derivada de los casos de estudio seleccionados, consistente en la desigualdad de contextos en los que se pone a prueba el modelo propuesto. Así, si se estima que los factores económicos influyeron en mayor medida en las elecciones de crisis que en las de bonanza, y en las elecciones de crisis es el PSOE el partido oficialista, resultaría razonable que en éste incidieran más los factores económicos. Para tratar de superar esta limitación también se pondrán a prueba los modelos para el principal partido de la oposición, en ambos contextos.

[H4] *La cuarta hipótesis hace referencia a la probabilidad de voto en función de la hipotética gestión de la economía que realizaría la oposición. Concretamente, se entiende*

47 Se hace referencia al estudio de Hester y Gibson (2003).

que *la probabilidad de voto al Gobierno está influenciada por la valoración de la hipotética gestión que realizaría la oposición si estuviera en el Gobierno, siendo mayor la probabilidad de voto al Gobierno cuanto peor se valore la hipotética gestión que realizaría la oposición.* Esta hipótesis fue planteada por Sanders (1996 y 2000) y contrastada empíricamente en numerosas investigaciones. Como se enunciaba en el marco teórico de esta memoria de tesis, cabe esperar que un elector seguiría votando por el partido en el Gobierno aun cuando valore mal su gestión económica, si concluye que la oposición gestionaría todavía peor dicha política pública.

[H5] La quinta hipótesis es una adaptación de la anterior al ámbito de la política social. La gestión de un Gobierno va mucho más allá que la gestión de las políticas estrictamente económicas. Abarca la seguridad, la educación, la sanidad, la garantía del sistema de pensiones y un largo etc. Pero son precisamente las políticas públicas con un carácter más social, junto a aquellas con una impronta económica, las que más afectan a la cotidianidad del ciudadano. Cabría pensar que el elector, en el proceso de racionalización de su voto, también sopesa la gestión de las políticas sociales llevadas a cabo por el partido en el Gobierno, así como la hipotética gestión que de ellas haría la oposición.

Que el gobierno pierda o no las elecciones depende no sólo de su gestión de la economía y de que los electores la evalúen positiva o negativamente. Depende también de su capacidad para eludir de manera convincente las responsabilidades en épocas de crisis económica, o de las compensaciones que ofrezca al electorado en términos de políticas sociales. (Fraile, 2005: xviii)

En el ámbito español han sido varios los autores que han abordado la influencia de esta variable en el comportamiento electoral, si bien cabe destacar las aportaciones realizadas por Marta Fraile (2002; 2005), González (1996) y Maravall (1997). Por tanto, la hipótesis planteada en este trabajo (H5) busca corroborar *la existencia de relación entre la valoración de la gestión de la política social y el voto, asumiendo además que esta relación será estadísticamente superior en el caso de la probabilidad de voto al partido socialista que al partido popular.*

[H6] Igualmente, *se estima que el voto social tendrá una importancia superior en situaciones de crisis que en situaciones de bonanza.*

[H7] Por último, este trabajo sostiene que *la percepción que tiene la opinión pública de la crisis económica como un problema general en España está condicionada por su cobertura mediática*. La lógica de esta hipótesis no es otra que la de contrastar las teorías que asumen que la economía, al ser una cuestión experiencial, no se correlaciona con la misma fuerza entre agendas mediática y pública, que otros temas no experienciales, como el terrorismo o la inmigración, por ejemplo. Igualmente, ayuda a comprender de una forma más completa los resultados obtenidos a partir de la puesta a prueba de la hipótesis número dos.

2. Diseño de la investigación H0-H6

El principal objetivo de esta investigación es determinar la influencia de una serie de variables sobre el comportamiento electoral, en un espacio temporal acotado a dos procesos electorales: las elecciones del 2000 y 2011 en España. Como se ha indicado en el epígrafe de justificación, esta selección temporal responde a la existencia de un contexto económico y político privilegiado para el análisis del voto económico. De manera resumida:

- a) Las elecciones del 2000 y 2011 refieren dos contextos económicos antagónicos: bonanza en 2000 y crisis en 2011.
- b) La economía es el *issue* principal en la competición electoral, algo que no ocurre en otros comicios del mismo caso. Así por ejemplo, en las elecciones de 1996 las elecciones se presentan condicionadas por los escándalos políticos y el debilitamiento del PSOE tras cuatro legislaturas en el poder; las elecciones del 2004 se presentan con un cambio en el líder de los populares, distinto del que había sido Presidente del Gobierno, además de un contexto muy marcado por la guerra de Irak y otros *issues*. Las elecciones de 2008 son las primeras elecciones tras el estallido de la crisis económica, sin embargo el PSOE logra posicionar otros temas de campaña soportados sobre la percha de los derechos sociales y la protección a los más débiles.
- c) Los dos principales partidos españoles se presentan a reelección, con resultados dispares, de continuidad (2000) y cambio (2011), lo que permite captar el efecto del castigo y del premio como consecuencia del clima económico.

El carácter estructurado de la investigación en dos procesos electorales determina la necesidad de presentar los resultados de las técnicas de investigación aplicados de una forma comparada, y para tal fin se busca la creación y aplicación de modelos analíticos lo más

homogéneos posibles en ambas elecciones, con objeto de que la comparación sea lo más uniforme posible. No obstante, se adelantan dos de las principales limitaciones metodológicas para la comparación que se presentan en este trabajo, consistente por un lado en la falta de homogeneidad de las herramientas de medición aplicadas en los estudios que abordan ambas elecciones y por otro lado, la limitación derivada de adaptarse a una fuente de datos ya elaborada, sin capacidad de intervenir en la operacionalización de algunos conceptos clave para esta investigación. Si bien no queda más que la resignación respecto a la segunda limitación mencionada, en el caso de las divergencias técnicas que presentan los dos estudios clave de la investigación, se trató de limitar las consecuencias metodológicas de dicho problema poniendo a prueba, además de los modelos ampliados, diversos modelos de voto más reducidos que, aunque estos modelos no cubren todas las variables consideradas indispensables para este estudio, sí presentan la homogeneidad que se requiere para la comparación. Estos modelos se aplican en estudios que abordan el ciclo electoral 1996-2011, concretamente a partir de estudios realizados en 1998, 2000, 2002, 2004, 2006, 2008 y 2010, lo que redundará en una mejor comprensión del fenómeno objeto de estudio. Este análisis longitudinal aporta información relevante acerca de la estabilidad o inestabilidad de la influencia de los variables de interés para la investigación.

2.1. Variables

La selección de las variables empleadas en este estudio se explica por tres razones:

1. En primer lugar, porque existe una relación teórica y contrastada de todas ellas con el comportamiento electoral, tal y como se desarrolla en el marco teórico.
2. La segunda razón se encuentra en la presencia recurrente de buena parte de estas variables en los modelos de voto económico presentes en la bibliografía. Si bien es cierto que las variables no se han operacionalizado de forma idéntica a los modelos propuestos en otros estudios, su inclusión como variable si se ha identificado recurrente.
3. La tercera razón está asociada a la capacidad explicativa del modelo que requiere la inclusión de una serie de variables de control, cuyo carácter interviniente en la relación de la variable dependiente y las variables independientes ha sido reiteradamente contrastada empíricamente. Igualmente, se ha limitado la inclusión de algunas variables que se consideraban determinantes en el comportamiento electoral, como puede ser

el recuerdo de voto o la simpatía, por generar problemas estadísticos de multicolinealidad⁴⁸ en los modelos.

A continuación, se presentan los dos modelos de voto económico que se ponen a prueba en este trabajo. El primero de ellos se aplica en exclusiva para el caso de las elecciones del 2000 y 2011, y el segundo se aplica para el ciclo electoral 1996-2011.

Ecuación (2000-2011)

$Y = f(\text{Expectativas económicas} + \text{Valoración de la política económica del Gobierno} + \text{Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición} + \text{Política social} + \text{Consumo informativo} + \text{Variables de control} + \epsilon)$.

Ecuación (1996-2011)

$Y = f(\text{Evaluación retrospectiva situación económica} + \text{Expectativas económicas} + \text{Valoración del Gobierno} + \text{Valoración de la oposición} + \text{Variables de control} + \epsilon)$.

2.1.1 Variable dependiente

La variable dependiente (y) es la intención de votar al partido en el Gobierno en elecciones generales, declarada en la encuesta. Dada la técnica de análisis que se aplicará, regresión logística binomial, la variable dependiente se recodifica tomando el valor 1 para la intención de voto al partido en el Gobierno (PP en 2000 y PSOE en 2011); y 0 para el resto de categorías (incluidos los que responden que no votarán + no sabe + no contesta). No obstante, como el modelo se aplica tanto para el PSOE como para el PP en cada elección, la variable dependiente también tomará el valor 1 (para el segundo partido) y 0 para el resto de categorías de respuesta.

El uso de esta operacionalización de la variable dependiente podría dar lugar a críticas, al agrupar en la misma categoría la intención de votar al resto de partidos políticos distintos al oficialista. Sin embargo, lo que se persigue no es medir la probabilidad de voto al partido en el Gobierno respecto a la probabilidad de voto a otros partidos, para lo cual quizás hubiera sido más acertado aplicar el logit multinomial. Tampoco persigue medir la

⁴⁸ La multicolinealidad es una situación en la que se produce una muy fuerte correlación entre variables explicativas.

relación de las variables entre sí, para lo que se hubiera recurrido a un análisis con ecuaciones estructurales. Por el contrario, en este caso lo que se busca es medir la probabilidad de voto al partido en el Gobierno respecto a la probabilidad de no votarle.

Por tanto, esta estrategia de codificación resulta más apropiada para la técnica de contraste que se ha empleado, para el objetivo perseguido y también para evitar una alta pérdida de casos en la muestra.

2.1.2 Variables independientes

La variable «**Expectativas económicas**» hace referencia a la opinión del individuo acerca del futuro de la situación general de la economía nacional. Esta variable está presente en la práctica totalidad de investigaciones sobre voto económico y modelos de popularidad, respondiendo a una hipótesis clásica sobre el voto prospectivo o por expectativas. En ambos estudios la variable se presenta de forma idéntica en las categorías de respuesta, pero con matices en la formulación de la pregunta, pues en el estudio del 2000 se plantea como valoración a un año vista, mientras que en 2011 se plantea tras el desarrollo de las elecciones. Por otro lado, la estrategia de recodificación es similar. La variable toma el valor 0 “Expectativas económicas pesimistas”, cuando se cree que el futuro de la economía será peor o mucho peor; el valor 1 “Expectativas moderadas”, cuando se cree que el futuro económico será igual; y 2 “Expectativas económicas optimistas”, cuando se considera que el futuro económico será mejor o mucho mejor.

La variable «**Valoración de la política económica del Gobierno**» se refiere a la valoración que realizan los encuestados de la gestión del Gobierno en materia económica. Esta variable se mide igual en ambos estudios (2000 y 2011), y se recodifica tomando el valor 0 “Valoración negativa”, cuando en la variable original se valora como mala o muy mala; el valor 1 “Valoración moderada”, cuando en la variable original se valora regular; y el valor 2 “Valoración positiva”, cuando en la variable original se valora como buena o muy buena.

La variable «**Evaluación hipotética gestión de la economía de la oposición**» se refiere a la valoración que realizan los encuestados de la gestión que el principal partido de la oposición hubiera realizado en materia económica en el caso de que éste hubiera estado al frente del Gobierno. Esta variable se mide de forma distinta en cada estudio. Así, en el caso del 2000 se pregunta a los encuestados directamente si cree que el partido de la oposición hubiera gestionado la economía mejor o igual que el partido en el Gobierno. Mientras que

en el caso del 2011 se pregunta a los encuestados sobre qué partido creen que gestionaría mejor la política económica. En el caso del 2000 la variable toma el valor 1 cuando cree que la oposición la hubiera gestionado mejor, y toma el valor 0 cuando cree que la hubiera gestionado peor. En el estudio del 2011 la variable toma el valor 1 cuando cree que la oposición (PP) hubiera gestionado mejor la economía, y 0 cuando cree que el Gobierno (PSOE) la hubiera gestionado mejor.

La variable «**Partido que mejor gestiona la política social**» se refiere a la valoración que realizan los ciudadanos sobre qué partido creen que gestionaría mejor la política social, el Gobierno o la oposición. Esta variable se incluye a colación de los estudios elaborados por Marta Fraile (2002; 2005) y de González (1996)⁴⁹, entre otros, en los que a partir de un modelo al que Fraile denomina “voto extendido”, confirma la influencia de la variable en el comportamiento electoral. Dado especialmente el contexto del 2011, en el que el PSOE intenta sostener su gestión sobre la idea de haber protegido lo público y a los más desfavorecidos a pesar de la crisis económica, incluir esta variable resultaba muy oportuno. La política social no es un ítem medido directamente en las encuestas, por lo que requiere de un proceso de operacionalización del concepto a partir de la creación de un índice. El índice de política social que se presenta aquí se construye como una combinación simple de ítems a partir del sumatorio de tres políticas públicas: la educación, la sanidad y la política de empleo⁵⁰. Si bien la educación y la sanidad son dos políticas tradicionalmente asociadas a las políticas sociales, la inclusión en este concepto de la política de empleo podría generar un mayor debate. En efecto, la política de empleo podría situarse en una posición intermedia entre las políticas económicas, si se observa desde el prisma de las políticas públicas destinadas al incremento del empleo y su calidad (políticas laborales, convenios colectivos, incentivos fiscales a la contratación, formación para desempleados, etc.); o desde una pers-

49 En este artículo, Juan Jesús González reflexiona sobre la capacidad de los Gobiernos nacionales para influir en la economía y argumenta que “los gobiernos socialdemócratas han tratado de compensar los costes sociales de políticas económicas cada vez más rigurosas mediante políticas de bienestar social” (1996: 51).

50 Una de las limitaciones más importantes que presenta este análisis es que en el estudio preelectoral de las elecciones del 2011 la política social constituye una categoría propia, independientemente de la sanidad, la educación y la política de empleo. Sin embargo, en el estudio preelectoral del 2000 la categoría de política social no estuvo incluida en la pregunta. En este sentido, a pesar de la limitación que supone, se decidió primar las categorías presentes en ambos estudios y construir un índice propio, como elemento válido para la comparación.

pectiva social donde se pone el acento en las ayudas públicas al sector de desempleados (subsidios de desempleo, rentas mínimas de inserción social, ayudas para familias con todos los integrantes en desempleo, etc.). En este caso, se pone el foco en la perspectiva más social de las políticas de empleo, especialmente si se circunscriben al contexto del 2011.

En ambos casos el índice consta de cuatro valores, tomando el valor 0 cuando se opina que el Gobierno gestionaría mucho mejor la política social (el partido en el Gobierno gestionaría mejor las tres políticas); el valor 1 cuando el Gobierno gestionaría algo mejor la política social (el Gobierno gestionaría mejor que la oposición, al menos, dos políticas públicas); el valor 2 cuando la oposición gestionaría algo mejor la política social (la oposición gestionaría mejor que el Gobierno, al menos, dos políticas públicas); y el valor 3 cuando la oposición gestionaría mejor que la oposición las tres políticas públicas. En el estudio del 2000 las categorías iniciales “igual”, “no sabe” y “no contesta” se envían a perdidos. Lo mismo ocurre con las categorías “otro partido”, “ninguno”, “no sabe” y “no contesta” del estudio de 2011.

La variable «Consumo informativo» está referida al consumo de información política a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio y televisión). Para su operacionalización, de nuevo se ha construido un índice que combina el consumo de información política a través de prensa, televisión y radio, a partir de un sumatorio. Respecto a la recodificación de las variables originales para construir el índice, para cada ítem (prensa, radio o televisión), los valores originales 1 “Todos los días o casi todos los días” y 2 “Cuatro o cinco días por semana”, se han recodificado como 2 “Seguimiento informativo alto”; los valores originales 3 “Dos o tres días por semana” y 4 “Sólo los fines de semana” se han recodificado como 1 “Seguimiento informativo medio”; y los valores originales 5 “De vez en cuando” y 6 “Nunca o casi nunca” se han recodificado como 0 “Seguimiento informativo bajo”. El índice se construye como suma de los tres ítems y toma valores entre 0 y 6, siendo 0 cuando se trata de nivel informativo bajo y 6 cuando se trata de nivel informativo alto.

Esta variable ayudará al abordaje de la séptima hipótesis, sobre *agenda setting*. Si esta variable resulta significativa en el modelo, entonces podría pensarse que el consumo de información política a través de los medios de comunicación es una cuestión relevante en el proceso de racionalización del voto, lo que generaría mayor interés para observar el comportamiento de la agenda de los medios, en lo que a cuestiones económicas se refiere.

En lo que respecta a la variable «Evaluación retrospectiva de la situación económica», se ha recodificado tomando el valor 1 cuando el encuestado considera que la situación económica es peor que la de hace un año; tomando el valor 2 cuando opina que es igual; y tomando el valor 3 cuando cree que es mejor en el momento de realizar la entrevista. Como se apuntó en el apartado teórico, esta variable suele acompañar, en los estudios sobre el caso español, a la variable de evaluación prospectiva.

Las variables «Valoración general de la labor del Gobierno» y «Valoración general de la labor de la oposición» son indicadores de valoración y evaluación de gestión que sobrepasan a la tradicional variable de valoración de líder, que presenta diferencias generales poco significativas y que arroja un resultado más limitado estadísticamente⁵¹ que la valoración de ambos órganos, en este caso colegiados. En este sentido, los valores de las variables varían del 1 (muy mal) al 5 (muy bien). El resto de categorías (no sabe y no contesta) se excluyen del análisis.

2.1.3 Variables de control

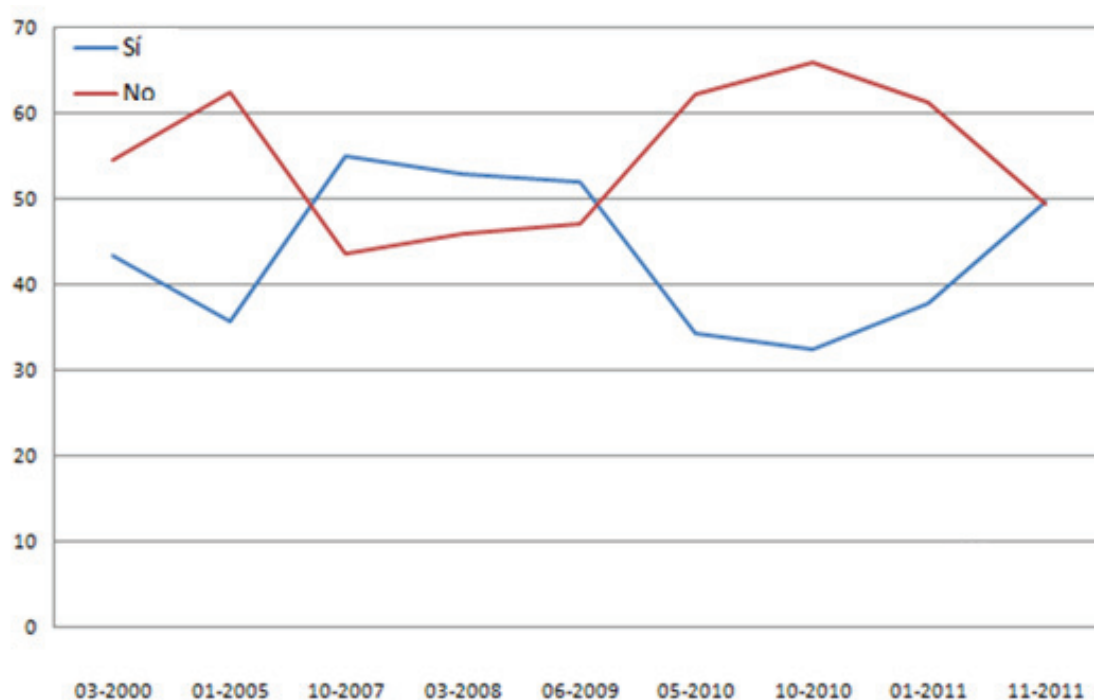
En lo que respecta a las variables de control, solamente se incluyen en el análisis aquellas variables que tradicionalmente se emplean en estudios de carácter electoral y que recogen la herencia de otras escuelas del comportamiento electoral, lo que ayuda a abordar el fenómeno del voto de una forma más holística. Las variables de control y su estrategia de recodificación es la siguiente:

La variable «Ideología» se refiere a la autoubicación que realizan los individuos en el continuum izquierda-derecha, que toma los valores entre 1 (extrema izquierda) y 10 (extrema derecha). Se incorpora al análisis como variable ordinal, tal y como también realizan otras investigaciones sobre voto económico en España (Maravall y Przeworski, 1999; Fraile, 2002). Se ha considerado la ideología como variable de control por su reiterada presencia en los estudios explotados, al contrario que ocurre con otras posibles variables

51 Una de las limitaciones que arroja el análisis del liderazgo “personalizado” está asociado a la diferente distribución de los niveles de conocimiento, lo que redundaría en un efecto distorsionador de la valoración obtenida, además de reducir el número de casos. Por otro lado, el análisis se complica cuando se realizan cambios de liderazgo en los partidos (por ejemplo, la sustitución de José Luis Rodríguez Zapatero por Alfredo Pérez Rubalcaba en el año 2011 dificulta medir el efecto real del liderazgo). En este sentido, se entendió que la medición del liderazgo compartido, midiendo la gestión del Gobierno o del principal partido de la oposición, reducía las limitaciones anteriores.

prescriptoras de las orientaciones políticas, como puede ser la identificación partidista o la distancia ideológica. Además, el nivel de identificación partidista en España continúa siendo escaso⁵², en torno al 50% en noviembre de 2011, tal y como se aprecia en la siguiente gráfica, que representa la evolución del sentimiento de identificación partidista en el ciclo 2000-2011. En cambio, el promedio de porcentaje de entrevistados en España que no se ubican en la escala ideológica (no saben o no quieren responder) es de 23,41% para el periodo que abarca desde enero del 2000 hasta diciembre del 2011, según datos barométricos del Centro de Investigaciones Sociológicas. Esta variable resulta clave para controlar que las percepciones sobre la economía no sean una racionalización de la ideología.

Gráfico III. Identificación partidista en España 2000-2011 (%).



Fuente: Elaboración propia partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas. Estudios nº: 2.384, 2.588, 2.736, 2.757, 2.807, 2.837, 2.849, 2.860, y 2.920.

52 “El sentimiento de identificación con un partido político alcanza en España a la mitad de los electores (el 50 por 100), encontrándose notablemente menos extendido que en los restantes países de la Comunidad Económica Europea. Si su extensión es reducida, su intensidad no lo es en menor medida: un nivel fuerte de identificación aparece tan sólo entre el 13 por 100 de los españoles” (Castillo, 1990).

Ahora bien, conviene realizar una puntualización técnica respecto a los coeficientes derivados del análisis logit para esta variable, afectando especialmente al cálculo de probabilidades, pues podría entenderse que los resultados son especialmente importantes para el Partido Popular, dado que el efecto multiplicador beneficia a aquel partido más cercano a la derecha de la escala, que a aquel partido que se posiciona en términos modales cercano a la media, como le ocurre al PSOE. Existen algunas alternativas que reducen esta limitación, como el uso de categorías que segmenten la variable original, por ejemplo, pero la ganancia en términos explicativos no compensa con la pérdida de datos que implica para la categoría de referencia.

La variable «Sexo» se refiere al género del individuo, y toma el valor 1 para las mujeres y 0 para los hombres.

La variable «Edad» se refiere a la edad del individuo entrevistado. En este análisis la variable se introduce de forma métrica y comienza en el 18 (mayores de edad).

La variable «Educación» se refiere al nivel de estudios del individuo en base al sistema educativo español. La variable presenta seis valores, y oscila entre el valor 1 (sin estudios) y el 6 (estudios universitarios). Se excluyen del análisis los referidos a “otros estudios” y “no contesta”.

Finalmente, la variable «Ocupación» se refiere a la situación del individuo en relación al mercado laboral. La variable tiene 5 categorías: 1 trabaja, 2 jubilado o pensionista, 3 parado, 4 estudiantes, y 5 labores del hogar. La categoría de referencia es la referida a los individuos que trabajan, como consecuencia de ser la que mayor tasa de respuesta presenta.

En definitiva, la estrategia de recodificación llevada a cabo trata de minimizar la pérdida de casos, aunque evita forzar agrupaciones que puedan afectar a la calidad de los resultados obtenidos y su comprensión. En la Tabla IV se resumen las variables seleccionadas para el análisis y el sistema de codificación empleado.

Tabla IV. Sistema de codificación empleado para las hipótesis H0-H7.

Estudio	Variable	Valores	Etiquetas
2000 y 2011 1996-2011	Expectativas económicas	0	Expectativas económicas pesimistas
		1	Expectativas económicas moderadas
		2	Expectativas económicas optimistas
2000 y 2011	Valoración de la política económica del Gobierno	0	Valoración negativa
		1	Valoración moderada
		2	Valoración positiva
2000 y 2011	Evaluación hipotética gestión de la economía de la oposición	0	La oposición gestionaría mejor
		1	La oposición gestionaría peor
2000 y 2011	Partido que mejor gestiona la política social	0	El partido en el Gobierno gestionaría mejor las tres políticas
		1	El Gobierno gestionaría mejor que la oposición, al menos, dos políticas públicas
		2	La oposición gestionaría mejor que el Gobierno, al menos, dos políticas públicas
		3	La oposición gestionaría mejor que la oposición las tres políticas públicas
2000 y 2011	Consumo informativo	0	Nivel informativo bajo
		1, 2, 3, 4, 5	...
		6	Nivel informativo alto
1996-2011	Evaluación retrospectiva de la situación económica	1	La situación económica es peor que la de hace un año
		2	La situación económica es igual que la de hace un año
		3	La situación económica es mejor que la de hace un año

Tabla IV. Sistema de codificación empleado para las hipótesis H0-H7.

Estudio	Variable	Valores	Etiquetas
1996-2011	Valoración general de la labor del Gobierno	1	Muy mal
		2, 3, 4	...
		5	Muy bien
1996-2011	Valoración general de la labor de la oposición	1	Muy mal
		2,3,4	...
		5	Muy bien
2000 y 2011 1996-2011	Ideología	1	Extrema izquierda
		2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	...
		10	Extrema derecha
2000 y 2011 1996-2011	Sexo	0	Hombres
		1	Mujeres
2000 y 2011 1996-2011	Edad	18-99	18-99 años
2000 y 2011 1996-2011	Educación	1	Sin estudios
		2, 3, 4, 5	...
		6	Estudios universitarios
2000 y 2011 1996-2011	Ocupación	1	Trabaja
		2	Jubilado o pensionista
		3	Parado
		4	Estudiantes
		5	Labores del hogar

Fuente: Elaboración propia a partir de la codificación establecida para los modelos estadísticos.

2.2. Fuentes de datos: Encuestas de opinión pública

Una vez definidas las variables que sustentan la investigación, en este apartado se describen de forma detallada las fuentes de datos utilizadas.

Los datos de opinión pública que se emplean en este trabajo proceden de organismos oficiales, concretamente del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), centro de estudios demoscópico vinculado al Ministerio de Presidencia del Gobierno de España. La principal ventaja analítica que presenta el uso de estos datos radica en la reconocida calidad metodológica del centro. La aplicación de la herramienta de los datos empleados se realiza de forma presencial a hogares, que cubren todo el territorio nacional con muestreos polietápicos y el tamaño de las muestras es lo suficientemente amplio como para realizar segmentaciones, tal y como requieren las técnicas de análisis que se aplican y el proceso de recodificación de variables empleado. Por el contrario, presenta la debilidad de que la herramienta de medición, las preguntas del cuestionario, no se presentan siempre con la misma formulación, lo que resta rigor al carácter estandarizado con el que deben cumplir los cuestionarios. No obstante lo anterior, la accesibilidad de los datos y el carácter barométrico de buena parte de ellos, que cubren con regularidad temporal todo el ciclo electoral estudiado, ofrecen en general una buena herramienta para el análisis.

Los datos seleccionados para el estudio en profundidad de las elecciones del 2000 y del 2011 proceden de las encuestas con estructura panel que el CIS realiza con motivo de dichas elecciones, con una fotografía preelectoral y postelectoral, lo que ofrece un conocimiento muy amplio de las opiniones y actitudes del electorado español.

En la Tabla V se presentan los estudios principales que se explotan para el análisis en profundidad, si bien los modelos se aplican sobre los paneles.

Tabla V. Estudios demoscópicos explotados para el análisis de las elecciones del 2000 y 2011.

Estudio	Nº Estudio	Tamaño muestral	Error muestral	Fecha de realización
Preelectoral Elecciones Generales 2000	2.382	24040	±0,64%	Del 11 al 28 de febrero de 2000
Postelectoral Elecciones Generales 2000	2.384	5283	±1,34%	Del 18 de marzo al 18 de abril de 2000
Preelectoral Elecciones Generales 2011	2.915	17194	±0,76%	Del 6 al 23 de octubre de 2011
Postelectoral Elecciones Generales 2011	2.920	6082	±1,3%	Del 24 de noviembre de 2011 al 15 de enero de 2012

Fuente: Elaboración propia a partir de las fichas técnicas diseñadas por el CIS.

Como puede apreciarse, el tamaño muestral que ofrecen estos estudios permite la posibilidad de aplicar técnicas de análisis multivariable con solvencia. Del mismo modo, dicho tamaño muestral permite la inferencia estadística de los resultados con errores que no alcanzan el $\pm 1,5$ de error, para una situación de máxima indeterminación ($P=Q$) y para el conjunto de la muestra. La elección de estos estudios para la modelización del voto en ambos procesos responde a varias cuestiones: en primer lugar se debe a una cuestión técnica (necesidad de grandes muestras); en segundo lugar a la estructura panel del estudio, lo que redundará en una alta disponibilidad de variables a explotar; en tercer lugar por su contextualización electoral, que implica el carácter intensivo del cuestionario en dicha materia; finalmente se debe a la cercanía con el proceso electoral, que limita las tasas de no respuesta en la variable dependiente.

En la Tabla VI se resumen los datos técnicos principales de los estudios demoscópicos que se emplean para el análisis comparativo del modelo, en las elecciones generales del 2000 y 2011.

Tabla VI. Número de pregunta por variable y estudios del año 2000 y 2011.

Año de Elección	2000	2000	2011	2011
Nº Estudio	2.382	2.384	2.915	2.920
Variable Dependiente				
Intención de voto	P13		P11	
Variables Independientes				
Expectativas económicas	P7			P13
Evaluación de la política pública económica	P10		P8	
Evaluación hipotética gestión de la economía de la oposición	P11		P9	
Partido que mejor gestiona la política social	P11		P9	
Nivel de información		P15		P25
Variables de Control				
Ideología	P38		P25	
Educación	P44A		P32A	
Sexo	P42		P30	
Edad	P43		P31	
Ocupación	P45		P33	

Fuente: Elaboración propia a partir de los cuestionarios diseñados por el CIS.

Igualmente, para la selección de las preguntas se trata de emplear, preferencialmente, a las ubicadas en el estudio preelectoral, pues lo que se pretende es entender la pauta del comportamiento electoral desde la perspectiva de la intención de voto y no del recuerdo del mismo. Además, con esto también se intenta evitar los sesgos derivados del efecto *bandwagon* y *underdog*.

Por otro lado, se explotan estudios barométricos que cubren el periodo 1998 hasta el año 2011. Se presenta en la Tabla VII un resumen de las características técnicas de los estudios que se utilizan.

Tabla VII. Estudios demoscópicos explotados para el análisis de las elecciones del ciclo electoral 1996-2011.

Estudio	Nº Estudio	Tamaño muestral	Error muestral	Fecha de realización
Barómetro julio 1998	2.294	2486	±2,0%	Del 9 al 13 de julio 1998
Barómetro julio 2000	2.396	2493	±2,0%	Del 13 al 18 de julio de 2000
Barómetro julio 2002	2.463	2482	±2,0%	Del 16 al 21 de julio de 2002
Barómetro julio 2004	2.570	2487	±2,0%	Del 9 al 16 de julio de 2004
Barómetro julio 2006	2.651	2482	±2,0%	Del 10 al 16 de julio de 2006
Barómetro julio 2008	2.769	2468	±2,0%	Del 7 al 13 de julio de 2008
Barómetro julio 2010	2.843	2472	±2,0%	Del 15 al 22 de julio de 2010

Fuente: Elaboración propia a partir de las fichas técnicas diseñadas por el CIS.

La elección de estos estudios responde a varias cuestiones: en primer lugar y principalmente porque incluyen las variables consideradas básicas para el estudio del voto económico; en segundo lugar porque guardan una distancia similar entre ellos (dos años), siendo aplicados en fechas muy similares (junio-julio), lo que reduce sesgo derivados de la estacionalidad. No obstante lo anterior, es importante señalar que en los modelos no se incluyen variables de contexto que permitan controlar la posible exposición a condicionamientos exógenos. Como puede apreciarse en la tabla, los tamaños muestrales y los errores muestrales son semejantes en todos los estudios seleccionados. Igualmente, las diferencias en la formulación de las preguntas son muy limitadas.

En la Tabla VIII se expone la relación de preguntas que se emplean para el análisis de cada uno de los estudios anteriormente referenciados. Como puede apreciarse, no hay nin-

guna variable/pregunta que no esté contemplada en los estudios seleccionados. Además, la ubicación de las preguntas en el seno del cuestionario es bastante similar.

Tabla VIII. Número de pregunta por variable y estudios del ciclo 1996-2011.							
Año de Elección	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Nº Estudio	2.294	2.396	2.463	2.570	2.651	2.769	2.843
Variable Dependiente							
Intención de voto	P28	P28	P36	P28	P15	P24	P16
Variables Independientes							
Valoración económica retrospectiva	P7	P18	P26	P17	P2	P3	P2
Expectativas económicas	P8	P19	P27	P18	P3	P4	P3
Valoración Gobierno	P22	P24	P32	P23	P10	P19	P11
Valoración oposición	P23	P25	P33	P24	P11	P20	P12
Variables de Control							
Ideología	P29	P29	P37	P29	P16	P25	P18
Educación	P34.A	P34.A	P42.A	P34.A	P20.A	P29.A	P26.A
Sexo	P32	P32	P40	P32	P18	P27	P24
Edad	P33	P33	P41	P33	P19	P28	P25
Ocupación	P36	P36	P44	P36	P23	P32	P30

Fuente: Elaboración propia a partir de los cuestionarios diseñados por el CIS.

2.3 Método de investigación y técnica

El método de investigación que se emplea para corroborar las hipótesis H0-H5, a partir de la puesta a prueba de los modelos de voto económico, es el método estadístico. Esta elección se justifica por la necesidad de manejar grandes bases de datos de opinión pública con miles de casos (individuos), además de la necesidad de medir las interacciones estadísticas entre las variables de los modelos, así como del uso de datos longitudinales a partir de muestras panel que requieren el tratamiento estadístico de los mismos.

El análisis se realiza con el paquete informático SPSS (inicialmente⁵³ acrónimo de *Statistical Package for the Social Sciences*). Aunque existen diversos programas de análisis de datos, como Stata o r, por ejemplo, SPSS ofrece una herramienta especialmente diseñada para el análisis de grandes bases de datos de opinión pública. Presenta una interfaz de usuario relativamente intuitiva con un potente asistente para la realización de operaciones complejas, además de posibilitar trabajar mediante código, lo que facilita el proceso de recodificación de variables requerido. Además, el programa permite no sólo la realización de análisis de datos, sino también la tabulación de los mismos y la representación gráfica, si bien el programa es bastante modesto en cuanto a esto último⁵⁴. En cuanto a la tabulación de los datos, ésta se realiza con el doble propósito de conocer la distribución de los mismos, y de realizar un primer acercamiento a la relación entre las variables, mediante tablas de contingencia.

Respecto a la técnica estadística que se emplea para la puesta a prueba de los modelos de voto económico anteriormente planteados, será la regresión logística binaria. La elección de esta técnica responde al objetivo del análisis: conocer la influencia de una serie de variables independientes (predictoras) en la probabilidad de votar al partido de Gobierno, frente a la probabilidad de no votarlo. El carácter dicotómico de la variable dependiente (voto partido del Gobierno frente no voto a partido del Gobierno), aunque artificial, justifica la elección de la técnica de regresión logística binaria.

Tradicionalmente, los estudios que proponen modelos de voto utilizan la técnica del logit multinomial, también en el caso español (Fraile, 2002, 2005; Rico, 2009; Llera, 2016; Lago, 2005; Sáez, 2002). Sin embargo, lo que estos modelos pretenden es calcular la probabilidad de voto a un partido frente a la probabilidad de voto a otro u otros, algo que ya se ha aclarado no es objeto de esta investigación.

Por último, frente a la técnica del análisis discriminante, cuyo uso también es frecuente en el estudio del comportamiento electoral:

En el análisis discriminante las variables independientes deben cumplir una serie de supuestos de normalidad y de igualdad de varianzas, que en el modelo de regresión logística no son necesarios (Torrado y Berlanga, 2013). [...] El modelo de regresión lo-

53 En la actualidad SPSS es un nombre propio, no un acrónimo.

54 Todas las gráficas que se presentan en este trabajo doctoral se ha realizado en Microsoft Excel.

gística no presenta condiciones de aplicación restrictivas. Por ello se dice que la regresión logística es más robusta que el análisis discriminante, al requerir menos supuestos (Pérez y Santín, 2007)” (Berlanga y Vilà, 2014: 106-107).

En la regresión logística los parámetros se estiman a través del método de máxima verosimilitud. Además de analizar los resultados del análisis de regresión, se calculan funciones de probabilidad siguiendo la fórmula:

$$P_i = \frac{e^y}{1+e^y} = P_i = \frac{1}{1+e^{-y}}$$

Siendo y la función lineal del modelo de regresión logística, y e la base de logaritmos neperianos. Posteriormente, se representa a través de gráficos la probabilidad de voto al partido en el Gobierno y a la oposición a partir de electores tipo, que se concretan en el capítulo de análisis.

3. Diseño de la investigación H7

3.1 Análisis de agenda *setting* de la legislatura 2008-2011

En el marco teórico ya se hizo referencia a la influencia que los medios de comunicación tienen para determinar las estructuras cognitivas de los ciudadanos. Se habló de la capacidad que tienen los medios para construir pseudo-realidades que son generalmente aceptadas como válidas por los ciudadanos. Desde esta perspectiva, resulta interesante conocer hasta qué punto existe relación entre la agenda de problemas de los ciudadanos y los temas sobre los que los medios colocan el foco de atención.

Derivado de lo que se apuntaba en el marco teórico, se estima que los ciudadanos construyen su realidad, su opinión, de dos maneras diferenciadas. Por un lado, si los temas son experienciales, como la atención sanitaria, la calidad de las escuelas o la situación económica, los ciudadanos pueden crearse una opinión referenciando su propia experiencia, la de su familia o la de sus amigos. Por otro lado, si los temas se escapan del quehacer diario, como el terrorismo o las relaciones internacionales, por ejemplo, entonces el individuo se ve abocado a recurrir a información extra para formarse una opinión, fundamentalmente a los medios de comunicación. Así, partiendo de esta hipótesis que, como se decía, ha sido

apuntada de manera teórica⁵⁵ (McCombs, 2006; Zucker, 1978; Downs, 1970), podría entenderse que los ciudadanos no necesitan recurrir a los medios para crearse una opinión sobre la situación y el clima económico. Es decir, al tratarse la economía de una cuestión altamente experiencial no cabría esperar una excesiva relación de la agenda personal con la agenda mediática. Si la hubiere, si existiera una relación con una alta significación estadística entre agenda pública y mediática en cuanto a economía se refiere, entonces podría plantearse la hipótesis de que la opinión de los ciudadanos, también en lo relativo a la economía, está siendo determinada por el efecto de los medios de comunicación.

Podría plantearse que en una situación económica como la que aconteció en el año 2011, existiera una fuerte relación entre lo que dicen los medios de comunicación y lo que piensan los ciudadanos, respecto a la coyuntura económica. Lo que se plantea en esta investigación no es observar las dos agendas (pública y mediática) de forma aislada, sino compararlas y medir sus relaciones con cálculos estadísticos. El objetivo, como se apuntaba al iniciar este apartado, es comprobar hasta qué punto se relaciona la agenda pública con la agenda mediática, especialmente en lo referido a la economía, para la legislatura de 2008-2011, en las que los factores económicos determinaron todas las agendas.

Desde el punto de vista teórico resulta interesante hacer referencia, de nuevo, a la Tipología de Acapulco, sobre las perspectivas para medir los efectos del establecimiento de agenda. La propuesta metodológica en la que se enmarca esta parte de la investigación, como ya se advirtió en el primer capítulo, responde a la Perspectiva I, denominada “Competición”. Esta perspectiva engloba el análisis de la agenda en su totalidad y trabaja con datos agregados que permiten conocer la relevancia que los medios otorgan a los distintos ítems. Ahora bien, es importante señalar que el peso del análisis se centra exclusivamente en uno de los temas. Efectivamente, el trabajo de investigación pone el foco en la economía, aunque ello no implica que no resulte necesario para tener una idea de conjunto analizar la agenda en su totalidad o, al menos, del conjunto de temas más relevantes. Todo ello porque se necesita un referente con el que comparar el protagonismo de un tema, su relevancia, respecto a los demás.

55 En España también está demostrada esta influencia diferenciada (Canel, Llamas y Rey, 1996; Humanes, 2013).

Para conseguir este objetivo y corroborar la hipótesis planteada se tienen que analizar las dos agendas: la agenda pública y la agenda mediática. Así, mientras la primera procede de datos de encuestas de opinión pública, para conocer la agenda mediática se requiere contar con una metodología de análisis de contenido.

3.1.1 Agenda pública

La información sobre la agenda pública es fácilmente accesible. El Centro de Investigaciones Sociológicas incorpora desde septiembre del año 2000 en sus barómetros varias preguntas que hacen referencia a la agenda de problemas generales. Aunque hubiera sido interesante incorporar al análisis datos previos a las elecciones del 2000, el hecho de que el estudio de las agendas se incorpore a los barómetros del CIS de manera posterior a los comicios nos hace descartar el análisis de agenda *setting* para el caso del 2000. Debe mencionarse que tampoco se han localizado otros estudios, fuera del CIS, que cubriesen esta cuestión de forma sistemática. No obstante, sí se ofrecen datos de agenda mediática para los meses previos a las elecciones del 2000, a fin también de establecer comparaciones entre el papel de los medios en ambos contextos.

La forma de medir las agendas que utiliza el CIS es similar a la utilizada en la investigación comparada para realizar análisis de agenda *setting*, con la pregunta introducida por Gallup (McCombs, 2006; Rodríguez R., 2004: 36):

Agenda pública: ¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero? (multirrespuesta).

Como se aprecia, la agenda pública se mide a partir de tres preguntas (primer, segundo y tercer problema). Es decir, cada individuo puede mencionar hasta tres respuestas (problemas), lo que cada uno de los problemas puede dar un porcentaje superior al 100%. En esta investigación se emplea lo que se denomina agenda agregada, que es igual “a los datos marginales (frecuencias) del CIS en sus barómetros, y se trata, por tanto, de unas agendas agregadas (así se llaman: agendas de todos los votantes: sin fijarnos en ningún sector especialmente)” (González y Bouza, 2009: 219).

En el análisis no se recogen todos los temas, sino aquellos que se consideran más importantes. En este sentido, el propio McCombs advierte que debe ser a partir del 10%.

Este porcentaje [10%] es el nivel de preocupación entre el público que ha sido identificado como el umbral de la atención pública significativa. Esta gran restricción en el tamaño de la agenda pública se explica por los límites de los recuerdos del público, tanto de tiempo como de capacidad psicológica. (McCombs, 2006: 85)

Siguiendo a McCombs, se recogen sólo los datos de los problemas que superen el 10% de importancia, o hasta un máximo de 10 problemas en caso de que no sean cubiertos con la regla del 10%.

Para la construcción de la agenda pública se emplean todos los barómetros elaborados por el Centro de Investigaciones Sociológicas desde octubre de 2008 hasta enero de 2011. Los barómetros del CIS tienen una ficha técnica idéntica, estando conformados por una muestra (a mayores de 18 años) con afijación proporcional de 2.500 entrevistas y un margen de error de $\pm 2\%$ para el conjunto de la muestra. La estandarización de la herramienta que ofrece la homogeneidad en la formulación de la pregunta, sumado a un diseño muestral similar, supone una fuente de control relevante para el proceso de medición.

3.1.2 *Agenda mediática*

Para poder construir la agenda mediática es necesario recurrir al análisis de contenido. Esta técnica de análisis destaca por su capacidad de reconstruir de manera sintética la realidad construida por los medios de comunicación.

Existen muchas definiciones de análisis de contenido. Aquí se recogen dos de ellas que destacan por las consecuencias del contenido. La primera definición es de Berelson, donde entiende el análisis de contenido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (visto en Krippendorff (2002: 29)). El carácter objetivo y sistemático hace referencia a la necesidad de seguir un método, unas pautas, lo que dota de seriedad analítica a la técnica, alejada del marco interpretativo, lo cual queda subrayado al catalogar a la técnica como cuantitativa. La segunda acepción es del propio Krippendorff, que define al análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 2002: 28). Aquí es importante subrayar la capacidad de inferencia de la técnica. Es decir, la capacidad para estimar parámetros del conjunto de unidades de análisis a partir de los estadísticos derivados de estudiar la muestra. Por otro lado, también destaca el concepto “reproducible”. Con

él, Krippendorff hace referencia a la validez de la técnica, a la capacidad de obtener unos mismos resultados de análisis independientemente de quién aplique la técnica.

En este estudio se analiza únicamente una parte de los medios generadores de opinión e información: la prensa escrita. Pero, ¿por qué sólo un medio de comunicación, en este caso la prensa, y no analizar la televisión o incluso Internet?

En numerosas investigaciones, podemos afirmar la existencia de una tendencia hacia la evaluación de la prensa como más influyente en el establecimiento de la agenda temática. En algunos casos se afirma que la capacidad de crear agenda es mucho mayor en la prensa que en la televisión, debido a los atributos de su audiencia y a la amplitud de los contenidos de la información política reflejados en las páginas diarias. (Citado en Del Orbe, 2013: 10)

La realidad, como apunta McCombs (2006) es que:

No todos los estudios de agenda setting suministran ni siquiera una comparación entre la prensa y la televisión. Muchas investigaciones emplean un único medio como representante de toda la agenda mediática, basándose en la premisa consolidada de que hay un alto grado de redundancia entre las agendas informativas de cada uno de los medios. (p. 101)

A esto hay que sumarle la sencillez del análisis de prensa, con datos más manejables y menos interpretables que los de televisión, y, además, la consideración de que la prensa sigue siendo el principal generador de opinión formada. Por poner un ejemplo, si se analizase la televisión, muy probablemente se tendría que recurrir al océano de debates y tertulias que cubren su agenda a lo largo del día para poder hacerse una idea de la realidad que están construyendo y que (quieren) transmitir. En cambio, basta analizar la opinión derivada de los editoriales en la prensa escrita para hacerse una idea de cuáles son las opiniones generales de los líderes de opinión, qué piensan y sobre qué marcos sustentan sus argumentaciones y exposiciones.

Antes de continuar resulta oportuno precisar que en este trabajo se realizan dos análisis referidos al papel de los medios de comunicación en la construcción de imaginarios colectivos sobre la situación económica del país: por un lado, análisis de agenda *setting* de la legislatura 2008-2011, y por otro lado, análisis comparado del contenido de las portadas en los meses previos a las elecciones del 2000 y del 2011. Para realizar el análisis de agen-

da *setting* se emplean datos derivados del trabajo dirigido por Fermín Bouza y Juan Jesús González, titulado “Agenda de los medios y agenda ciudadana: análisis temporal desde un enfoque cualitativo”, y financiado por el Centro de Investigaciones Sociológicas. Por otro lado, para el análisis de medios en ambas elecciones se emplearán datos generados ex profeso para esta investigación. Estos datos se enmarcan en la antesala de las elecciones generales del 2000⁵⁶ y 2011, y lo que se persigue con ellos es comparar el peso de la información económica en las portadas, en ambos contextos, para ayudar así a la comprensión de los climas generados en ambos comicios. En la Tabla IX se resumen los datos técnicos de ambos análisis de contenido.

Tabla IX. Resumen técnico de los análisis de contenido de los medios.		
	Fermín Bouza y Juan Jesús González	Base propia
Periodo de tiempo	Desde el 15 septiembre de 2008 hasta el 24 de diciembre de 2011	29 de diciembre de 1999 a 12 de marzo del año 2000 20 de septiembre a 20 de noviembre de 2011
Unidades de análisis	Noticias más destacadas relativas a la actualidad política nacional presentes en portada y editoriales	Todas las noticias/informaciones presentes en portada
Medios de comunicación analizados	El País y El Mundo (*)	El País y El Mundo
Corpus total de unidades	4408	1483

* La investigación incluye otros medios de comunicación: La Vanguardia, El Periódico de Cataluña, La Voz de Galicia, El Correo, Levante EMV, ABC (Sevilla).

Fuente: Elaboración propia.

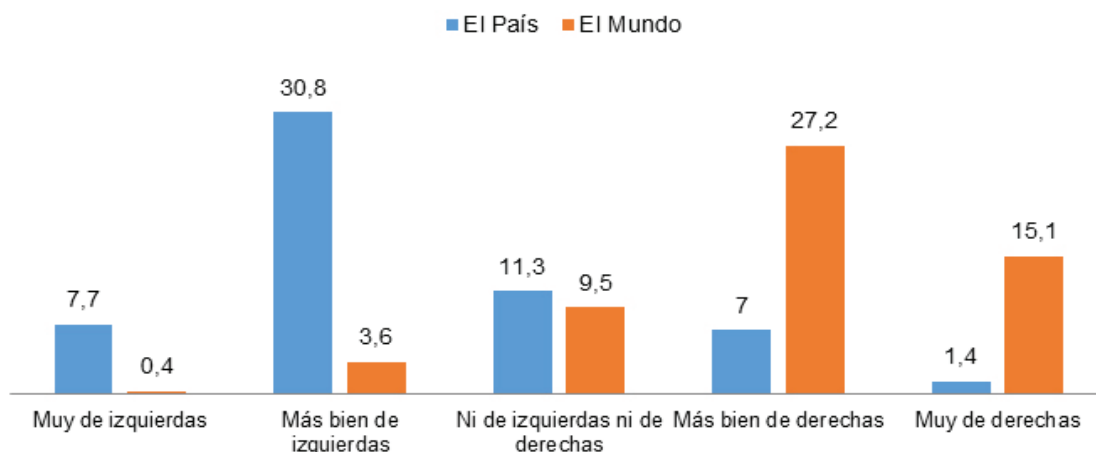
56 La investigación dirigida por Fermín Bouza y Juan Jesús González sólo abarca el periodo 2008-2011, lo que determinó la necesidad de realizar un estudio propio para disponer de datos del año 2000.

Los medios que se analizan en esta investigación serán dos, que responden a los dos principales en penetración y que representan ambos lados del arco ideológico. Así, más cercano a la izquierda ideológica estaría El País, y más cercano a la derecha el diario El Mundo.

Tabla X. Difusión de los principales diarios españoles.				
Medio	Difusión 2000	Ranking 2000	Difusión 2008	Ranking 2008
El País	436.302	1	431.033	1
El Mundo	291.063	3	323.587	2

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Anual de la Profesión Periodística 2011.

Gráfico IV. Ubicación ideológica de El País y El Mundo, según los encuestados (%).



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio nº 2.973 del CIS, realizado del 13 al 30 de diciembre de 2012. Resto hasta sumar 100 corresponde a “No sabe / No contesta”.

Para el análisis de agenda *setting* se examinan las principales noticias con información sobre política nacional contenidas en portada y editorial, lo que limita los sesgos derivados de la inclusión de otros contextos, por un lado, y sintetiza el interés editorial en el posicionamiento de temas, por otro. Además, la selección de periódicos no responde a un criterio

muestral, sino que abarca la totalidad de ejemplares durante el periodo explotado, la legislatura 2008-2011.

En el caso del estudio comparativo de las portadas del 2000 y 2011, el análisis abarca un espacio más limitado que el anterior, circunscrito a los meses próximos a los comicios electorales. La selección de las unidades de análisis se concentra en todas las noticias de portada, sin discriminación del ámbito de referencia de la noticia. La selección en exclusiva de noticias de portada responde a que “éstas reflejan qué asuntos consideran los editores que son los más importantes del día, a cuáles se quiere dar mayor visibilidad y cuáles captarán mayoritariamente la atención de los ciudadanos” (Palau y Davesa, 1997: 104). Tampoco hay diseño muestral para la selección de portadas, puesto que se analiza todo el universo seleccionado. De esta manera, al no requerirse estrategias de inferencia no se incurre en errores muestrales.

En cuanto a las variables que se examinan, cualquier análisis de contenido requiere de un libro de códigos en el que se recogen los ítems a analizar en cada noticia. Este libro es lo que proporciona una unidad de criterio para determinar y guiar el análisis, lo que condicionará el rigor de los resultados. Para el análisis de agenda *setting*, dado que lo que interesa es únicamente construir la agenda mediática, sólo se emplea un extracto del libro de códigos utilizado por la investigación original, lo que destaca por su sencillez. Este libro de códigos (véase Anexo 1) pone el foco en la temática de la noticia analizada, si bien se incorporan otras variables para la comprensión de la agenda. Para el estudio comparativo de las portadas del 2000 y 2011, el libro de códigos (véase Anexo 2) igualmente se centra en la temática de la noticia y realiza una categorización más exhaustiva en el caso de que la temática sea la económica. Además, al no estar sujeta a la relación con la agenda pública, la categoría de temas es más amplia que la codificación empleada por el CIS. También se incorpora una variable relativa al tono de la noticia, a fin de realizar un acercamiento al tipo de percepción generada en el lector, pudiendo ésta ser considerada como positiva, neutra o negativa. Este tipo de variables incluyen un margen interpretativo del codificador/investigador, y por tanto los resultados y alcance deben comprenderse bajo dicha limitación.

Conviene resaltar que para garantizar la validez del instrumento, se realizó un test del libro de códigos entre dos codificadores para una muestra de 25 portadas, con objeto de detectar posibles divergencias de comprensión de las categorías o su carácter excluyente. Asimismo, una vez definido el libro de códigos final, que fue ligeramente modificado con

el test anteriormente mencionado, se realiza el conjunto del análisis por un único codificador. No obstante, el 15% de las portadas se analizó por dos codificadores, a fin de testar la fiabilidad del análisis. El nivel de acuerdo de los codificadores se calculó con el coeficiente Happa de Cohen, cuyos valores pueden oscilar entre 1 (acuerdo perfecto) y 0 (desacuerdo total). La prueba arrojó un resultado de 0,76, estando concentrados los errores en torno a la variable referida a la posible percepción generada en el lector.

Respecto al desfase temporal con el que se correlaciona la agenda pública y mediática, en la legislatura 2008-2011, conviene preguntarse cuánto tarda la atención mediática sobre un tema en traducirse a la agenda pública, con cierta relevancia. McCombs dice que “los efectos de fijación de agenda no son en absoluto instantáneos, pero sí que se dan a relativamente medio plazo” (McCombs, 2006: 93). Dice, además, que el mes de cobertura inmediatamente anterior a los sondeos es el que ejerce el máximo de influencia.

Sin embargo, como señala Rodríguez Díaz (2004):

El factor temporal general ha obtenido una crítica no muy positiva entre la comunidad académica ya que el tipo de estudios, metodologías y resultados han sido poco homogéneos. El *time lag*⁵⁷ se considera un factor impreciso ya que no permite establecer una orientación estandarizada sobre el tiempo que tardará en aparecer un tema en las diferentes agendas, pese a los trabajos realizados para alcanzar este fin. (p. 137)

Para este trabajo se ha optado, no obstante, por el *time lag* propuesto por McCombs, de un mes de desfase entre agenda mediática y agenda pública.

3.2 Técnica de análisis

Una vez visto cuáles son los objetivos de aplicar esta técnica (para qué), las unidades de análisis y variables a analizar (qué) y el periodo de análisis (cuándo), basta conocer la técnica de cálculo que se emplea para la corroboración de la hipótesis. Hay diversas metodologías para realizar análisis de agenda *setting*: diseño transversal, diseños panel, series temporales, entre otros (Petrone, 2016).

57 El *time lag* se define como el tiempo que transcurre desde que un tema aparece en la agenda mediática hasta que se transfiere a la agenda pública.

La principal diferencia entre diseño panel y series temporales es que:

En un estudio panel la unidad de análisis es el individuo, quien generalmente es encuestado en unos pocos puntos del tiempo; en los estudios con series temporales, en general la unidad de análisis, es una media agregada, tal como la frecuencia de ciertas noticias, el porcentaje de la población que cree que un asunto determinado es el problema más importante en el país, o un dato de la realidad tal como la tasa de desempleo” ((Gonzenbach y McGavin: 118), traducción y cita extraída de Petrone (2016: 7))

En este caso se trabaja con series temporales de datos, con una cronología que abarca toda la legislatura 2008-2011. Para el análisis se había seleccionado el coeficiente de correlación de Spearman a partir de los rangos de temas, pero como se describe detalladamente en el capítulo V, por cuestiones relativas a la no variabilidad del rango en la agenda pública, se optó por emplear otras técnicas analíticas alternativas. En primer lugar, se calculó, para cada mes y cada agenda, el rango y porcentaje relativo de cada tema de interés. Posteriormente, se procedió a realizar una comparación de rangos a partir de la mera observación, complementada por el porcentaje de acuerdo (Holsti)⁵⁸. Finalmente, se procedió a realizar un análisis de correlación Pearson con prueba de significatividad estadística.

En España son múltiples los trabajos de agenda *setting* realizados que corroboran con solvencia la hipótesis de la agenda *setting*. La metodología de cálculo, sin embargo, es muy poco homogénea. Algunos autores como Andreu (2008), por ejemplo, realizan análisis más complejos con series temporales, que incluyen metodología Box-Jenkins y modelizaciones ARIMA, para desestacionalizar los datos. Otros, como hacen Anna M. Palau y Ferran Davesa (2013) en un estudio muy interesante sobre la influencia de los medios en la conformación de la corrupción como problema público, emplean análisis simples de correlaciones y posteriormente realizan regresiones por el método de Estimación por Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), para estimar hasta qué punto influye la agenda mediática en la opinión pública. Estos autores también incluyen un *time lag* de cuatro semanas, que es cuando obtienen mayor correlación entre agendas. Varona y Gabarrón (2015), por su parte, realizan correlaciones Pearson entre agendas, con la singularidad de que la correlación la hacen con un *time lag* de hasta ocho semanas, para determinar el desfase de mayor corre-

58 En el capítulo V se explica detalladamente esta alternativa de cálculo, consistente en la adaptación de una fórmula empleada para el acuerdo entre codificadores a la hora de realizar el análisis de contenido.

lación. Tal y como exponen, “la mayor influencia mediática se da si tenemos en cuenta las noticias publicadas seis semanas antes de la realización del barómetro. A partir de la sexta semana, el efecto agenda *setting* decae de una forma progresiva” (2015: 22). También Canel, Llamas y Rey (1996) aplican correlaciones para medir el efecto de la agenda *setting* en la información local de Pamplona, aportando un análisis interesante en el que segmentan datos por diferentes variables socioeconómicas. Este tipo de análisis elaborado por Canel se enmarca dentro de las denominadas *contingent theories*, que controlan el efecto modulador que tienen las características de la audiencia, en los efectos entre agendas. Otros autores deciden realizar una comparación a partir de la representación gráfica de los ciclos analizados, determinando las posibles relaciones a partir de la mera observación directa (Martínez, Juanatey y Costa, 2012).

Como se ha mencionado anteriormente, en este trabajo se opta por el uso de correlación de frecuencias relativas y también análisis de rangos, si bien en este caso no se ha podido realizar un análisis estadístico completo. Finalmente, para el análisis de las portadas de prensa en la antesala de las elecciones del 2000 y del 2011, se realiza un análisis meramente descriptivo de los datos, a partir de la tabulación de los mismos.

CAPÍTULO III



**EL CONTEXTO ECONÓMICO,
POLÍTICO Y SOCIAL
EN ESPAÑA**

CAPÍTULO III.

EL CONTEXTO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL EN ESPAÑA

En este breve capítulo se realiza un acercamiento al contexto político, económico y social en el que se desarrollan las elecciones objeto de esta investigación. Conocer el marco general en el que se desarrollan dichas elecciones resulta necesario para la comprensión de los resultados expuestos en el siguiente capítulo.

Para realizar esta contextualización se hace referencia a indicadores económicos y a datos de carácter actitudinal, extraídos los primeros de fuentes oficiales estadísticas (Instituto Nacional de Estadística, Eurostat, Banco de España) y del Centro de Investigaciones Sociológicas los segundos. También se relatan los principales acontecimientos políticos y sociales que tienen lugar durante el ciclo electoral analizado, y que son de especial interés para la comprensión del escenario. Finalmente, se hace referencia a la evolución del escenario de competición electoral y parlamentaria de los principales partidos políticos en España, durante todo el ciclo estudiado.

Antes de comenzar esta breve contextualización es preciso hacer referencia a uno de los problemas estructurales que posee España: el desempleo. Desde la crisis económica mundial que tiene lugar durante la década de los setenta y que no se recupera hasta el inicio de los ochenta, el desempleo en España nunca se ha situado por debajo de la barrera del 8%, lo que tradicionalmente le ha colocado como el país de la OCDE con mayor nivel de desempleo. De hecho, la tasa de paro de España ha doblado a la media de los países desarrollados de su entorno, y esto ha sido así tanto en épocas de expansión económica como en fases de contracción de ciclo.

A pesar de ser muchos los factores que pesan en el desarrollo del desempleo en España, cabe mencionar el carácter intensivo en mano de obra del modelo productivo español, con un tejido empresarial que tradicionalmente ha aportado escaso valor añadido si se compara con niveles europeos. Esta dependencia de la mano de obra se agrava con la denominada burbuja inmobiliaria, que acelera el ritmo de la construcción en España desde mediados

de la década de los noventa, convirtiendo así al sistema de trabajo nacional en una pieza peligrosamente vulnerable de la coyuntura económica.

Esta aceleración de la construcción⁵⁹ trajo consigo el incremento del precio de la vivienda y su compra con fines especulativos, que sumado a la escasa cultura de alquiler en España provocó una aceleración del endeudamiento familiar a costar de adquirir hipotecas, generando un desenlace ya conocido, a partir de la crisis financiera internacional que tiene lugar a mediados de 2007.

La fuerte y prolongada expansión económica que vive España desde 1994 hasta mediados de 2007⁶⁰ es favorecida, en buena medida, con la entrada del país en la Unión Monetaria⁶¹, lo que provocó el incremento de la confianza financiera en España⁶², así como una fuerte bajada de los tipos de interés. Estos dos factores contribuyeron también a la extensiva demanda de créditos para la compra de inmuebles por parte de particulares y empresas, lo que incrementó el trabajo para la mano de obra poco cualificada en el sector de la construcción, que posteriormente se vería fuertemente afectado por el estallido de la crisis. En la Figura III se propone un esquema de algunas de las principales causas que afectaron a la aceleración del desempleo en España.

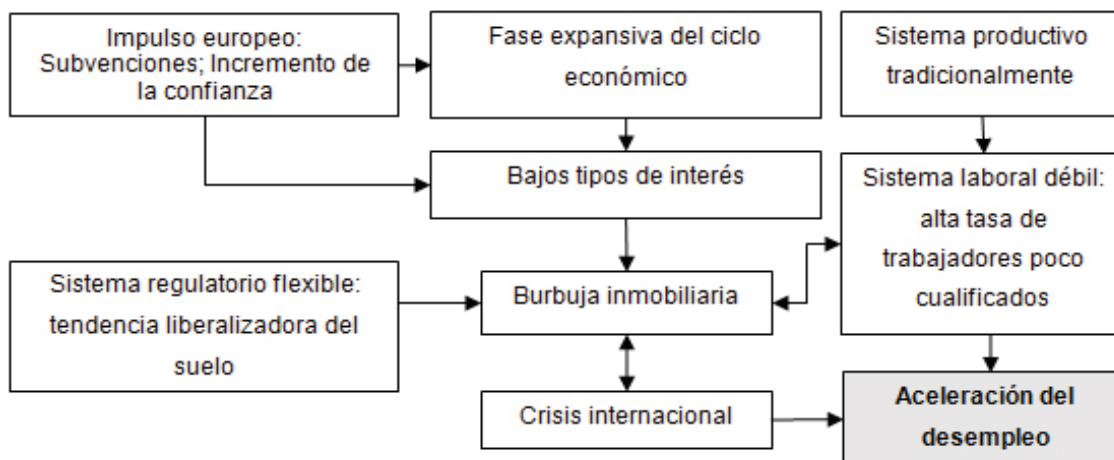
59 El censo de población y vivienda que elaboró el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2011, cifró en un total de 25,2 millones las viviendas que había en España, registrando un incremento del 20,3% (4,26 millones) en relación a las censadas en el año 2001. De manera pormenorizada, el número de hogares (viviendas principales) se situaba a finales de 2011 en 18,1 millones (71,7% del total), registrando así un aumento del 27,5% respecto al registro efectuado en el 2001. El número de viviendas secundarias rozaban en 2011 los 3,7 millones. Finalmente, el número de pisos vacíos ascendió hasta los 3,44 millones (13,7% del total), lo que supone un incremento del 10,8% respecto al registro de 2001 (337.000 pisos).

60 El PIB presenta en ese periodo (1994-2007, ambos años incluidos) un crecimiento interanual promedio del 3,78%, según datos de datosmacro.com

61 El 1 de enero de 1999 España entra en la eurozona, y el 1 de enero de 2002 el euro entra en circulación.

62 La prima de riesgo (diferencial del rendimiento del bono a diez años con el bono alemán) pasa de situarse en 534,6 puntos básicos en marzo de 1995, momento en el que el Ministro Pedro Solbes inicia el ajuste fiscal de la deuda, a situarse por debajo de los 100 puntos básicos desde mediados de 1997 hasta principios de 2009. En 2011 la prima de riesgo llega a situarse por encima de los 400 puntos básicos.

Figura III. La aceleración del desempleo.



Fuente: Elaboración propia.

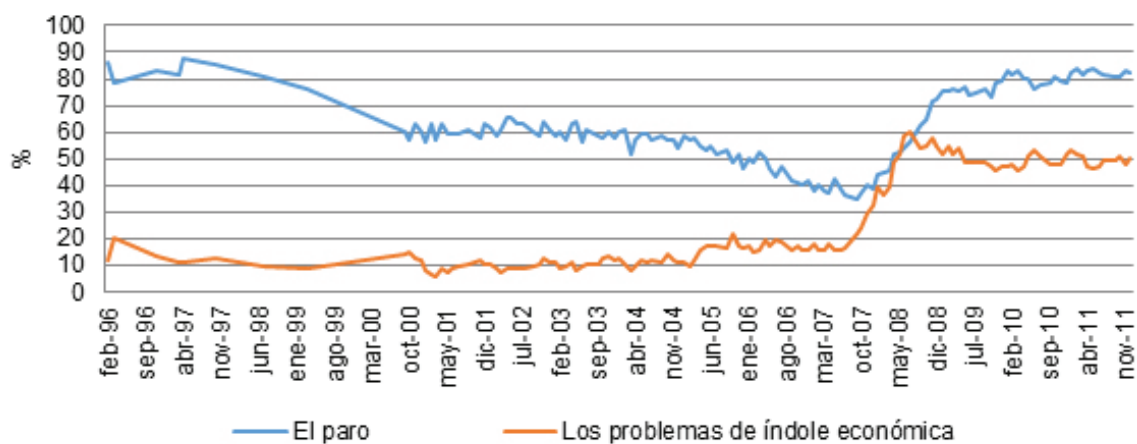
Como puede sospecharse, la cuestión del desempleo ha sido un fenómeno de especial relevancia para los españoles y, obviamente, una de sus mayores preocupaciones. En el siguiente gráfico se expone la evolución de los porcentajes que ocupan “el paro” y “los problemas de índole económica” en la pregunta relativa a los tres principales problemas de España, elaborada por el Centro de Investigaciones Sociológicas, para el periodo 1996-2011.

Como puede apreciarse en el Gráfico V, la primera legislatura de José María Aznar (1996-2000) comienza con altas tasas de preocupación por el paro (cerca del 90%) y de los problemas de índole económica (por encima del 20% en marzo de 1996). Esta alta tasa de percepción del paro como principal problema tiene su explicación en los altos niveles de la tasa de paro en el mercado laboral (22,83% de tasa de paro en el primer cuatrimestre de 1996). La última legislatura presidida por Felipe González estuvo marcada por una grave crisis económica que afectó de lleno al mercado de trabajo, registrándose cifras históricas de desempleo hasta entonces en la serie, del 24,55% en el primer cuatrimestre de 1994. Pero la crisis económica no fue el único factor que condicionó la caída de popularidad del presidente socialista y su posterior derrota en las urnas. El estallido de diversos escándalos con una fuerte repercusión mediática, como fue el “caso Roldán”⁶³ y las aparejadas dimi-

63 A finales del año 1993 se detiene y acusa al director de la Guardia Civil, Luis Roldán, de haber recibido comisiones ilegales por los contratos que realizaba la Guardia Civil, así como de apropiación indebida de fondos reservados destinados al uso del Ministerio del Interior.

siones del diputado, José Corcuera (Ministro del Interior que nombró a Roldán), y del Ministro del Interior en el cargo, Antoni Asunción (responsable de la huida llevada a cabo por el primero), lo que generó una avalancha de críticas al Gobierno y el incremento de la crispación política entre el líder de los populares, José María Aznar, y el líder de Izquierda Unida, Julio Anguita, hacia Felipe González. Tono de crispación que se eleva aún más tras desvelarse la implicación de parte de la cúpula socialista en el GAL, lo que desencadena una serie de dimisiones y también detenciones, entre las que destaca la del General de la Guardia Civil, Rodríguez Galindo, por su responsabilidad en el caso Lasa y Zabala⁶⁴. A estos hechos se añade el denominado escándalo de los papeles sustraídos del CESID, que implicarían a más dirigentes socialistas en la lucha sucia contra ETA. El escándalo adquiere tal envergadura que el grupo CIU, hasta entonces socio indispensable del Gobierno socialista en el Congreso, retira su apoyo y obliga a Felipe González a convocar elecciones generales, que dan la victoria al Partido Popular por una escasa ventaja de 300.000 votos. Este contexto de crispación y escándalos dificulta el estudio del voto económico, por la complejidad de factores con potencial influencia sobre el comportamiento electoral.

Gráfico V. Principales problemas en España (1996-2011).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y del CIS.

64 Los etarras José Antonio Lasa Aróstegui y José Ignacio Zabala Artano fueron secuestrados, torturados y asesinados el 15 de octubre de 1983 en el primer acto conocido del GAL.

Siguiendo con el gráfico, se observa una progresiva caída de “el paro” como principal problema desde el otoño de 1997 hasta septiembre del 2000, donde se estabiliza en torno al 60%. La VI Legislatura, primer Gobierno de José María Aznar, estuvo caracterizada por un impulso económico abanderado por la liberalización de la economía, la privatización de grandes empresas públicas como Repsol, Telefónica, Endesa o Gas Natural; y la contención del gasto público. Todo ello redujo los niveles de deuda pública, de inflación, y de los tipos de interés, haciendo frente así al compromiso con los requisitos de convergencia de Maastricht para formar parte de la moneda única europea.

A propósito de la convergencia europea, el impulso que produjo la ayuda de los socios de Europa en forma de Fondos Estructurales, la Política Agraria Común y los Fondos de Cohesión, fueron determinantes para la recuperación de la economía española y el acercamiento a los indicadores que registraban los países del entorno.

En cuanto a la tasa de paro, desciende del 22,8% en el primer cuatrimestre de 1996 al 14,79% en el mismo cuatrimestre del año 2000. Cabe mencionar también que el gasto en política social sufre un importante recorte, pasando del 4,62% del PIB en 1996 al 4,41% en 2000 (Espuelas, 2013). El gasto en prestaciones por desempleo se reduce notablemente, pasando de 9.410,56 millones de euros en 1996 (1,99% del PIB), a 8.257,31 millones en el año 2000 (1,31% del PIB)⁶⁵.

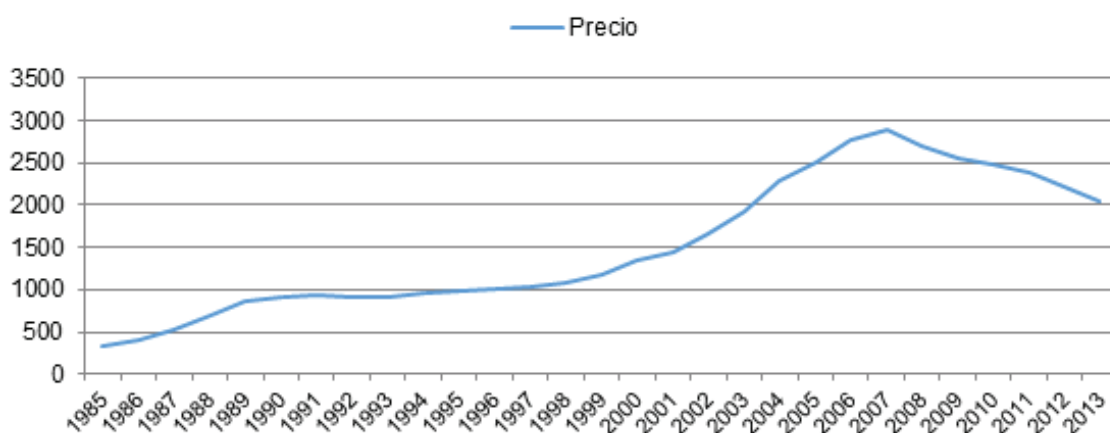
En lo que respecta al ciclo 2000-2004, la gráfica presenta una notable estabilidad en lo que a consideración de “el paro” como principal problema, así como a tasa de paro se refiere. Lo cierto es que la VII legislatura en España se desarrolla con positiva normalidad en el ámbito económico, donde destaca la entrada en vigor del euro como nueva moneda. En lo que respecta a las cifras de paro, se mantienen estables en torno al 11%, aunque es de mencionar la existencia de conflictos laborales durante esta legislatura, que desembocaron en una huelga general el 20 de junio de 2002⁶⁶.

65 Servicio Público de Empleo estatal: www.sepe.es

66 Convocada por UGT, CC.OO. y los sindicatos minoritarios, como consecuencia del denominado “decretazo”, que suponía una reforma laboral que flexibilizaba el mercado de trabajo e implicaba novedades en el derecho al desempleo, como la obligación de aceptar cualquier trabajo en 30km a la redonda de la residencia del desempleado, la penalización por no realizar cursos de formación u ofertas de trabajo, entre otras muchas novedades.

También cabe destacar el progresivo incremento del precio de la vivienda, que lo convierte en una preocupación para los españoles que ven cada vez más inalcanzable su adquisición. Como se aprecia en el Gráfico VI, si bien el incremento del precio de la vivienda es constante desde 1985, desde el año 2000 se produce un aceleramiento de dicho crecimiento interanual hasta el inicio de la crisis a mitad de 2007, registrándose una fase de desaceleración en lo sucesivo.

Gráfico VI. Evolución del precio de la vivienda (euros/metro cuadrado).



Fuente: Elaboración propia a partir de la Sociedad de Tasación.

Aunque no hay grandes novedades durante esta legislatura en el aspecto económico, sí destaca la existencia de acontecimientos relevantes desde el punto de vista de gestión y valoración del Gobierno. De todos ellos, cabe destacar el accidente del Yak-42, donde fallecen 62 militares españoles. También cabe destacar el accidente y gestión del petrolero, Prestige, en aguas de Galicia. Aunque sin duda, son dos los hechos que marcan esta legislatura en la que el PP gobierna con mayoría absoluta (la primera vez en su historia) y en la que, por tanto, no necesita el apoyo de los nacionalistas catalanes (como si le ocurría en la legislatura anterior): la Guerra de Irak y los atentados del 11-M. Respecto al primero de ellos, Aznar pacta con el Presidente Bush la entrada en el conflicto, lo que genera el malestar de los partidos políticos y los españoles⁶⁷, que se materializa en una manifestación contra la

67 En febrero de 2003, el 59,8% de los españoles valora mal o muy mal la posición del Gobierno español en la crisis de Irak. Igualmente, el 90,8% no está de acuerdo con que se produzca una intervención militar en Irak. Fuente: Estudio nº 2.481 del CIS.

guerra en la que participaron más de once millones de ciudadanos en diversas ciudades de España (El Mundo, 2014). En cuanto a los atentados terroristas del 11-M, cuatro días antes de las elecciones, arrojan un total de 192 víctimas mortales y miles de heridos, en lo que se considera el mayor atentado terrorista de la historia de España y de Europa, tras el de Lockerbie. Aunque el acercamiento en la intención de voto entre socialistas y populares durante las últimas semanas antes de los comicios fue una realidad⁶⁸, parece existir acuerdo en que la gestión de los atentados por parte del Gobierno, así como la dudosa información suministrada a los ciudadanos por parte de los canales oficiales, provocó la volatilidad electoral que finalmente otorgó a los socialistas el Gobierno. De nuevo, explicar el voto en estas elecciones desde el punto de vista de teorías económicas es, cuanto menos, atrevido, pues requiere contemplar la influencia de los principales sucesos acaecidos⁶⁹. Se presenta en el siguiente capítulo un análisis de un estudio demoscópico realizado con anterioridad a las elecciones generales de 2004, lo que, en cierto modo, posibilita tener una visión no contaminada por la influencia de los atentados, aunque ello no explique los procesos de voto finalmente llevados a cabo.

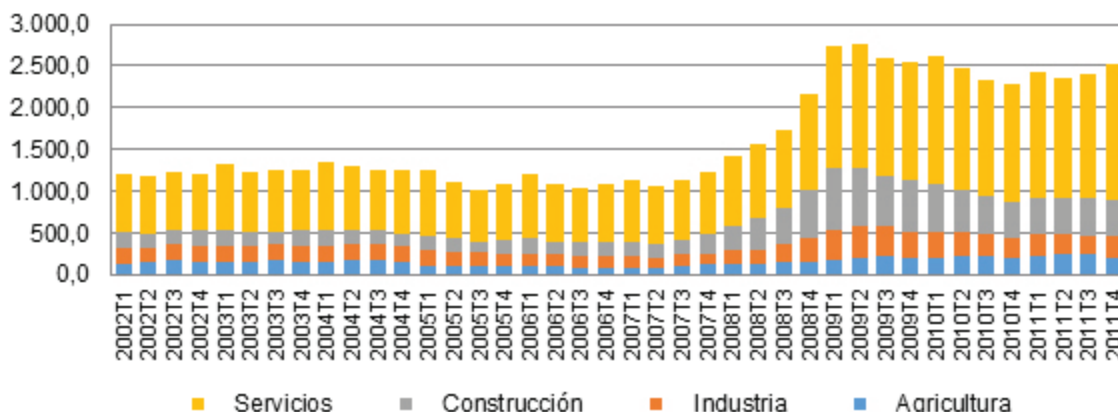
La percepción de “el paro” como principal problema disminuye de forma continuada hasta el verano del año 2007, que comienza a sufrir un rápido y contundente ascenso como consecuencia del estallido de la crisis económica. Como ya se ha dicho, a la crisis financiera surgida en Estados Unidos como resultado de las hipotecas basura, se le suma una crisis interna: la relativa al estallido de la burbuja inmobiliaria. Esta crisis supone la rápida pérdida de empleo en el sector de la construcción y servicios, hasta llegar a rondar los cinco millones de parados en el primer semestre de 2011.

En el Gráfico VII pueden apreciarse las dimensiones de la destrucción de empleo por sectores económicos, que adquiere registros especialmente notables a partir del cuarto cuatrimestre del año 2008, y continúa en cifras similares posteriormente.

68 Encuesta ABC (29 febrero 2004): PP (42,2%); PSOE (37,2%) / Encuesta CIS (4 marzo 2004): PP (42,2%); PSOE (35,5%). / El Mundo (4 marzo 2004): PP (42,8%); PSOE (36,6%) / El País (7 marzo 2004): PP (42%); PSOE (38%). / El Periódico (7 marzo 2004): PP (42,5%); PSOE (37,3%). / La Vanguardia (7 marzo 2004): PP (41,1%); PSOE (39,2%). / El Mundo (8 marzo 2004): PP (42,1%); PSOE (37,6%).

69 En España, Agustí Bosch y Clara Riba aportan un modelo de popularidad que incluye la importancia de los acontecimientos políticos (Bosch y Riba, 2005).

Gráfico VII. Parados por sector económico (miles de personas).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, de la Encuesta de Población Activa. Se entrelazan dos series distintas, 2002-2008 y 2008-2011.

Además, en mayo de 2010 se fecha un cambio de rumbo en las medidas del ejecutivo socialista. El Gobierno del PSOE, liderado por José Luís Rodríguez Zapatero, inicia un amplio programa de reformas económicas que afectan al mercado bancario, al empresarial, al sistema de pensiones y que incluyen un importante ajuste de las cuentas públicas españolas. Todo ello le brinda el descontento con sus bases y con parte de la élite socialista. Del otro lado, encontramos una oposición liderada por el Partido Popular cuya estrategia fundamental es dejar caer al ejecutivo del PSOE. Una oposición que no destaca por su valoración⁷⁰, pero que cuenta con el recuerdo en la conciencia colectiva de la etapa de Aznar, considerada como la década económica más expansiva económicamente de la España democrática.

Progresivamente, el clima político y social se recrudece, dando lugar a manifestaciones sindicales y concentraciones espontáneas contra los recortes, contra el sistema económico dominante y, como novedad, contra la clase política dirigente en España. En efecto, la clase política y los partidos caen en valoración hasta convertirse, la clase política, en el tercer problema del país según los barómetros del CIS.

70 En el barómetro de octubre de 2011 elaborado por el CIS (Estudio nº 2.914), sólo el 9,5% valora bien o muy bien la gestión de la oposición, mientras que el 58% la valora mal o muy mal.

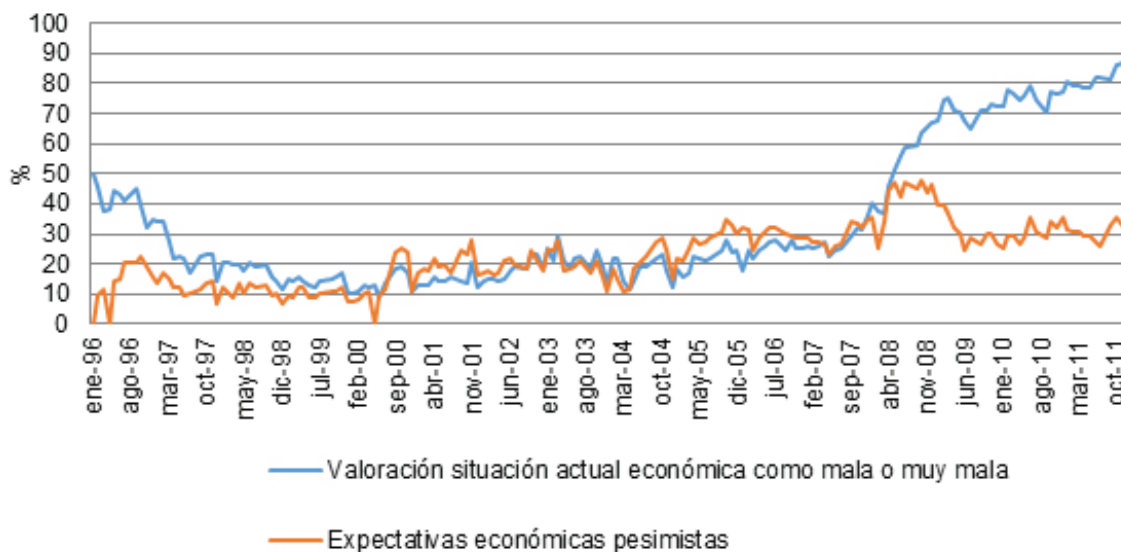
Un elemento clave de la legislatura 2008-2011 fue la irrupción del Movimiento 15-M, también denominado “*indignados*”, y que tuvo su primera escenificación el 15 de mayo de 2011 con una multitudinaria concentración en la Puerta del Sol y reproducida en 58 ciudades de toda España, convocada por la plataforma *Democracia Real Ya*, y a la que se sumaron más de 200 pequeñas asociaciones. Para hacerse una idea de la magnitud de los acontecimientos, el 6 de agosto de 2011, RTVE publicaba los resultados de un informe que afirmaba que “entre 6 y 8,5 millones de españoles aseguran haber participado de alguna forma en el Movimiento 15-M visitando las acampadas, asistiendo a las asambleas o acudiendo a las manifestaciones convocadas por *Democracia Real Ya*” (RTVE.es, 2011).

En junio de ese mismo año, apenas un mes tras el inicio de las movilizaciones sociales, el propio CIS consulta en su barómetro mensual por la valoración que recibe dicha convocatoria. Así, de los que siguieron con mucho, bastante o poco interés las movilizaciones del 15-M, el 70,3% las valora como positivas (80,6% de los que votaron al PSOE; 55,2% de los que votaron al PP; 86,6% de los que votaron a IU/ICV). Entre las causas de la irrupción de este movimiento:

El 15-M es un movimiento que surge como respuesta a tal crisis financiera, económica y política que ha causado la mayor pérdida de legitimidad de tales *establishments*. Y tanto en sus objetivos, tales como democratizar la sociedad (y la extensión de los derechos políticos, civiles y democráticos de los ciudadanos que ello conllevaría), como en su táctica (con manifestaciones y acampadas no violentas) ha despertado gran simpatía y apoyo popular, del cual deriva su poder. (Navarro, 2012)

Más allá de la pregunta sobre los principales problemas de los ciudadanos, que aunque abierta se trata de una pregunta multirrespuesta, con las limitaciones técnicas que ello implica, a continuación se presenta la evolución de la valoración negativa de la situación económica, así como las expectativas pesimistas sobre el futuro de la economía (Gráfico VIII). En el apartado teórico y también metodológico se explicó la importancia de ambas variables en los modelos de voto económico. Como puede apreciarse, al igual que ocurría con el problema de “el paro”, la valoración de la situación económica y las expectativas negativas comienzan la serie en el año 1996 con altos registros, que en el caso de las expectativas continúan creciendo a pesar del cambio de Gobierno, en octubre de 1996.

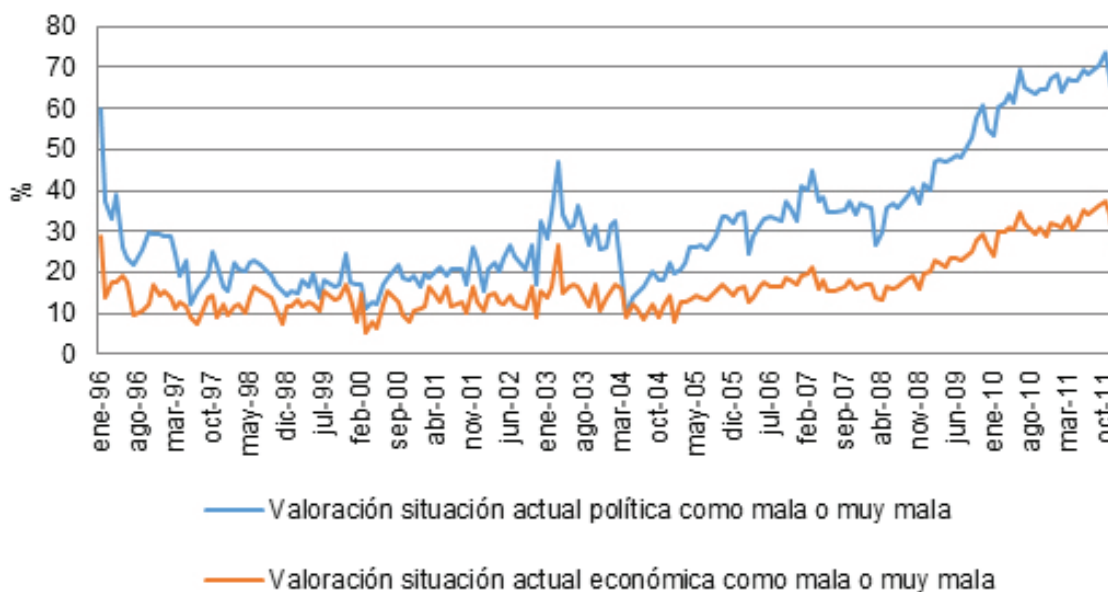
Gráfico VIII. Valoración negativa de la situación económica actual y expectativas pesimistas sobre el futuro de la economía (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

La evolución se mantiene relativamente constante hasta el cambio de Gobierno en 2004, cuando comienza un leve pero continuo crecimiento, salvo algunos picos negativos. A partir de abril de 2008 se empieza a apreciar un cambio muy notable de tendencia, con un incremento de 10 puntos porcentuales respecto al registro anterior. Desde ese momento la valoración negativa de la situación económica comienza un crecimiento rápido, hasta situarse por encima del 80% a partir de enero de 2011. También cabe destacar un cambio de tendencia en las expectativas económicas, que comienzan a disminuir, lo que puede interpretarse como la aceptación de una situación económica muy mala que difícilmente puede ir a peor. La correlación Pearson entre ambas series es de 0,64, que aunque alta no resulta determinante, por lo que se comentaba anteriormente respecto a la última legislatura, así al carácter tan bajo que adquiere en la legislatura 2000-2004, donde las líneas llegan a cruzarse en reiteradas ocasiones. Donde sí se observa una fuerte correlación (0,96) es entre la valoración negativa de la situación económica y la mala valoración de la situación política. Cabe destacar que la situación política está peor valorada incluso que la situación económica, para el conjunto de la serie 1996-2011 (Gráfico IX).

Gráfico IX. Situación económica y política actual (1996-2011) (%).



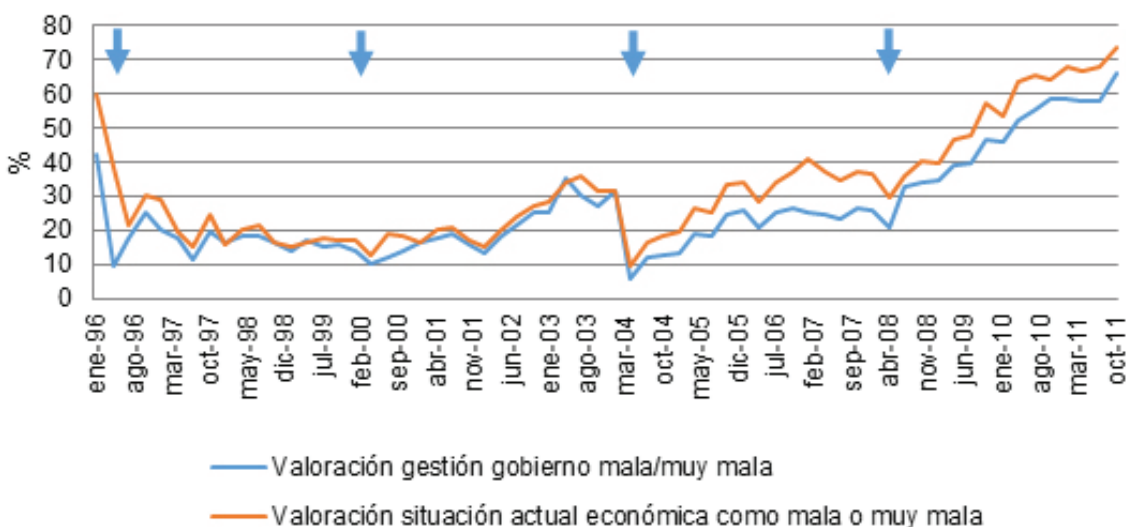
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

El inicio de la serie capta perfectamente el nivel de hastío de los ciudadanos con el clima político, probablemente relacionado con los escándalos a los que se hacía referencia anteriormente, así como a un notable incremento de la crispación entre partidos políticos. La distancia entre las líneas, aunque prácticamente paralelas en la tendencia, se incrementa desde la llegada al poder de los socialistas y se acentúa especialmente desde el estallido de la crisis económica. La relación entre ambas variables se cifra, como ya se ha dicho, en una correlación Pearson de 0,96 para el conjunto de la serie.

En cuanto a la relación entre la valoración negativa de la situación económica y la valoración negativa de la gestión del Gobierno, se observa en el Gráfico X cómo estas variables también se presentan altamente correlacionadas. Además, el gráfico capta a la perfección los cambios derivados de los inicios de legislatura, con importantes picos negativos, que se presentan especialmente significativos en las elecciones de cambio (1996 y 2004). En el barómetro posterior a dichas elecciones la mala valoración del Gobierno disminuye drásticamente como consecuencia de la que se conoce como “luna de miel”, también asociado a las teorías del “ciclo electoral”, donde la confianza en el Gobierno se presenta alta al inicio de legislatura. Resulta llamativo cómo también desciende la mala valoración de la situa-

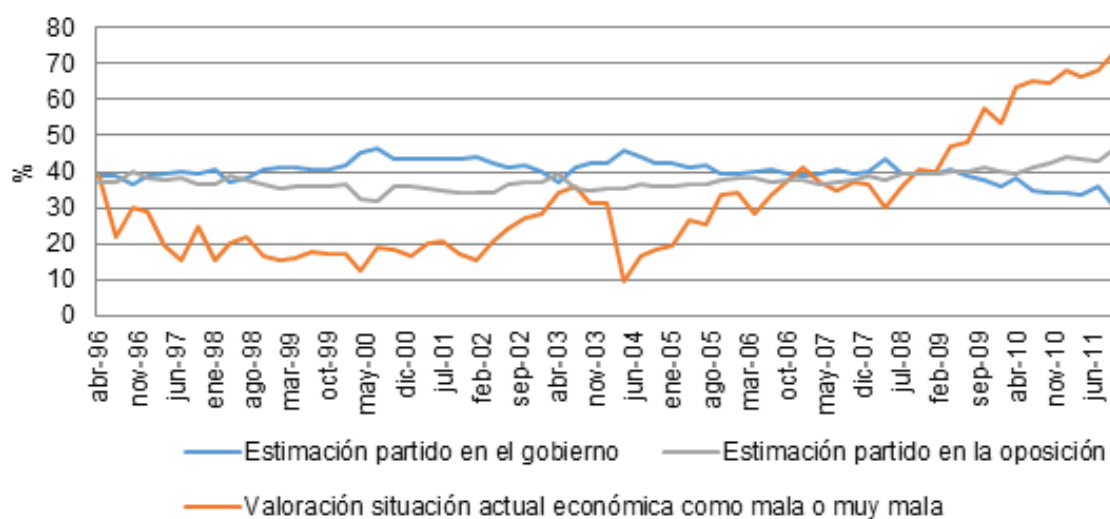
ción económica, lo que se explica por un incremento de las expectativas económicas. La correlación Pearson para el conjunto de la serie es de 0,96.

Gráfico X. Valoración negativa de la situación económica y valoración negativa del Gobierno (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

Gráfico XI. Estimación de voto a partido de Gobierno y de oposición, y valoración situación económica (%).

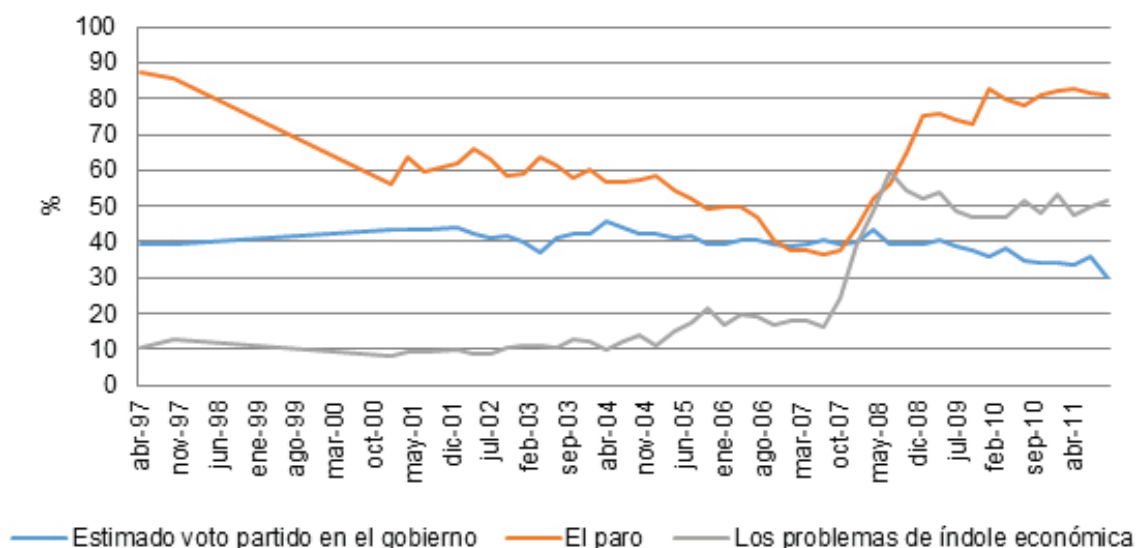


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

La pregunta que cabe hacerse a partir del gráfico es hasta qué punto se relaciona la valoración de la situación económica con la estimación de voto al partido en el Gobierno (PP 1996 a 2004, y PSOE 2004 a 2011) y al principal partido de la oposición (PSOE 1996 a 2004, y PP 2004 a 2011). Se decide referenciar la estimación de voto y no la intención directa con el único objetivo de incrementar la muestra de acuerdo a los escenarios de participación y simulaciones realizadas por los investigadores del CIS.

El fin de este análisis es realizar un primer acercamiento al objetivo de este trabajo doctoral: determinar la relación de influencia entre variables económicas y el apoyo o rechazo al Gobierno. En este caso, dado que se analiza la valoración negativa de la situación económica, se espera una correlación negativa. En este sentido, se cifra en una correlación Pearson de -0,79, lo que resulta un coeficiente significativamente alto (se recuerda que la correlación Pearson oscila entre -1 y 1). En el caso de la relación entre la valoración negativa de la situación económica y la estimación de voto al principal partido de la oposición, la correlación es todavía mayor y se cifra en 0,84. No obstante de estos coeficientes, cabe destacar que la variabilidad en las distribuciones no es homogénea, pues como puede apreciarse directamente en la gráfica, las oscilaciones que se producen a lo largo del ciclo en la variable sobre la situación económica son bastante pronunciadas y recurrentes.

Gráfico XII. Principales problemas y estimación de voto al Gobierno (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

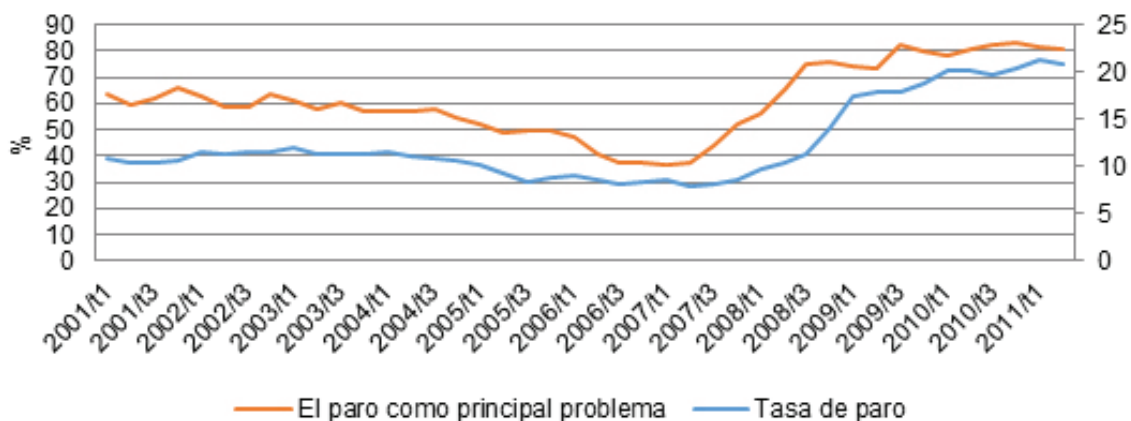
En cuanto a la relación entre la percepción de los dos principales problemas anteriormente mencionados (el paro y los problemas de índole económica), aunque menor que la calculada con la situación económica, también presentan coeficientes significativos de correlación, -0,51 con “el paro” y -0,63 con “los problemas de índole económica” (Gráfico XII). Sin embargo, cabe mencionar que mientras la correlación entre estimación de voto y la percepción de “el paro” como principal problema se incrementa hasta el -0,74 en la última legislatura, la relación entre la intención de voto y la percepción de “los problemas de índole económico” desaparece (0,2).

Como se expuso en el capítulo teórico, las percepciones sobre el estado de la economía desempeñan un lugar preferente en las teorías sobre voto económico, pues ayudan a la racionalización del comportamiento electoral. Se comentaba en la exposición teórica acerca del debate entre la influencia de la economía objetiva, los indicadores económicos, y las percepciones de los individuos sobre la realidad económica. Para el elector que medita su voto la percepción es su realidad, que puede estar más o menos distorsionada respecto a la realidad objetiva, como consecuencia del filtro generado por los sistemas de información con que cuenta el individuo: su propia experiencia y la de su familia, sus amigos, sus compañeros de trabajo o los medios de comunicación mediante los que se informa. Estos últimos tienen una función informativa, consistente en trasladar informaciones veraces y objetivas, también sobre la realidad económica. Por tanto, los indicadores económicos tienen una influencia, a través de los medios de comunicación, en la construcción de la realidad que cada individuo posee y analiza para decidir sobre su comportamiento político y electoral. En este sentido, cabría esperar una notable correlación entre los indicadores macroeconómicos y las percepciones subjetivas sobre la realidad económica.

En los siguientes gráficos se relacionan variables objetivas con variables subjetivas, con objeto de observar las relaciones existentes. Para realizar estas correlaciones se ha seleccionado la tasa de paro y no otras cuestiones, como podría ser el PIB o la inflación, por ejemplo, por las siguientes razones: en primer lugar, porque se trata de un indicador bastante sensible, que presenta grandes oscilaciones a lo largo del ciclo analizado. Por otro lado, porque tal y como hemos visto la cuestión del paro tiene una especial relevancia en España, tanto a nivel estructural como a nivel de preocupaciones sociales. Asimismo, porque se trata del indicador con más repercusión experiencial. Es decir, es difícil que un elector mediano en España no tenga entre su familia o círculo de amigos alguna persona que esté

desempleada, lo que de alguna manera le acerca a comprender el fenómeno más de cerca y a interiorizar sus efectos. Además, resulta el indicador con una mayor trascendencia mediática, pues sirve de arma arrojadiza entre partidos políticos cuando se presenta un valor negativo (sube la tasa de paro), o de un baluarte para el Gobierno cuando se presenta un valor positivo (desciende la tasa de paro). Por los dos motivos anteriores, también es el indicador más reconocible para la sociedad española. En ese sentido, resulta razonable pensar que cuando el ciudadano construye su imagen sobre la realidad económica del país, utiliza en mayor medida un indicador como la tasa de paro, que otros indicadores como podría ser el PIB, la inflación o el nivel de deuda pública.

Gráfico XIII. Evolución de la tasa de paro y de “el paro” como principal problema.



Fuente: Elaboración propia a partir de los barómetros del CIS y el INE.

En el Gráfico XIII se observa la relación de la tasa de paro con la percepción del problema de “el paro” por parte de los españoles, para todo el ciclo 2001-2011⁷¹. Dado que los datos de desempleo se muestran por cuatrimestre, se realiza un ajuste temporal⁷² con los barómetros del CIS. Tal y como se aprecia, se observa una relación bastante notable, cifrada en una correlación Pearson para el conjunto de la serie de 0,89, lo que representa

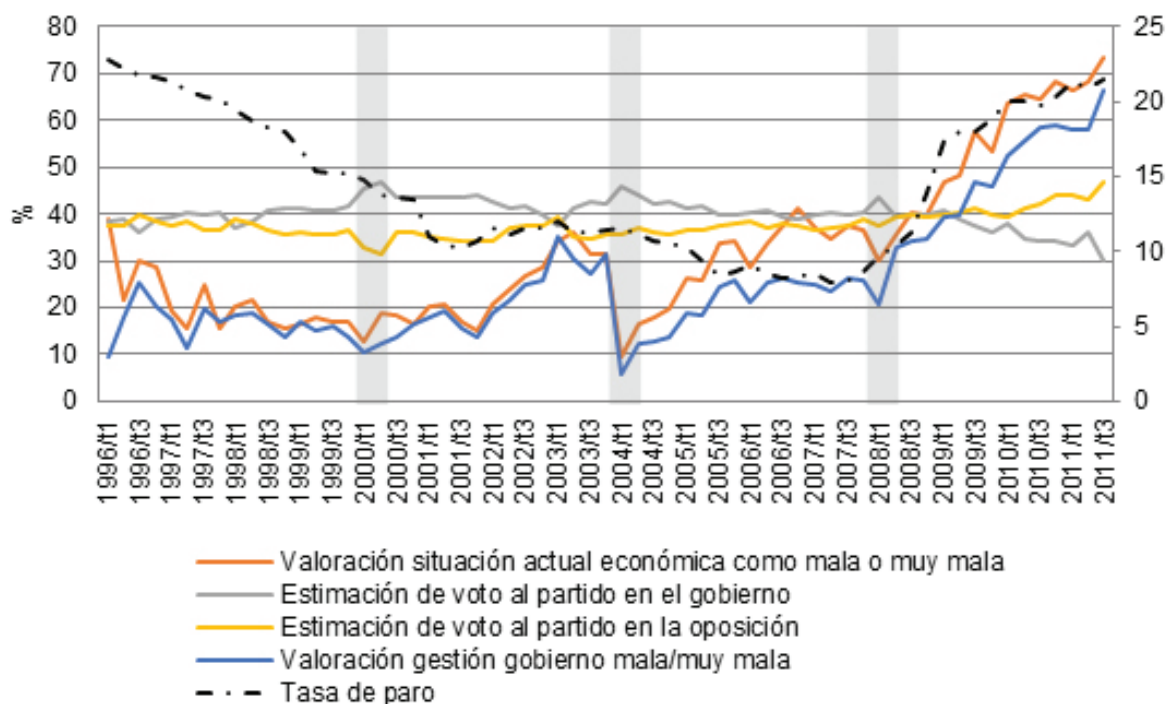
71 La serie que mide los principales problemas no presenta una formulación estandarizada hasta enero de 2001.

72 Primer cuatrimestre de la tasa de paro (TP) se relaciona con el barómetro de abril, el segundo cuatrimestre con el barómetro de julio, el tercer cuatrimestre con el barómetro de octubre, y el cuarto cuatrimestre con el barómetro de enero.

una relación prácticamente perfecta entre ambas series. Tal y como se aprecia, ambas líneas recorren la serie prácticamente paralelas (nótese que la tasa de paro está expresada en escala 0-25 para una mejor comprensión visual). En el gráfico se observa con mucha claridad, de nuevo, el impacto del inicio de la crisis económica a mediados de 2007, donde ambas curvas inician un crecimiento notable.

Más interesante aún resulta analizar la relación existente con el resto de variables de opinión pública. En el Gráfico XIV se representa la evolución de la tasa de paro junto a la evolución de las cuatro variables actitudinales seleccionadas: mala valoración de la situación económica, mala valoración de la gestión del Gobierno, estimación de voto al Gobierno y estimación de voto a la oposición. Para comprender de forma adecuada las relaciones existentes se realiza un análisis de correlación con pruebas de significación estadística, que se presenta en la Tabla XI.

Gráfico XIV. Relación tasa de paro y variables actitudinales (1996-2011).



Fuente: Elaboración propia a partir de dato del INE y del CIS.

Nota 1: los valores de la tasa de paro responden al eje secundario.

Nota 2: las columnas verticales grises representan los años de elección.

En lo que se refiere a la relación de las variables de opinión pública con la tasa de paro, para el conjunto del ciclo 1996-2011, resalta la existencia de relaciones significativas con todas ellas, aunque se trata de coeficientes relativamente bajos (cerca de 0). La variable que presenta una mayor relación es la estimación de voto al Gobierno, que en este caso es una relación negativa, lo cual se explica por la relación que presentan ambas variables en los extremos de la serie. Más interesante resulta si establecemos las relaciones segmentando los datos de la serie en las distintas legislaturas.

En el caso de la legislatura 1996-2000 destaca una relación de la tasa de paro inversa con la estimación de voto al partido en el Gobierno –cuanto más baja la tasa de paro mayor estimación de voto al partido en el Gobierno–, y directa con la oposición –cuando sube la tasa de paro también sube la estimación de voto para el partido de la oposición–. También es significativa la relación con la situación económica, que presenta un coeficiente positivo. En la legislatura 2000-2004 las correlaciones no son significativas, lo cual se podría asociar a la existencia de otras motivaciones en la percepción del Gobierno y en la racionalización de voto, como el desastre del Prestige o la Guerra de Irak.

Resulta de interés en esta legislatura, comentar la alta relación que se establece entre la mala valoración de la situación económica y la mala valoración del Gobierno (0,96 / $p < 0,01$). Es decir, la percepción de la situación económica se presenta más asociada a la gestión del Gobierno que a la tasa de paro, que seguía en una tendencia descendente. Podría plantearse la hipótesis de que la valoración de la gestión del Gobierno arrastra o condiciona la percepción sobre el clima político y económico (Tabla XI).

En cualquier caso, esto lleva a adelantar una pregunta en la que se pondrá el acento en el próximo capítulo: ¿Son los efectos de la economía sobre el voto más intensos en épocas de bonanza o en época de crisis económica? Continuando con la legislatura 2004-2008, se observa que todas las relaciones son significativas. Respecto a la relación con la valoración de la gestión del Gobierno, se observa que casi llega a la relación perfecta y con signo negativo. Es decir, que aunque la tasa de paro desciende, la valoración negativa de la gestión gubernamental se presenta en crecimiento desde el inicio de la legislatura, lo cual se repite en todas las legislaturas analizadas menos en la primera de Aznar. Consistente con lo anterior, la relación con la estimación de voto al partido en el Gobierno (PSOE) es bastante alta y positiva.

Tabla XI. Correlaciones de variables con la Tasa de Paro.						
	1996-2011	1996-2000	2000-2004	2004-2008	2008-2011	
Valoración gestión Gobierno mala/muy mala	Correlación de Pearson	0,332**	,308	-,178	-0,946**	0,893**
	Sig. (bilateral)	,008	,229	,509	,000	,000
	N	63	17	16	16	14
Estimación de voto al partido en el Gobierno	Correlación de Pearson	-0,552**	-0,709**	,200	0,834**	-0,727**
	Sig. (bilateral)	,000	,001	,457	,000	,003
	N	63	17	16	16	14
Estimación de voto al partido en la oposición	Correlación de Pearson	0,463**	0,686**	-,014	-0,574*	0,67**
	Sig. (bilateral)	,000	,002	,959	,020	,009
	N	63	17	16	16	14
Valoración situación actual económica como mala o muy mala	Correlación de Pearson	0,302*	0,681**	-,111	-0,944**	0,928**
	Sig. (bilateral)	,016	,003	,683	,000	,000
	N	63	17	16	16	14

Fuente: Elaboración propia a partir de dato del INE y del Centro de Investigaciones Sociológicas.

* La correlación es positiva al nivel 0,05 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En cuanto a la relación con la valoración de la situación económica, de nuevo ocurre lo mismo que para la legislatura 2000-2004: la relación es inversa, la mala percepción de la situación económica crece a la par que decrece la tasa de paro. Finalmente, en cuanto a la última legislatura se refiere, la relación con todas las variables de nuevo se presenta significativa y, en este caso sí, con la dirección que teóricamente se esperaría encontrar, si nos ceñimos a la perspectiva racionalista del voto. Así, un incremento de la tasa de paro se asocia a un incremento de la mala valoración del Gobierno, de la mala valoración de la situación económica, de una caída de la estimación de voto al partido en el Gobierno y de un incremento de la estimación de voto al partido de la oposición.

En el Gráfico XV se ha querido plasmar el indicador de expectativas acerca de la situación económica, elaborado por el Centro de Investigaciones Sociológicas. Se trata de una variable muy destacable en los modelos de voto económico, tal y como se expuso en el epígrafe teórico. En esta ocasión se puede apreciar cómo las expectativas acerca de la situación económica se mantienen en una curva bastante inestable, con aparente cierta estacionalidad, que comienza a descender en 2005, se desploma durante el año 2008 y se recupera desde mediados de 2009, aunque sin llegar a niveles del lustro anterior.

Gráfico XV. Indicador de la situación económica prospectiva (%).



Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

El Indicador de Expectativas Económicas (*IEE*) se construye a partir de la pregunta “¿Cree que dentro de un año la situación económica del país será mejor, igual o peor?”, como la siguiente ecuación:

$$IEE = \frac{100.p_1 + 50.p_2 + 0.p_3}{p_1 + p_2 + p_3}$$

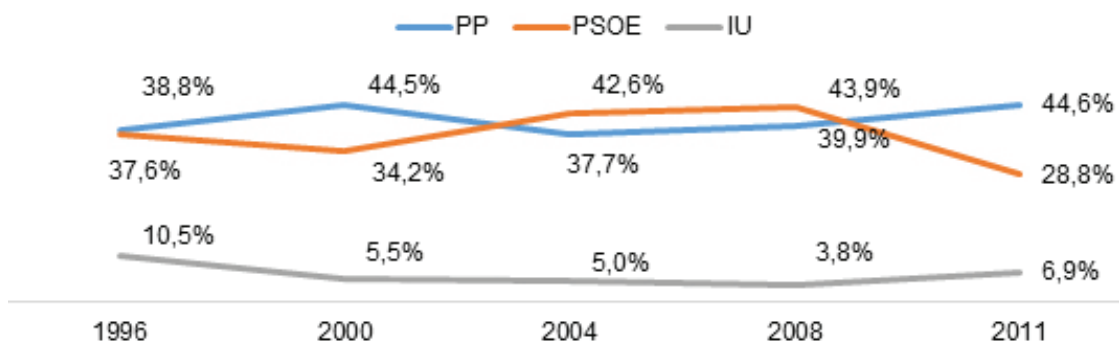
donde p_1 , p_2 y p_3 son, las proporciones de respuesta de las opciones mejor, igual y peor, respectivamente.

Como se ha visto en este breve análisis contextual, la percepción sobre la situación económica que presentan los ciudadanos se muestra consistente con el relato de la realidad económica, salvo en las legislaturas donde la economía pasa a un segundo plano. En ellas, la percepción sobre la realidad económica se ve arrastrada por otras consideraciones, que aunque no se pueda aseverar con el análisis bivariado realizado hasta ahora, parece guardar relación con diversos *issues* de relevancia política en la legislatura, como escándalos o la gestión de distintas crisis, como la del Prestige o la relativa a la Guerra de Irak. Motivado por lo anterior, en el análisis realizado se confirma la relación de las variables objetivas y las percepciones, con una relación esperada para las legislaturas consideradas críticas: 1996-2000 y 2008-2011. Sin embargo, resulta notoria la dificultad para explicar las relaciones presentadas en los ciclos intermedios, si bien se realiza un acercamiento en el capítulo IV, con el análisis del segundo modelo de voto económico puesto a prueba.

Para finalizar este capítulo de contextualización se realiza una somera referencia a la evolución de los apoyos electorales a los tres principales partidos políticos, a lo largo del ciclo electoral estudiado. En este sentido, existe una alta correlación inversa entre los apoyos recibidos por socialistas y populares. Como se aprecia en el Gráfico XVI, las transferencias electorales entre los dos grandes partidos son muy claras en todo el ciclo estudiado, si bien el escenario de participación ha desempeñado un papel destacable en el rendimiento electoral de ambos partidos. Así, cuanto más baja es la participación electoral, peores resultados presenta el Partido Socialista y mejores el Partido Popular, y viceversa⁷³.

73 El porcentaje de voto socialista y porcentaje de abstención presenta una correlación Pearson de -0,71; y entre porcentaje de voto popular y porcentaje de abstención la correlación Pearson es de 0,96.

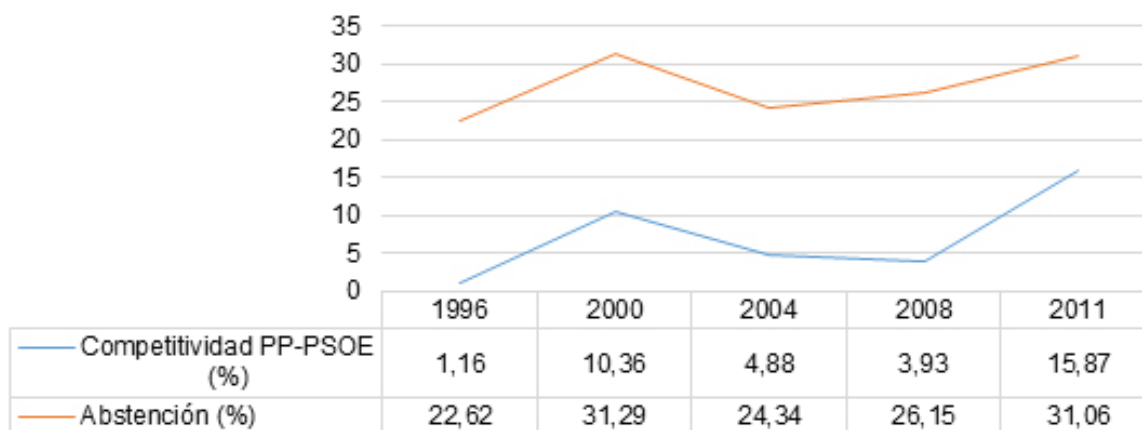
**Gráfico XVI. Evolución del % de voto válido a candidaturas.
Elecciones Generales (1996-2011).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio del Interior.

El nivel de participación está asociado, por su parte, a los niveles de competencia que se presentan en los comicios, tal y como también estiman Boix y Riba para el periodo electoral 1977-1996: “El electorado español es un electorado estratégico. El aumento en la competitividad de las elecciones conduce a una mayor participación (aun cuando el efecto es pequeño)” (Boix y Riba, 2000: 126). Para el caso que aquí se presenta, en el siguiente gráfico se observa la evolución de competitividad entre PP y PSOE, y la evolución de la abstención, como dos rectas prácticamente paralelas a lo largo del periodo analizado (Gráfico XVII).

**Gráfico XVII. Competitividad electoral y abstención en España.
Elecciones generales (1996-2011).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio del Interior.

En el ciclo electoral estudiado, el Partido Socialista presenta su mejor resultado en el año 2008, en el que revalida el Gobierno con el 43,87% de voto válido. Las elecciones de 2008 son, asimismo, en las que se produce un mayor porcentaje de concentración electoral (83,81% de voto) y parlamentaria (92,13% de escaños - 323 escaños), entre los dos principales partidos del sistema político. En cuanto al Partido Popular, presenta su máximo, para el ciclo abordado, en las elecciones del 2000 con el 44,52% del voto (183 diputados). Por otro lado, el voto a Izquierda Unida se mantiene independiente del voto a los dos grandes partidos en las elecciones generales, si bien guarda una relación mayor con el PSOE que con el PP. En 1996 obtiene su mejor resultado electoral (10,54% de voto válido y 21 diputados), coincidiendo con una etapa de debilitamiento del Partido Socialista tras su salida del Gobierno, y un nuevo oficialismo liderado por el Partido Popular, que todavía se encontraba en una fase de juventud como organización.

En lo que respecta a las elecciones municipales, la competitividad electoral entre los dos grandes partidos es bastante más alta que en las elecciones generales, salvo en las elecciones de 2011, donde la distancia entre socialistas y populares se eleva a cerca de 10 puntos. Dichas elecciones, las de 2011, son en las que menor apoyo aglutinan los dos grandes partidos (65,33%). El PP obtiene los mejores resultados en las elecciones de 2011 y los peores en las de 2003. Por su parte, el PSOE presenta un mejor rendimiento en las de 2009 y el peor en 2011.

Finalmente, respecto a las elecciones europeas, que son las que menos interés suscitan (la abstención crece progresivamente desde las primeras elecciones europeas, siendo en 2009 de 55,1%), presentan cierta estabilidad en el resultado obtenido por los tres partidos. Así, el voto al PP se mantiene en una horquilla de sólo 2,38 puntos, la de IU de 0,67 puntos y la del PSOE, que es la más amplia, de 8,13 puntos. En las elecciones europeas de 2004 se produce la mayor suma de apoyos (términos porcentuales) recabados por los dos grandes partidos en el ciclo analizado, con el 84,7% del voto. El mínimo se localiza en las elecciones municipales de 2011, donde el incremento de la desafección política y el surgir de nuevas formaciones merman considerablemente los apoyos obtenidos especialmente por el Partido Socialista.

Tabla XII. Resultados electorales elecciones celebradas en España (1996-2011).

	Votos absolutos				% Voto válido				Escaños / Concejales / Eurodiputados				Abstención (%)
	PP	PSOE	IU		PP	PSOE	IU		PP	PSOE	IU		
1996	9.716.006	9.425.678	2.639.774		38,79	37,63	10,54		156	141	21		22,62
2000	10.321.178	7.918.752	1.263.043		44,52	34,16	5,45		183	125	8		31,29
2004	9.763.144	11.026.163	284.081		37,71	42,59	4,96		148	164	5		24,34
2008	10.278.010	11.289.335	969.946		39,94	43,87	3,77		154	169	2		26,15
2011	10.866.566	7.003.511	1.686.040		44,63	28,76	6,92		186	110	11		31,06
1999	7.334.135	7.296.484	1.387.900		34,44	34,26	6,52		24.623	21.917	2.295		36,01
2003	7.875.762	7.999.178	1.394.871		34,29	34,83	6,07		23.615	23.224	2.198		32,33
2009	7.916.075	7.760.865	1.217.030		35,62	34,92	5,48		23.348	24.029	2.034		36,03
2011	8.476.138	6.275.314	1.437.061		37,54	27,79	6,36		26.507	21.766	2.249		33,84
1999	8.410.993	7.477.823	1.221.566		39,74	35,33	5,77		27	24	4		36,95
2004	6.393.192	6.741.112	798.816		41,21	43,46	5,15		24	25	2		54,86
2009	6.670.377	6.141.784	808.246		42,12	38,78	5,10		24	23	3		55,10

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio del Interior.

CAPÍTULO IV



**ANÁLISIS INDIVIDUAL DEL
VOTO ECONÓMICO EN ESPAÑA**

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS INDIVIDUAL DEL VOTO ECONÓMICO EN ESPAÑA

En este capítulo se aborda el análisis de los modelos de voto construidos para dar respuesta a las hipótesis de trabajo 1-6, expuestas en el capítulo metodológico. El capítulo comienza con un análisis del comportamiento electoral de los españoles en las elecciones generales del año 2000, con la presentación de resultados y el análisis del modelo de voto propuesto, aplicado tanto para el partido en el Gobierno como para el principal partido de la oposición. Seguidamente, se replica la misma estructura, de presentación de datos y comentario de resultados, para el caso de las elecciones generales del 2011. En una tercera parte, se realiza un análisis comparado de los resultados obtenidos en ambos modelos, a partir de diferentes simulaciones de probabilidad de voto, a fin de determinar qué variables fueron las que tuvieron un mayor peso en ambas elecciones. Finalmente, se realiza un análisis sistemático del comportamiento electoral a lo largo del ciclo electoral 1996-2011, con una estructura que de nuevo replica la empleada en el resto de apartados anteriores: puesta a prueba de los modelos estadísticos y explicación descriptiva de los mismos, exposición y explicación de diferentes simulaciones de probabilidad de voto que permitan una mejor comprensión del comportamiento electoral de los españoles, a tenor de los estudios de opinión explotados en esta investigación.

Es importante señalar que este capítulo adquiere un cariz técnico, donde se realiza un análisis descriptivo de la técnica empleada y los resultados estadísticos obtenidos, dejando para el capítulo de conclusiones los comentarios asociados a las hipótesis planteadas en el capítulo metodológico.

1. Las elecciones generales del 2000

1.1 El modelo para el partido en el Gobierno (PP)

El modelo aplicado para el año 2000 presenta un ajuste estadístico positivo, pues predice correctamente cerca del 86% del total de observaciones para los que se tiene in-

formación. Los valores del estadístico Chi Cuadrado y el Pseudo R^2 son estadísticamente significativos, resultando excelente el coeficiente de determinación al rozar el 0,7⁷⁴. Cabe mencionar, no obstante, que el modelo genera una alta mortandad en la muestra (82,4%), como consecuencia del proceso de recodificación llevado a cabo y explicado en el capítulo II. No obstante, el número final de casos incluido en el análisis es de 932, lo que resulta una cifra aceptable para el tipo de análisis aplicado y el número de variables incluidas en el mismo. Cabe mencionar, antes de iniciar el comentario de la tabla, que no se halló problemas de multicolinealidad en el modelo, si bien las variables referidas a la valoración de la política económica por parte del Gobierno y por parte de la oposición, generaban altas correlaciones inversas, lo que resultaba, por otro lado, bastante previsible⁷⁵.

Atendiendo a los resultados arrojados por el modelo, la primera observación en la que se ha decidido incidir es en la significatividad estadística de las variables independientes incluidas. Así, la primera información de interés que nos arroja dicha observación es que las tres variables de carácter económico (expectativas económicas y valoración de la economía por parte del Gobierno e hipotética gestión por parte de la oposición), resultan estadísticamente significativas. Este resultado confirma las previsiones realizadas en el capítulo III, dado que fue la economía el elemento fundamental de la legislatura y especialmente del contexto electoral, no sólo como estrategia de venta del Partido Popular en yuxtaposición a los resultados económicos arrojados por la última legislatura de Felipe González, sino también por sus implicaciones en la realidad económica de los ciudadanos que, como se aprecia, incluyeron los aspectos económicos en los procesos de racionalización del voto para estas elecciones. A este respecto cabe adelantar que la variable con mayor capacidad explicativa del modelo es la referida a la valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición, seguida de la valoración de la política económica.

No ocurre lo mismo con el caso de la política social y del nivel de seguimiento de la información política, pues ambas variables se presentan como no significativas en el modelo.

74 Pseudo R^2 es el coeficiente de determinación e informa de la calidad del ajuste de la regresión. Su rango teórico oscila entre 0 y 1, pero muy raramente se aproxima a 1. Cuando el coeficiente se ubica entre 0,2 y 0,4, el ajuste del modelo se considera de buena calidad, considerándose excelente cuando se supera dicho valor (Pando Fernández y San Martín Fernández, 2004).

75 Resulta razonable que, en promedio, los entrevistados que realicen una valoración positiva del Gobierno también realicen una valoración negativa de la oposición, y viceversa.

Tabla XIII. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2000. Dependiente voto Gobierno (PP).		
	Beta	Exp(B)
VARIABLES INDEPENDIENTES		
Expectativas económicas	0,588 (0,172) **	1,801
Valoración de la política económica del Gobierno	0,844 (0,199) **	2,326
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	-3,625 (1,348) *	0,027
Política social	-0,443 (0,305) n.s	0,642
Consumo informativo	0,079 (0,052) n.s	1,083
VARIABLES DE CONTROL		
Ideología	0,590 (0,070) **	1,805
Nivel educativo	0,095 (0,091) n.s	1,100
Edad	-0,003 (0,009) n.s	0,997
Género	0,135 (0,241) n.s	1,145
Jubilados/pensionistas	0,342 (0,349) n.s	1,408
Parado	0,478 (0,388) n.s	1,613
Estudiante	0,055 (0,475) n.s	1,056
Trabajo doméstico	0,317 (0,360) n.s	1,372
Constante	-5,292 (0,757) **	0,005
Chi cuadrado	682,741**	
Pseudo R²	,693	
% Correcto	85,7	
Nº casos	932	

Variable dependiente es 1 (voto por el PP) y 0 (no voto por el PP).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

En este sentido, resulta relevante traer a colación la distribución de frecuencias de las variables referidas a la evaluación de la política social, que recordemos recogían la política de empleo, educación y sanidad. Como puede apreciarse, la gestión de la política del empleo es la mejor evaluada por los entrevistados, seguida por la política sanitaria. Finalmente, a diez puntos de valoración positiva se encuentra la educación, valorada favorablemente por algo menos del 31% de los entrevistados.

Tabla XIV. Valoración de la gestión del Gobierno (PP) en política social.						
	El empleo		La educación		La sanidad	
	%	% acumulado	%	% acumulado	%	% acumulado
Muy buena	3,3	3,3	1,3	1,3	2,3	2,3
Buena	37,9	41,1	29,5	30,8	36,2	38,5
Regular	32,9	74,0	32,3	63,2	32,1	70,6
Mala	14,8	88,8	16,7	79,8	15,7	86,3
Muy mala	3,0	91,8	4,1	83,9	3,9	90,1
N.S.	7,7	99,5	15,5	99,4	9,3	99,4
N.C.	,5	100,0	,6	100,0	,6	100,0
Total (%)	100,0		100,0		100,0	
Total casos	5278		5277		5274	

Fuente: Panel electoral 2000. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Los resultados de la valoración de gestión del Gobierno se relacionan con la valoración de la hipotética gestión que realizaría el principal partido de la oposición (PSOE). A este respecto, puede resultar llamativo, con la diferencia entre los dos partidos arrojada por las urnas, que más del 50% de los entrevistados considerasen que la oposición gestionaría igual o mejor que el Gobierno popular las tres políticas públicas analizadas, especialmente

la educativa. Pese a esto, esta variable no se presenta significativa en el modelo, por lo que cabría pensar que la evaluación de la política social no fue una variable determinante en la racionalización del voto, tal y como así fueron las variables de índole económica. El análisis bivariado entre estas variables independientes y la variable dependiente resulta estadísticamente significativo al 99%, en los tres casos.

Tabla XV. Percepción de cómo gestionaría la oposición (PSOE) la política social.						
	El empleo		La educación		La sanidad	
	%	% acumulado	%	% acumulado	%	% acumulado
Mejor	12,3	12,3	16,8	16,8	15,0	15,0
Igual	39,1	51,4	40,8	57,6	42,0	57,0
Peor	28,5	79,9	21,4	79,0	23,2	80,2
N.S.	19,3	99,2	20,2	99,2	19,0	99,1
N.C.	,8	100,0	,8	100,0	,9	100,0
Total (%)	100,0		100,0		100,0	
Total casos	5282		5274		5271	

Fuente: Panel electoral 2000. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Finalmente, en cuanto a las variables de control que incluye el modelo, cabe destacar la significatividad estadística que presenta la ideología, frente a la no significación estadística de las variables sociodemográficas.

En lo que respecta al signo de los valores B, es decir la dirección de influencia con la variable dependiente, todas presentan la dirección esperada en un elector racional y consistente con sus predisposiciones políticas. Así, los electores con expectativas económicas más optimistas presentan una probabilidad de voto al PP más alta que los pesimistas respecto al futuro económico. Asimismo, los que mejor valoran la política económica del Gobier-

no mayor probabilidad tienen de votarle, al contrario que ocurre cuando se estima que la oposición gestionaría mejor la economía, que presenta un valor de signo negativo bastante alto. En cuanto a la ideología, como cabía esperar, cuanto más a la derecha en la escala ideológica se ubique el elector, mayor probabilidad de votar al Partido Popular.

Una vez descrita la significatividad estadística de las variables incluidas en el modelo, así como su dirección, se procede a realizar un análisis de la magnitud del efecto que producen las distintas variables independientes sobre la probabilidad de éxito de la variable dependiente.

De manera previa, resulta necesario determinar para qué valores de las variables independientes se estimará la magnitud del efecto sobre la variable dependiente⁷⁶. En este sentido, se optó por seleccionar tres perfiles de electores diferenciados.

En primer lugar estaría el elector que se ha denominado “Elector mediano voto PP”, que presenta los valores de las categorías con una mayor distribución para los electores que votarían al PP. Téngase en cuenta que este perfil puede no coincidir con un elector real, puesto que lo que se busca es un perfil ideal en cada una de las variables, no como perfil en conjunto. Así, este elector presentaría expectativas económicas optimistas; una valoración positiva de la política económica llevada a cabo por el Gobierno; pensaría que el Gobierno gestionaría mejor que la oposición la política económica, así como que gestionaría mucho mejor que la oposición las políticas sociales; realizaría un seguimiento mediano (3 sobre escala 0-6) de la información política; se ubicaría en el 6 en la escala ideológica (1-10); tendría estudios secundarios; 48 años de edad; sería mujer; y pensionista o jubilada.

Al segundo perfil de elector se le ha denominado “Elector mediano no voto PP”, y presenta los valores de las categorías con una mayor distribución para los electores que no votarían al PP. Este elector presenta expectativas económicas moderadas; una evaluación moderada de la gestión de la política económica llevada a cabo por el Gobierno; piensa que la oposición gestionaría mejor que el Gobierno la política económica y también que gestionaría mucho mejor la política social; realizaría un seguimiento de la información política

76 Para el cálculo de probabilidades a partir de modelos de regresión resulta necesario indicar qué categorías de las variables independientes se utilizan como referencias para dicho cálculo. La elección de estas categorías de referencia puede responder al interés del investigador, si bien suele ser habitual en la bibliografía hacer referencia a la categoría con mayor peso en la distribución.

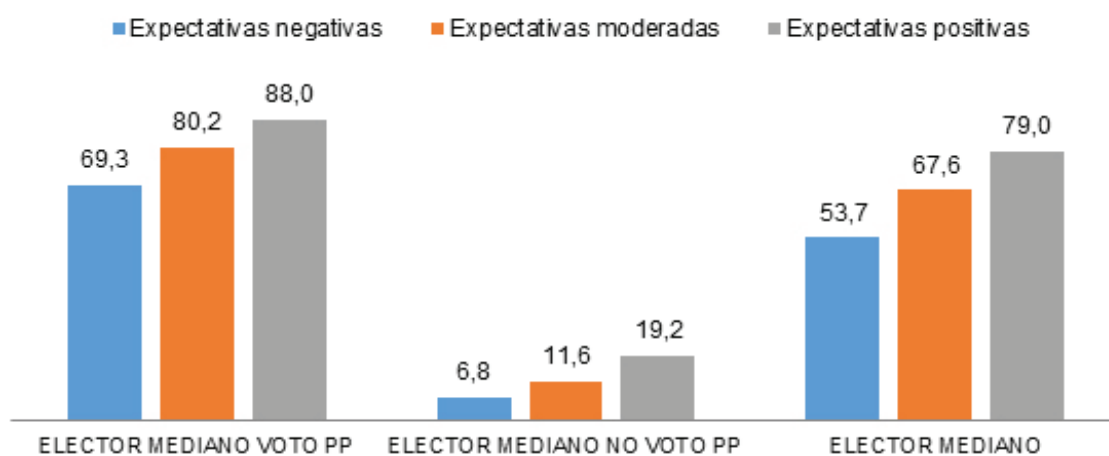
medio-bajo (2 sobre escala 0-6); se ubicaría en el 4 en la escala ideológica; tendría estudios secundarios; sería mujer; jubilada o pensionista; y 45 años de edad.

Por último, al tercer elector seleccionado se le ha denominado “Elector mediano”, y en este caso presenta los valores de las categorías con una mayor distribución en el total de la muestra, tanto entre los que tienen la intención de votar al PP como entre los que no tienen intención de votarle. Este elector se caracteriza por presentar expectativas económicas moderadas; valoración positiva de la gestión económica del Gobierno; estima que el partido en el Gobierno gestiona mejor la política económica y mucho mejor la política social que el partido de la oposición; realizaría un seguimiento de la información política medio-bajo (2 sobre escala 0-6); se ubicaría en el 5 en la escala ideológica; tendría estudios secundarios; sería mujer; jubilada o pensionista; y 46 años de edad.

Esta estrategia llevada a cabo para el cálculo de probabilidades busca ofrecer un escenario de comportamiento para los tres perfiles ideales de votantes, de los que votarían por el Gobierno, de los que votarían por la principal alternativa al Gobierno, y del conjunto de entrevistados (votantes), con independencia de tengan intención o no de votar por el partido en el Gobierno. Como se expuso anteriormente, la probabilidad de votar al partido en el Gobierno se incrementa cuanto mejores son las expectativas sobre el futuro de la economía, independientemente del tipo de elector del que se trate.

Ahora bien, resulta de interés conocer en qué tipo de elector es más notable, en términos de probabilidad de voto al partido en el Gobierno, el cambio en la percepción del futuro de la economía (Gráfico XVIII). Así, el tipo de elector que presenta unas mayores diferencias en la probabilidad de voto al Gobierno es el “Elector mediano”, oscilando de una probabilidad de votar al PP del 79% en el caso de presentar expectativas positivas, a un 53,7% en el caso de que sus expectativas sean negativas. Para el “Elector mediano voto PP” la diferencia de probabilidades es de 18,7 puntos, siendo la probabilidad de voto al PP en el caso de presentar expectativas económicas positivas del 88%. En el caso del “Elector mediano no voto PP” la diferencia entre la percepción más optimista y la más pesimista es de 12,4 puntos porcentuales, no alcanzando la probabilidad de voto al partido en el Gobierno el 20% en la situación más favorable para éste.

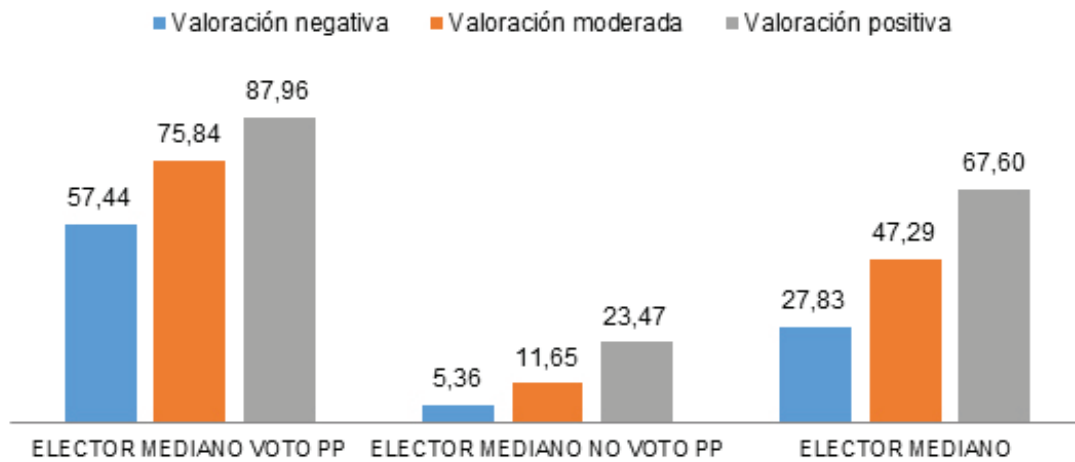
Gráfico XVIII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

Igualmente, la valoración de la política económica llevada a cabo por el ejecutivo popular presenta una probabilidad de voto mayor al partido en el Gobierno cuanto mejor sea dicha evaluación (Gráfico XIX). Al elector que más le afecta en su probabilidad de voto los cambios en esta variable es al “Elector mediano”, pues ésta puede variar hasta en 40 puntos porcentuales en función de si la valoración es positiva o negativa. En el caso del “Elector mediano voto PP” la diferencia alcanza los 30,5 puntos de diferencia; y para el elector más adverso a los intereses del PP, la diferencia apenas alcanza los 18 puntos de diferencia. Cabe mencionar respecto a esta cuestión, que en el estudio preelectoral de las elecciones del 2000, de donde procede esta variable, sólo el 13,8% de los entrevistados evalúan como mala o muy mala la gestión llevada a cabo por el ejecutivo de José María Aznar en lo que respecta a la economía; mientras que cerca del 43% valora la gestión en este ámbito como buena o muy buena.

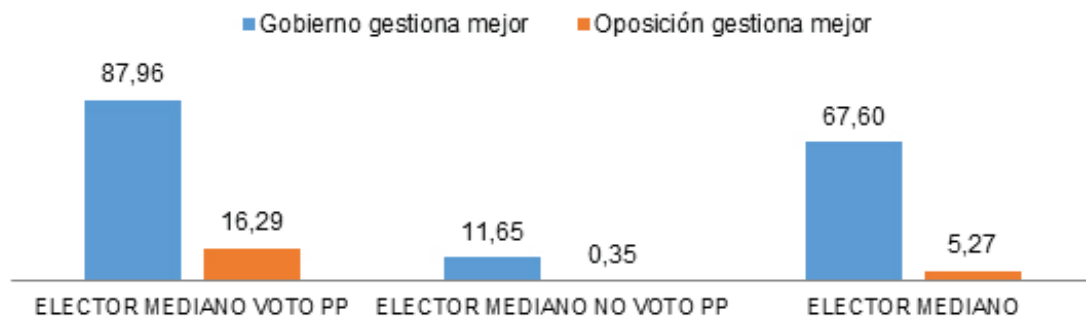
Gráfico XIX. Efecto de la valoración de la política económica del Gobierno en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

La siguiente variable a analizar es el efecto de la percepción de quién gestiona mejor la economía en la probabilidad de votar al Gobierno, contraponiendo en una variable dicotómica a los que opinan que lo haría mejor la oposición frente a los que consideran que el Gobierno popular lo haría mejor. Esta variable, como se adelantó unas líneas arriba, resultó ser la más explicativa del modelo, tal y como también se desprende del análisis de probabilidades. La diferencia de probabilidades resulta muy notable, especialmente en el “Elector mediano voto PP” y en el “Elector mediano”. En el primer perfil las diferencias de probabilidad de votar al Gobierno sobrepasan los 71 puntos porcentuales, mientras que en los segundos son algo más de 62 puntos. La diferencia no es amplia, comparativamente con otras variables, entre los electores menos afines al PP, cifrándose ésta en 11,3 puntos. No obstante, la probabilidad de que este tipo de elector vote al PP si considera que la oposición gestionaría mejor la economía es prácticamente inexistente.

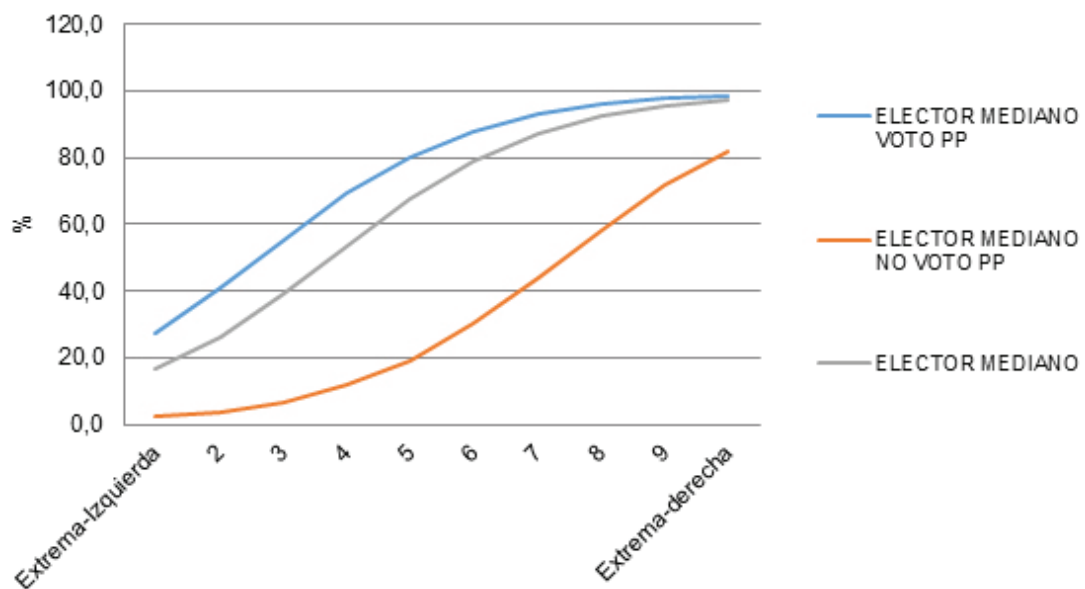
Gráfico XX. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la economía en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

Finalmente, en relación al efecto de la ideología⁷⁷ en el modelo, se determinaba que su peso marginal era comparativamente alto. El Gráfico XXI dibuja las curvas de probabilidades que presentan los perfiles de votantes definidos, en función de que el elector se ubique en una posición u otra de la escala ideológica.

Gráfico XXI. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar al Gobierno (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

77 Se recuerda que la ideología se incorpora al modelo de regresión como una variable de escala (1-10). Por tanto, la estimación de probabilidades de voto arroja una proyección lineal del mismo.

De nuevo, al ubicarnos en los dos extremos de la variable independiente y calcular la diferencia absoluta de probabilidades de voto al partido en el Gobierno, se obtiene que ésta es mayor en el denominado “Elector mediano” (81,1 puntos), seguido del “Elector mediano no voto PP” (79,8 puntos). En el “Elector mediano voto PP” la diferencia es de 71,1 puntos.

1.2 El modelo para el principal partido en la oposición

A continuación se presentan los resultados del modelo de voto económico, asumiendo el voto al principal partido de la oposición (PSOE) como variable dependiente. Por tanto, la variable toma el valor 1 cuando el entrevistado tiene intención de votar al PSOE y el valor 0 cuando no tiene intención de votarle.

Siguiendo el mismo esquema seguido para el caso de voto al partido en el Gobierno, lo primero que se definen son las características estadísticas del modelo (Tabla XVI). En primer lugar se referencia la significación estadística de la Chi cuadrado al 99%, lo que implica que la ecuación es explicativa de la variable dependiente. El porcentaje global correcto es de 93,2%, siendo para el valor 1 (categoría de éxito de la variable dependiente) del 92,2%. En lo que respecta a la explicación de la varianza que ofrece el modelo, presenta una R^2 de Cox y Snell de 0,526 y una R^2 de Nagelkerke de 0,780, lo cual supone un resultado muy satisfactorio en términos de ajuste del modelo.

En cuanto a las variables significativas, resulta llamativo que ni las expectativas económicas ni la valoración de la política económica del Gobierno se presenten como significativas en el modelo. Sí se presenta significativa la valoración de la hipotética gestión de la economía por parte de la oposición, destacando su influencia por encima del resto de variables si se observa el valor $\text{Exp}(B)$. La dirección del efecto es el esperado en un elector racional y consistente con sus predisposiciones políticas: quienes creen que la oposición gestionaría mejor la política económica presentan una mayor probabilidad de votar al PSOE.

En el caso de la variable de percepción sobre qué partido gestionaría mejor la política social, también se presenta significativa, al contrario que ocurría en el modelo anterior. De nuevo, la probabilidad de voto al PSOE se incrementa a medida que se opina que éste gestionaría mejor la política social.

Tabla XVI. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2000. Dependiente voto oposición (PSOE)		
	Beta	Exp(B)
VARIABLES INDEPENDIENTES		
Expectativas económicas	0,301 (0,235) n.s	1,351
Valoración de la política económica del Gobierno	0,203 (0,236) n.s	1,224
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	1,841 (0,804)*	6,303
Política social	1,171 (0,287)**	3,226
Consumo informativo	0,153 (0,076)*	1,165
VARIABLES DE CONTROL		
Ideología	-0,385 (0,100)**	,680
Nivel educativo	-0,429 (0,131)*	,651
Edad	-0,008 (0,013) n.s	,992
Género	0,177 (0,343) n.s	1,193
Jubilado/pensionista	0,349 (0,530) n.s	1,418
Parado	-0,339 (0,450) n.s	,713
Estudiante	-0,183 (0,648) n.s	,833
Trabajo doméstico	0,155 (0,532) n.s	1,167
Constante	-1,719 (1,076) n.s	,179
Chi cuadrado	695,468**	
Pseudo R²	0,780	
% Correcto	93,2	
Nº casos	931	

Variable dependiente es 1 (voto por el PSOE) y 0 (no voto por el PSOE).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

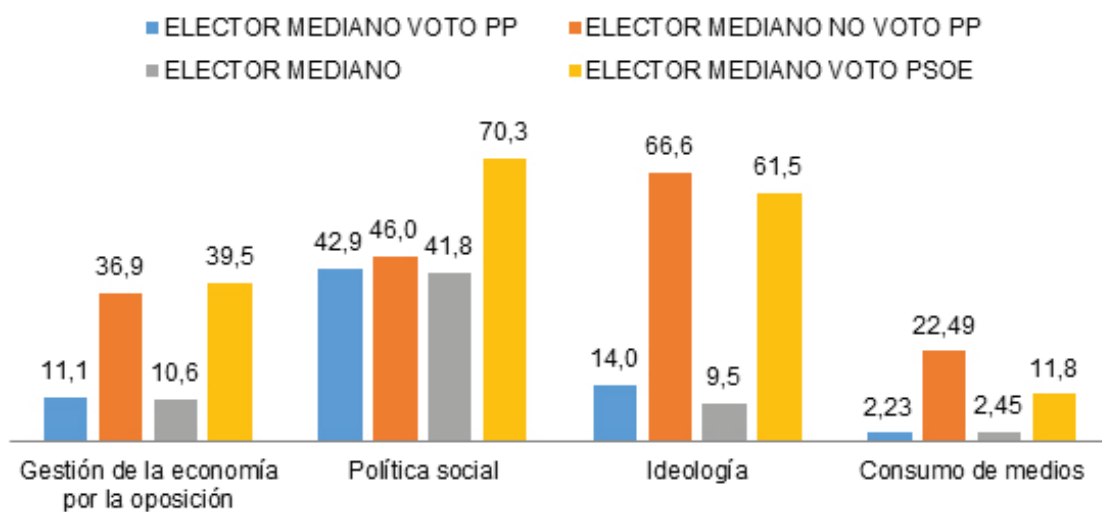
+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

En cuanto a la variable sobre consumo de información política, que recordemos deriva de un índice compuesto por el seguimiento a través de la prensa, la radio y la televisión, también resulta significativa en el modelo con dirección positiva. Es decir, cuanto mayor nivel informativo presenta el elector, mayor probabilidad de votar al partido de la oposición. Esta relación de causalidad podría estar relacionada con un perfil más crítico de elector, aunque esta hipótesis resultaría contradictoria en el mismo modelo, dado el carácter significativo con sentido negativo que presenta la variable educación.

En el Gráfico XXII se presenta el resumen de las diferencias de probabilidad extremas de votar al principal partido de la oposición. Para calcular esa probabilidad extrema, en cada una de las variables de interés se han asumido como referencias las categorías más alejadas entre sí. Este diferencial se calcula para los mismos tres perfiles definidos en el apartado anterior, más un cuarto perfil al que se denomina “Elector mediano voto PSOE”. Este nuevo perfil presenta expectativas económicas moderadas, una valoración negativa de la política económica llevada a cabo por el ejecutivo de Aznar, considera que el PSOE hubiera gestionado mejor la economía y mucho mejor la política social, realiza un seguimiento bajo (2) de la información política, se ubica en el 4 en la escala ideológica, con estudios secundarios, 47 años, mujer y jubilada o pensionista.

Gráfico XXII. Diferencial de probabilidades extremas de votar al Gobierno (PP) (puntos porcentuales).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

La primera conclusión que se puede extraer de este gráfico es que para el “Elector mediano voto PSOE” la variable con una mayor oscilación es la referente a la gestión de la política social, seguida de la ideología. Comparado con el modelo de regresión para el Partido Popular, se podría afirmar que la gestión de la política social resulta ser una variable bastante más relevante para el votante del Partido Socialista que para el votante del Partido Popular, que se apoyaría en mayor medida en las variables de índole económica para racionalizar su voto. Esta cuestión se relaciona con los *issues* tradicionales o agenda temática de cada uno de los partidos políticos, por lo que los resultados parecen ser coherentes con la tradición de cada uno de ellos. En el caso del “Elector mediano”, que recordemos guarda bastante similitud con el “Elector mediano voto PP” en cuanto a las categorías de referencia, también se observa la importancia de la política social y la gestión de la economía por parte de la oposición.

2. Las elecciones generales del 2011

2.1 El modelo para el partido en el Gobierno (PSOE)

En este apartado se presentan los resultados derivados de la aplicación del modelo de voto económico en las elecciones generales de 2011, aplicados tanto para el partido en el Gobierno (PSOE), como para el principal partido de la oposición (PP).

En cuanto al modelo que toma como variable dependiente la probabilidad de voto al Partido Socialista Obrero Español, se debe destacar su buen ajuste en términos estadísticos (Tabla XVII). Así, el modelo presenta una Chi cuadrado estadísticamente significativa, un porcentaje de casos correctos del 88,1% (82,6%) sobre la categoría de éxito de la variable dependiente. La capacidad de explicación de la varianza que arroja el modelo también es estadísticamente satisfactoria, cifrándose en un R^2 de Cox y Snell de 0,447 y un R^2 de Nagelkerke de 0,666. El número de casos incluidos en el análisis es de 2251, lo que representa el 37% del total de la muestra. Si bien la mortandad muestral, fruto de la codificación realizada y la categoría de éxito de la variable dependiente, es bastante grande, todavía permanece una muestra suficientemente grande para abordar el análisis sin mermar sustantivamente la capacidad de inferencia de los resultados.

Tabla XVII. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2011.
Dependiente voto Gobierno (PSOE).

	Beta	Exp(B)
VARIABLES INDEPENDIENTES		
Expectativas económicas	-0,304 (0,112) *	,738
Valoración de la política económica del Gobierno	0,626 (0,129) **	1,871
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	-0,413 (0,230)+	,662
Política social	-1,309 (0,127) **	,270
Consumo informativo	0,062 (0,041) n.s	1,064
VARIABLES DE CONTROL		
Ideología	-0,240 (0,053) **	,786
Nivel educativo	-0,425 (0,080) **	,654
Edad	-0,012 (0,007) +	,988
Género	0,002 (0,160) n.s	1,002
Jubilado/pensionista	0,200 (0,264) n.s	1,221
Parado	0,300 (0,201) n.s	1,350
Estudiante	-0,103 (0,363) n.s	,902
Trabajo doméstico	0,643 (0,339) +	1,902
Constante	2,917 (0,491) **	18,484
Chi cuadrado	1343,62 **	
Pseudo R²	0,666	
% Correcto	88,1	
Nº de casos	2251	

Variable dependiente es 1 (voto por el PSOE) y 0 (no voto por el PSOE).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

Al profundizar en las variables del modelo que se presentan estadísticamente significativas, se han de destacar todas las variables independientes, salvo el consumo de medios, así como tres variables de control: la ideología, el nivel educativo y la edad. Atendiendo al signo (dirección de relación) de cada una de las variables, la primera a la que se hace referencia es a las expectativas económicas, que presenta un signo negativo, lo que quiere decir que cuanto más positivas sean las expectativas, menor será la probabilidad de voto al PSOE. Bajo la lógica del voto económico esta cuestión resulta inconsistente, pues sería previsible desde el punto de vista de la elección racional, que un elector con altas expectativas económicas decidiese votar al partido en el Gobierno. Sin embargo, hay que matizar algunas cuestiones. En primer lugar, existe una limitación técnica importante producida por la herramienta de análisis. La pregunta sobre expectativas tradicionalmente se mide en el estudio preelectoral, sin embargo en este caso se incluye en el estudio poselectoral, una vez que el entrevistado ya conoce el resultado de la elección. A ello se le suma otra cuestión, y es que las elecciones de 2011 se presentan con baja incertidumbre, pues los sondeos preelectorales dibujaban un escenario beneficioso para la alternativa al oficialismo, por lo que unas expectativas económicas positivas podrían estar asociadas al ánimo generalizado de que se produciría un cambio en el partido de Gobierno. En este sentido, si se cruzan las expectativas económicas (de acuerdo a nuestra codificación, que agrupa categorías de la pregunta original) y la intención de voto, se observa que una mayoría de los entrevistados que responden con expectativas positivas son potenciales votantes del Partido Popular. De igual modo, la España democrática no había conocido una situación económica tan delicada como la que se presentaba en 2011, por lo que podría pensarse que para una mayoría de electores sólo cabía una mejora en la situación económica.

La pregunta que cabría hacerse entonces es sobre la dirección de la causalidad: ¿Los electores que tenían expectativas económicas positivas optaron por votar al Partido Popular, o como consecuencia de que eran electores del PP, y éste ganó la elección, se presentaron optimistas sobre el futuro de la economía? Si bien resulta complejo responder con rotundidad a este interrogante, más aún con las estrategias de cálculo llevadas a cabo, el hecho de que este comportamiento se dé sólo cuando el elector es conocedor del resultado electoral y no antes (en el estudio que cubre el año 2010 no se observa esta misma pauta, sino la consistente con la teoría), apunta en la dirección de que la clave reside en la limitación técnica, y no en los efectos del escenario de competición.

Tabla XVIII. Tabla de contingencia (Expectativas económicas x intención de voto).				
		Intención de voto		Total
		PSOE	PP/PAR/UPN	
Expectativas pesimistas	Recuento	266	77	877
	%	27	4	16
Expectativas moderadas	Recuento	543	446	2304
	%	55	26	43
Expectativas optimistas	Recuento	178	1200	2139
	%	18	70	40
Total	Recuento	987	1723	5320
	%	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de dato del estudio preelectoral del 2011 en España (CIS).

La siguiente variable a comentar es la valoración de la política económica del Gobierno socialista. Esta variable presenta un signo positivo, lo que quiere decir que cuanto mejor se valore la política económica, mayor probabilidad de voto al PSOE. Esta variable tiene un peso comparativamente relevante en el modelo. Sin embargo, la realidad es que sólo un 2,4% de los entrevistados valoraban como buena o muy buena la gestión económica del Gobierno, mientras que el 77,9% la valoraba como mala o muy mala. Por tanto, el efecto sobre el conjunto del electorado resulta limitado.

En cuanto a la valoración de la percepción sobre quién gestionaría mejor la economía, esta variable presenta signo positivo y es significativa al 90% (Tabla XIX). Como podría sospecharse para un elector racional, la probabilidad de votar al Gobierno es mayor entre quienes creen que el partido en el Gobierno gestionaría mejor la economía.

Tabla XIX. Percepción sobre quién gestionaría mejor la economía.

	PP	PSOE	Otro partido	Ninguno (No leer)	N.S + N.C.	Total
Votante PSOE	14,3	54,2	0,6	16,5	14,4	100,0
Votante PP/PAR/UPN	85,1	0,8	0,2	5,7	8,2	100,0
Total entrevistados	42,0	15,1	2,7	22,9	17,4	100,0

Fuente. Elaboración propia.

Al fijarnos en la distribución de frecuencias que ofrece esa pregunta en el estudio pre-electoral, se observa que sólo para el 15,1% de los entrevistados, el PSOE gestiona mejor la economía. Además destaca que sólo para algo más de la mitad de los potenciales votantes socialistas, el PSOE es quién mejor gestiona la economía. Esto quiere decir que aunque esta variable es importante en el modelo, el factor que más peso tuvo sobre el voto al PSOE en estas elecciones no fue la política económica, sino la gestión de la política social. Así, mientras que sólo algo más de la mitad de los votantes socialistas creían que el PSOE era el que mejor podía gestionar la economía, dicha cifra asciende al 87% cuando se trata de la gestión de la política social⁷⁸. La política social se presenta significativa al 99% con un valor Exp(B) que destaca sobre el resto.

En cuanto a las variables de control, la ideología se presenta de nuevo estadísticamente significativa con signo negativo, lo que quiere decir que conforme el elector se ubique más a la derecha, la probabilidad de votar al PSOE disminuirá. El nivel educativo también presenta signo negativo, lo que quiere decir que a mayor nivel de formación, menor probabilidad de votar al PSOE. En cuanto a la edad, se presenta significativa al 90% y con una Exp(B) bastante baja, por lo que su peso en el modelo es limitado, el más limitado de las variables significativas. La categoría relativa a la ocupación “trabajo doméstico” también resulta significativa en el modelo, lo cual podría estar relacionado con un electorado socialista mayoritariamente femenino.

⁷⁸ Recordemos que la política social es una variable que combina la política de empleo, la política sanitaria y la de educación.

Al igual que hicimos en el caso de las elecciones del 2000, para observar el efecto de las variables sobre la probabilidad de voto al partido en el Gobierno, se presentan unas simulaciones a partir de varios perfiles de votantes. Al primero de los perfiles se le ha denominado “Elector mediano voto PSOE” y presenta expectativas moderadas sobre el futuro de la economía; realiza una valoración negativa de la gestión de la política económica del Gobierno, aunque cree que el PSOE gestionaría mejor esta política que el PP; considera que los socialistas gestionarían mucho mejor la política social; el consumo de medios de información política se ubicaría en un 3 en una escala de 0 a 6; se ubicaría en el 4 en la escala ideológica; con educación secundaria; mujer, 50 años y jubilada o pensionista.

En el caso del perfil “Elector mediano no voto PSOE”, se caracteriza por presentar expectativas económicas positivas; valoración negativa de la política económica del PSOE; creencia de que el PP gestionaría mejor la economía, así como mucho mejor la política social; el consumo de medios de información política se ubicaría en un 3 sobre una escala de 0 a 6; autoubicado en el 5 ideológico; educación secundaria; 47 años de edad, mujer y jubilada o pensionista. El perfil de “Electorado mediano” es similar al anterior, con la diferencia de que la edad de referencia es 48 años y las expectativas sobre el futuro de la economía son moderadas. Como cabía esperar, al partir de categorías de referencia prácticamente idénticas tampoco se presentan grandes diferencias en las simulaciones de probabilidad.

Es importante recordar que las categorías de referencia son aquellas con una mayor frecuencia en el segmento. No se trata de promedios, como sí se hará para la comparación de resultados en distintas elecciones, sino de categorías puras.

En el caso de las expectativas económicas, las diferencias apenas son de cerca de 14 puntos en el caso del “Elector mediano voto PSOE”, que pasaría de 70,7% en el caso de presentar expectativas negativas, a 56,8%, en el caso de que las expectativas sean positivas. En los otros dos perfiles la probabilidad no alcanza el 2,5% en el mejor de los casos, y la distancia entre categorías extremas es de apenas un punto (Gráfico XXIII).

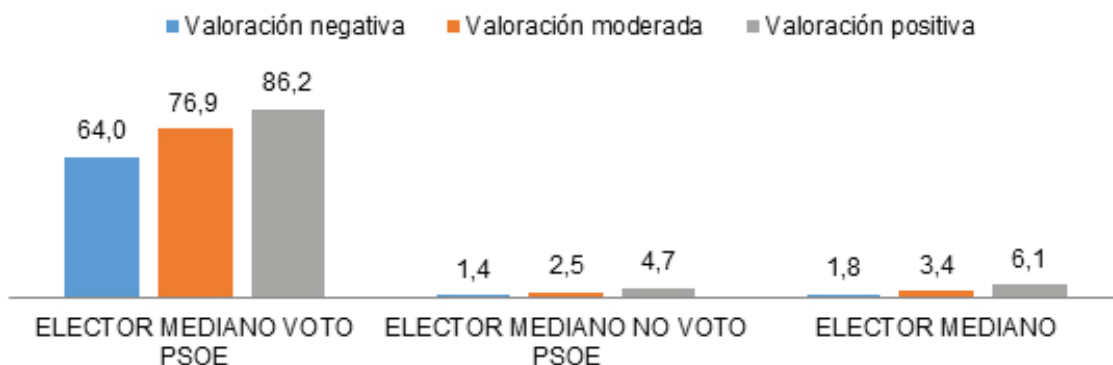
Gráfico XXIII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

En cuanto al efecto de la valoración de la política económica del Gobierno, en el “Elector mediano voto PSOE”, la probabilidad de votar a los socialistas es del 64% cuando se valora negativamente, y del 86,2% cuando se valora positivamente. En los otros dos perfiles los resultados vuelven a ser semejantes, con una escasa distancia en la probabilidad de voto cuando las referencias son los extremos (Gráfico XXIV).

Gráfico XXIV. Efecto de la valoración de la política económica del Gobierno en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).

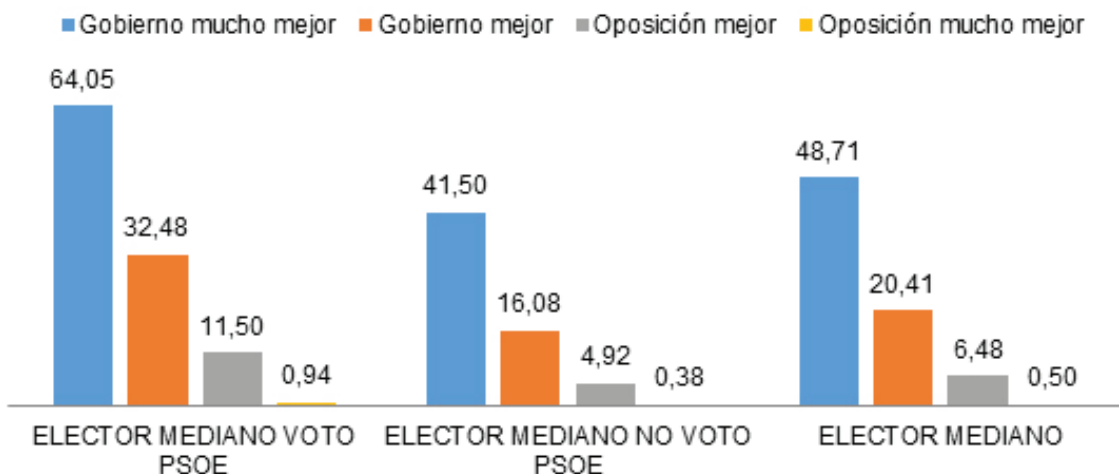


Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

Por su parte, el efecto de la percepción sobre quién gestionaría mejor la economía arroja una distancia de apenas 10 puntos en el caso de las valoraciones extrema realizadas por el “Elector mediano voto PSOE”, que pasan del 64% cuando se cree que el Gobierno gestionaría mejor la política económica, a 54,1% cuando se cree que la oposición gestionaría mejor. En los otros dos perfiles apenas alcanza el 2,8% en el mejor de los casos, y la distancia de posiciones extremas no alcanza ni un punto. Por tanto, se trata de un peso muy limitado sobre el voto el que presenta esta variable.

Por otro lado, se comenta el efecto de la percepción sobre quién gestionaría mejor la política social, que recordemos se trata de la variable con mayor peso estadístico en el modelo aplicado para el Gobierno en las elecciones del 2000 (Gráfico XXV).

Gráfico XXV. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la política social en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%).



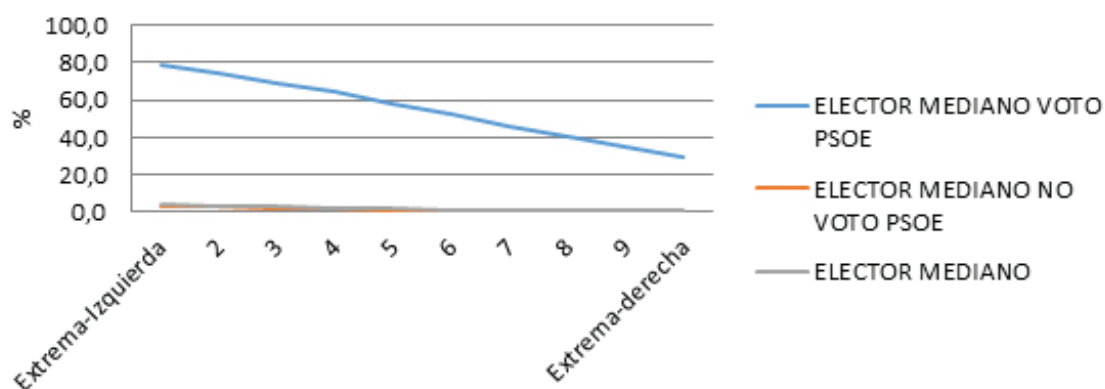
Fuente: Elaboración propia a partir de las simulaciones calculadas para el modelo de regresión.

Como ya se ha indicado, lo importante no es tanto centrarse en las cifras de cada categoría, sino en las diferencias entre las probabilidades que asumen las categorías extremas. Así, estas diferencias son considerablemente amplias en los tres perfiles estudiados, de 48 puntos en el caso del “Elector mediano” y 41 puntos en el caso del “Elector mediano no voto PSOE”. La probabilidad de voto al Gobierno que se presenta en estos dos segmentos es alta cuando se toma de referencia la categoría relativa a que el Gobierno gestiona mucho

mejor la política social que el principal partido de la oposición. En cuanto a la simulación para el “Elector mediano voto PSOE”, lo primero que cabe destacar es que la distancia es de 63 puntos, la más amplia de todas las variables significativas del modelo. También resulta destacable que de las cuatro categorías que conforman esta variable, sólo una ofrece una probabilidad de voto al PSOE por encima del 50%, que es la categoría referente a que el Gobierno gestiona mucho mejor la política social que la oposición. Incluso tomando como referencia la categoría relativa a que el Gobierno gestionaría mejor que la oposición la política social, la probabilidad de voto estaría en torno al 32,5%.

Finalmente, en el caso del efecto de la ideología, se observa que no presenta diferencias para los dos perfiles adversos al partido en el Gobierno (Gráfico XXVI). En el perfil del electorado socialista sí se observa una importante influencia, oscilando de una probabilidad del 30% para los que se ubican en la extrema derecha (10 sobre 10), a un 78,6% para los que se ubican en la extrema izquierda. No obstante, recuérdese que aunque se presente como una variable lineal, en realidad no lo es. Para el electorado que se ubica en el 4 ideológico, el promedio de autoubicación del electorado socialista, la probabilidad de votar al PSOE es de 64%. La probabilidad de voto al PSOE estaría por debajo del 50% a partir de la ubicación en el 7 ideológico, para el elector mediano voto PSOE.

Gráfico XXVI. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar al Gobierno (PSOE) (%)



Fuente: Elaboración propia.

2.2 El modelo para el principal partido en la oposición

Finalmente, para acabar con la exposición de los modelos y poder así pasar al análisis comparativo de los modelos en las dos elecciones, se presentan los resultados del modelo de voto económico, asumiendo el voto al principal partido de la oposición (PP) como variable dependiente. Se recuerda, una vez más, que la variable toma el valor 1 cuando el entrevistado tiene intención de votar al PP y valor 0 cuando no tiene intención de votarle.

En cuanto a las características estadísticas del modelo generado, de nuevo se presentan resultados satisfactorios desde el punto de vista técnico. Así, el modelo de nuevo presenta una Chi cuadrado significativa, un R^2 de Cox y Snell de 0,539 y un R^2 de Nagelkerke de 0,719, lo que quiere decir que una muy buena parte de la varianza está siendo explicada por el modelo. El porcentaje correcto global que genera el modelo es 87,7%, siendo el porcentaje correcto para el valor satisfactorio de la variable dependiente del 94%. Es decir, el modelo seleccionado obtiene un resultado estadístico muy positivo, ofreciendo una buena comprensión del fenómeno de estudio.

De nuevo, todas las variables independientes, salvo la relativa al consumo informativo, se presentan estadísticamente significativas, además de la ideología y la edad, incluidas en el análisis como variables de control, que como ya vimos también resultaban estadísticamente significativas para el modelo del PSOE (Tabla XX).

Deteniéndonos en el signo de las variables estadísticamente significativas, se observa que las expectativas económicas presentan un signo positivo, lo cual quiere decir que cuanto mejores sean las expectativas económicas, mayor probabilidad de voto al PP. Este dato resulta consistente con el obtenido para el modelo del PSOE, y como ya se explicó resulta razonable que guarde esta dirección porque quienes presentan unas mejores expectativas económicas son los electores del Partido Popular. Es importante volver a incidir en las limitaciones técnicas ya comentadas anteriormente, consistente en que la pregunta sobre expectativas está ubicada en el estudio poselectoral, y por tanto el entrevistado ya es conocedor del resultado a la hora de responder a este interrogante.

En el resto de variables significativas, el signo (o dirección) es contrario al que se presenta en el modelo de voto al partido oficialista, lo cual resulta estadísticamente consistente.

Tabla XX. Modelo de voto económico. Elecciones Generales del 2011. Dependiente voto oposición (PP).		
	Beta	Exp(B)
VARIABLES INDEPENDIENTES		
Expectativas económicas	0,416 (0,115) **	1,516
Valoración de la política económica del Gobierno	-0,457 (0,196) *	,633
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	2,053 (0,461) **	7,791
Política social	0,940 (0,095) **	2,559
Consumo informativo	-0,003 (0,040) n.s	,997
VARIABLES DE CONTROL		
Ideología	0,539 (0,048) **	1,715
Nivel educativo	-0,084 (0,071) n.s	,919
Edad	-0,016 (0,007) *	,984
Género	-0,062 (0,150) n.s	,939
Jubilado/pensionista	0,330 (0,242) n.s	1,391
Parado	0,203 (0,188) n.s	1,226
Estudiante	0,087 (0,373) n.s	1,091
Trabajo doméstico	0,012 (0,282) n.s	1,012
Constante	-6,362 (0,583) **	,002
Chi cuadrado	1756,14 **	
Pseudo R²	0,719	
% Correcto	87,7	
Nº casos	2251	

Variable dependiente es 1 (voto por el PP) y 0 (no voto por el PP).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

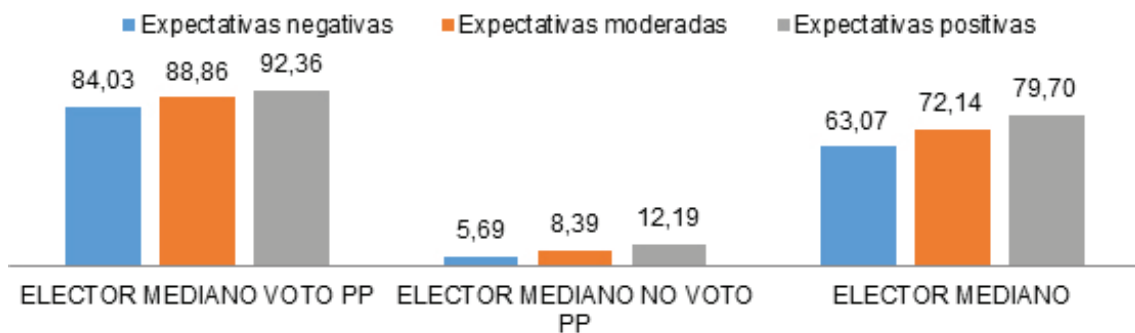
* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

No obstante la explicación anterior, como se comentaba en la exposición del modelo aplicado al PSOE, el hecho de que las expectativas económicas positivas estén asociadas a una mayor probabilidad de voto al Partido Popular, podría también estar condicionado a que las expectativas económicas positivas no siempre benefician al partido en el Gobierno, sino que su influencia estará determinada por el escenario de la competición. Así, si las elecciones se presentan enmarcadas en el cambio, las expectativas positivas beneficiarían al partido político representante de la idea de cambio. En este caso, el diferencial de probabilidad en el “Elector mediano voto PP”, en función de las expectativas económicas, apenas alcanza 8,33 puntos. En el caso del “Electorado mediano” dicha distancia es del doble (16,63).

Gráfico XXVII. Efecto de las expectativas económicas en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).



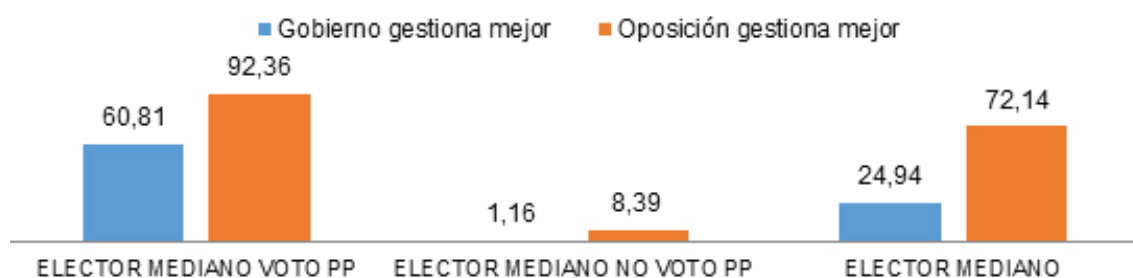
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al efecto de la valoración de la política económica del Gobierno en la probabilidad de votar a la oposición, en el caso del “Elector mediano voto PP” alcanza una probabilidad del 92,4% en el caso de ser negativa, y del 82,9% en el caso de ser positiva. Por su parte, el “Elector mediano” pasa del 72,14% en la opción más favorable, al 50,93% en el caso de ser una valoración negativa. El “Elector mediano voto PP” apenas pasa del 8,39% al 3,54%, siempre siguiendo la misma dirección.

La percepción de quién gestiona mejor la economía presenta un efecto comparativamente mayor a las variables anteriormente comentadas. Como se señalaba, ésta es una de las variables con mayor peso en el modelo, lo que necesariamente tiene su traslación a la simulación del cálculo de las probabilidades de voto. Tal y como se puede observar en el gráfico, el diferencial en el caso del “Elector mediano voto PP” es de 31,55 puntos y en el

caso del “Elector mediano” es de 47,19 puntos. Debe tenerse en cuenta que el 42% de los españoles pensaban, a tenor del estudio preelectoral del CIS con el que se está trabajando, que el PP gestionaría mejor la economía que el PSOE, que registraba apenas un 15,1%. Este dato confirma, de nuevo, la importancia de esta variable como elemento explicativo del comportamiento electoral.

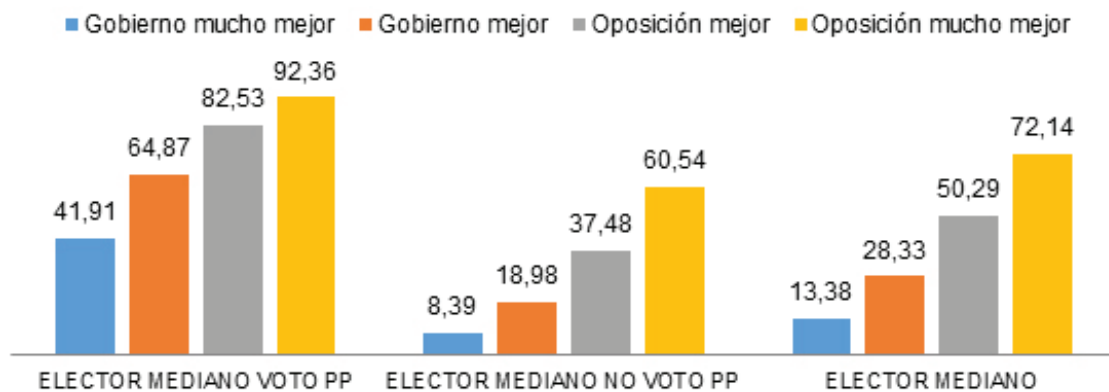
Gráfico XXVIII. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la economía en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, tal y como se viene subrayando en múltiples ocasiones a lo largo de este trabajo, la gestión de la política económica no es el único ni el principal elemento de juicio incorporado por los electores en el proceso de racionalización del voto. La variable que con más influencia se presenta en este modelo, en base a los diferenciales generados por las categorías extremas en las simulaciones de probabilidad de voto, es la gestión de la política social, y la percepción sobre qué partido estaría más cualificado para su gestión. Tal y como se muestra en el Gráfico XXIX, el diferencial de categorías extremas en el caso del “Elector mediano voto PP” es de 50,5 puntos. Incluso para este perfil de elector, la probabilidad de voto al Gobierno estaría por debajo del 50% si se cree que el partido en el Gobierno gestiona mucho mejor la política social. En el caso del “Elector mediano no voto PP”, el diferencial de categorías extremas es de 52,2 puntos, y en el del “Elector mediano” de 58,8 puntos.

Gráfico XXIX. Efecto de la percepción de quién gestiona mejor la política social en la probabilidad de votar la oposición (PP) (%).

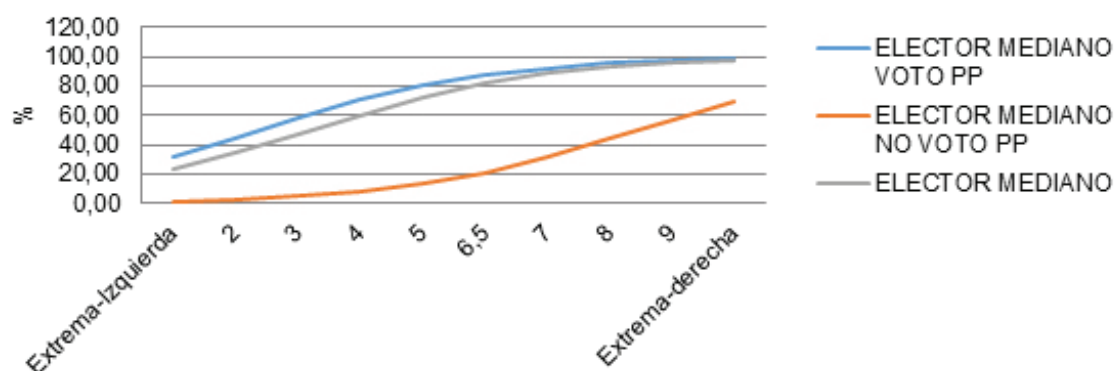


Fuente: Elaboración propia.

De las tres políticas públicas sociales incluidas en el índice elaborado para este análisis, la política de empleo es la que ofrece un mayor diferencial de personas que opinan que el PP la gestiona mejor que el PSOE (38,1% frente a 16,1%). En las otras dos políticas públicas, sin embargo, la diferencia es de uno o dos puntos. Surge aquí un interrogante: se podría entender que la política de desempleo no fuera vista como una política social convencional, sino como una política asociada a la gestión de la economía (la correlación en la valoración de la gestión de ambas políticas por parte del Gobierno es de 0,66). Dicho lo cual se extraería la siguiente conclusión: lo que hace a la política social la variable independiente más relevante no son las políticas sociales en general, sino de forma específica la política de desempleo. La combinación de estas políticas no sólo recoge el efecto notable de incluir la política pública coyuntural más relevante, sino también la influencia de las dos políticas sociales, educación y sanidad, más asociadas de forma preferencial a la tradición temática de un partido político (el PSOE).

Finalmente, se recoge la variable de control referente a la ideología, que como puede apreciarse se presenta como buen prescriptor del voto (Gráfico XXX). La media de autoubicación ideológica del “Elector mediano voto PP” es de 6,5 (7 aplicando redondeo), lo cual le ofrece una probabilidad de voto al PP del 81,62%. En el caso del “Elector mediano no voto PP” la media de autoubicación ideológica es de 4 y la probabilidad de voto al PP es del 8,39%. En el caso del “Elector mediano”, la autoubicación es 4,83 y la probabilidad del 70,26%. En cuanto al diferencial entre posiciones extremas, basta decir que las líneas recorren prácticamente toda la gráfica.

Gráfico XXX. Efecto de la ideología en la probabilidad de votar a la oposición (PP) (%).



Fuente: Elaboración propia.

3. Una comparación del modelo de voto económico en las elecciones del 2000 y 2011 en España

Una vez presentados y comentados de manera detallada los resultados de los modelos de voto económico aplicados a las elecciones del 2000 y 2011 en España, en este apartado del capítulo IV se realiza un análisis comparativo de los mismos, a fin de explorar el funcionamiento de las variables seleccionadas de forma comparada, y extraer así conclusiones acerca de la posible influencia del tipo de contexto económico en el que se desarrollan las elecciones, además de poder realizar más adelante un análisis de las hipótesis de trabajo que se plantean en esta investigación. Para ello, en este apartado del capítulo se comienza describiendo la lógica de comparación llevada a cabo, seguidamente se presentan los modelos en un mismo cuadro, para su comprensión visual más sencilla, así como se realiza un comentario acerca de las variables con mayor capacidad explicativa en el interior de cada modelo. Posteriormente, se presentan de forma gráfica y comentan los resultados de estimar probabilidades de voto al partido en el Gobierno para cada elección. Finalmente, se presentan las conclusiones de este apartado.

En relación a la lógica seguida para realizar la comparación, hasta ahora se ha estado siguiendo un procedimiento de análisis consistente en estimar la probabilidad de voto a partir del modelo de regresión logística binomial aplicado para cada elección. Para ello, se seleccionaron una serie de perfiles que buscaban representar a tres tipos de electores. El primer tipo buscaba representar al electorado más afín al Gobierno. El segundo perfil,

buscaba representar al electorado más contrario al Gobierno. Finalmente, se buscaba representar a un elector más moderado entre ambos perfiles, que representara al conjunto de la muestra. Ahora bien, estos perfiles no se construyeron sobre la base de electorados “promedio” de los distintos perfiles, sino a partir de las categorías “modales” para cada una de las variables. En este sentido, las categorías de referencia eran números enteros coincidentes con el código de la categoría con mayor moda en una distribución dada. Es decir, que si el 40% de entrevistados con intención de votar al partido en el Gobierno valoraba como positiva (código de categoría = 2) la gestión de la economía por parte del Gobierno, en el cálculo de la probabilidad el multiplicador de la variable dependiente era el 2. ¿Por qué hacerlo así y no a partir de los promedios de cada categoría? Fundamentalmente porque lo que se pretendía era comparar perfiles contrapuestos y puros. Es decir, que se seleccionara como referencia a un elector modelo del partido en el Gobierno, o de la oposición.

Sin embargo, para realizar la comparación entre las dos elecciones y determinar los efectos de la economía sobre el electorado, en su conjunto, se busca caracterizar a un perfil que, ahora sí, sea representativo del conjunto del total de la muestra que, cumpliendo los criterios de la inferencia estadística, es como asumir a un elector representante del conjunto de la población. Para estimar este perfil se ha calculado el promedio de cada una de las variables, lo que se emplea posteriormente como referencia para el cálculo de las probabilidades de voto.

En la Tabla XXI se presenta el promedio resultante de cada una de las variables del modelo, tanto para el estudio explotado de las elecciones generales del 2000 como para la de 2011.

En el caso de las expectativas económicas, como se aprecia en la tabla, obtuvieron un promedio similar, catalogado como moderado (en el momento en el que se realiza la entrevista). Conviene recordar aquí la limitación para el caso del 2011, donde la pregunta aparece en el estudio poselectoral y, por tanto, los entrevistados son conocedores del resultado de la elección. Las valoraciones de la gestión de la política económica por parte del Gobierno obtienen un promedio mucho más alto (valoración más positiva) en el caso del 2000 que del 2011, donde prácticamente se valora en su conjunto como mala.

Tabla XXI. Promedio de variables en los Estudios Panel Electorales del CIS.

	Variables Elecciones Generales del 2000	Variables Elecciones Generales del 2011
Expectativas económicas	1,2	1,2
Valoración de la política económica del Gobierno	1,3	0,2
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	0,2	0,7
Política social	1,0	1,8
Consumo informativo	2,2	2,6
Ideología	4,9	4,8
Nivel educativo	2,8	2,3
Género	0,5	0,5
Ocupación	Jubilado/pensionista	Jubilado/pensionista
Edad	46,0	47,6

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios electorales explotados del Centro de Investigaciones Sociológicas.

Respecto a quién gestionaría mejor la política económica, tanto en 2000 como en 2011, la mayoría defiende que el PP, estando en el Gobierno en el primer caso, y en la oposición en el segundo caso.

En cuanto a la gestión de la política social y en base al índice construido⁷⁹, en 2000 se cree que el Gobierno del PP gestionaría algo mejor que el PSOE este bloque de políticas públicas, al igual que ocurre en 2011, donde la mayoría cree que el PP (ahora en la oposición) la gestionaría algo mejor. No obstante, cabe precisar que buena parte de la valoración

⁷⁹ Como se indica en el capítulo metodológico, la política social está directamente medida en el estudio preelectoral del año 2011, y en dicho caso el PSOE está mejor considerado que el PP para gestionar la mencionada política pública (25,9% consideran mejor al PP, frente al 32,3% que considera mejor al PSOE).

positiva que recibe el PP en este bloque de políticas sociales deriva de la buena valoración que obtiene en cuanto a la política de empleo, recortándose mucho la distancia con el PSOE en materia educativa y sanitaria.

El consumo informativo de política obtiene promedios idénticos en ambos casos, en un nivel de consumo que podría catalogarse como “medio-bajo”. En cuanto a la ideología, apenas difieren en una décima. El promedio del nivel educativo dejaría una posición más cercana a la formación profesional en el año 2000 y más próximo a los estudios secundarios en el caso del 2011. En relación al género, obviamente obtiene 0,5 cada sexo, dadas las características paritarias de las muestras en ambos estudios. La edad es bastante similar, con una distancia de apenas un año y medio mayor en el caso del 2011, lo que se asocia al propio envejecimiento de la sociedad española, con los retornos de la inmigración que se produjo como consecuencia de la crisis del 2007, así como a la salida de mano de obra española hacia el exterior.

En general, se presentan referencias que ofrecen una mayor identificación con el Partido Popular, dado que también es el partido que cosecha un mayor número de votos y con el que, por tanto, empatiza una mayoría social en ambos comicios. A pesar de ello, de nuevo se insiste en que lo interesante es describir el comportamiento de las variables en los modelos aplicados en ambos comicios, tratando de detectar alguna posible pauta que nos ayude a la comprensión del efecto de los factores económicos, en términos actitudinales, sobre el comportamiento electoral. Es decir, de manera prioritaria se pretende comprender el comportamiento de las variables con respecto al Gobierno en ambos comicios, independientemente del partido político que estuviera gobernando.

A continuación, se presentan de forma comparada los modelos de regresión logística binomial aplicados en ambas elecciones. Las características estadísticas de los modelos ya se comentaron en sus respectivos apartados, pero de manera resumida se puede destacar que ambos posibilitan una explicación de la varianza aceptable en términos estadísticos y que el porcentaje correcto está por encima del 85% en ambos casos.

Tabla XXII. Resumen comparativo de modelos del año 2000 y 2011.				
	Modelo de voto económico. Elecciones Generales 2000. Dependiente Voto Gobierno (PP)		Modelo de voto económico. Elecciones Generales 2011. Dependiente Voto Gobierno (PSOE)	
	Beta	Exp(B)	Beta	Exp(B)
VARIABLES INDEPENDIENTES				
Expectativas económicas	0,588 (0,172) **	1,801	-0,304 (0,112) *	,738
Valoración de la política económica del Gobierno	0,844 (0,199) **	2,326	0,626 (0,129) **	1,871
Valoración de la hipotética gestión de la economía por la oposición	-3,625 (1,348) *	0,027	-0,413 (0,230) +	,662
Política social	-0,443 (0,305) n.s	0,642	-1,309 (0,127) **	,270
Consumo informativo	0,079 (0,052) n.s	1,083	0,062 (0,041) n.s	1,064
VARIABLES DE CONTROL				
Ideología	0,590 (0,070) **	1,805	-0,240 (0,053) **	,786
Nivel educativo	0,095 (0,091) n.s	1,100	-0,425 (0,080) **	,654
Edad	-0,003 (0,009) n.s	0,997	-0,012 (0,007) +	,988
Género	0,135 (0,241) n.s	1,145	0,002 (0,160) n.s	1,002
Jubilado/pensionista	0,342 (0,349) n.s	1,408	0,200 (0,264) n.s	1,221
Parado	0,478 (0,388) n.s	1,613	0,300 (0,201) n.s	1,350
Estudiante	0,055 (0,475) n.s	1,056	-0,103 (0,363) n.s	,902
Trabajo doméstico	0,317 (0,360) n.s	1,372	0,643 (0,339) +	1,902

Tabla XXII. Resumen comparativo de modelos del año 2000 y 2011.

	Modelo de voto económico. Elecciones Generales 2000. Dependiente Voto Gobierno (PP)		Modelo de voto económico. Elecciones Generales 2011. Dependiente Voto Gobierno (PSOE)	
	Beta	Exp(B)	Beta	Exp(B)
Constante	-5,292 (0,757) **	0,005	2,917 (0,491) **	18,484
Chi cuadrado	682,741 **		1343,62 **	
Pseudo R²	,693		0,666	
% Correcto	85,7		88,1	
Nº casos	932		2251	

Variable dependiente es 1 (voto por el PP en 2000 y PSOE en 2011) y 0 (no voto por el PP en 2000 y no voto por el PSOE en 2011).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

Respecto a las variables, tal y como se aprecia, en ambos modelos resultan significativas las tres variables de contenido económico, con el mismo signo salvo en el caso de las expectativas económicas en el año 2011, que aparece con signo negativo por las cuestiones ya comentadas con anterioridad. En cuanto al peso que aportan sobre el modelo, en el caso del 2000 la variable referida a la valoración de la hipotética gestión de la economía por parte de la oposición ofrece un Exp (B) mayor (se recuerda que la variable se recodificó con dos posibles categorías: 0 si cree que el Gobierno gestiona mejor; y 1 si cree que la oposición gestionaría mejor la economía).

En cuanto a la gestión de la política social, sólo resulta significativa en el modelo de 2011, donde además se presenta como la variable con mayor peso en el modelo. Podrían plantearse varias hipótesis para explicar esta cuestión. Una de las causas que explicaría este mayor rendimiento para los populares del índice de política social derivaría del peso protagonista de la política de empleo en dicho índice. En este sentido, los altos niveles de desempleo registrados en el año 2011 y la percepción de incapacidad del Gobierno socialista para frenar la destrucción de puestos de trabajo, unido al recuerdo positivo de la gestión en materia de empleo llevada a cabo por los populares durante el Gobierno de Aznar, estarían condicionando la reputación de ambos partidos en esta política pública. Así, la distancia entre los que creen que el PP gestionaría mejor que el PSOE la política educativa es de 2,6 puntos, 0,9 puntos de distancia en el caso de la política sanitaria, y 22 puntos de distancia en el caso de la política de empleo.

En relación a la variable sobre nivel informativo, se observa que no es significativa en ninguno de los dos modelos. Sin embargo, es importante subrayar que el hecho de que una variable independiente no aparezca significativa en el modelo no implica que dicha variable no guarde relación con la variable dependiente. El hecho de que esto ocurra puede deberse a que dicha posible influencia de la variable independiente de interés esté siendo explicada por otra variable incluida en el modelo. Por ello, se ha querido realizar una comprobación de la relación bivariada entre la variable “nivel informativo” y las variables dependientes en los modelos aplicados a ambas elecciones. Lo primero que se revela es que el promedio de la variable se diferencia en cada categoría, lo cual da información de que la variable no se distribuye de manera homogénea por la variable dependiente. Pero además, se ha realizado el contraste de hipótesis con una prueba t para muestras independientes⁸⁰. El resultado de la prueba apunta en la dirección de que sí existe relación entre variables, pues resulta significativa al 99% en todos los casos, salvo para el caso de la probabilidad de voto al PSOE en 2000, que resulta significativa al 95%. La causa de que en los modelos de regresión binomial no resulte significativa parece estar asociada a que buena parte del valor de la variable sobre nivel informativo está explicado por otras variables, especialmente por el “nivel educativo”, la “ideología” y la “valoración de la política social”.

80 En todos los casos se ha aplicado la prueba de Levene para igualdad de varianzas, seleccionándose los valores de la prueba t pertinentes en función de si la prueba resultaba significativa o no.

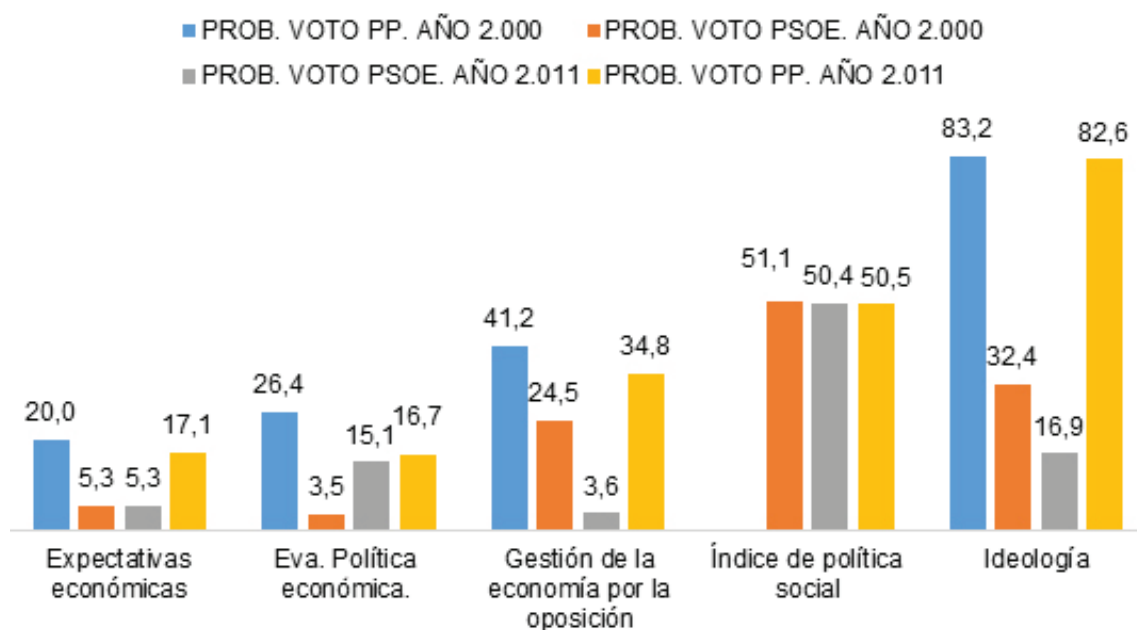
Tabla XXIII. Relaciones bivariadas entre el nivel informativo y las variables dependientes en los modelos del 2000 y 2011.							
Estadísticos descriptivos						Prueba t para muestras independientes	
		N	Media	Desviación típica	Error típico de la media	t	Sig. (bilateral)
Elecciones 2000	No voto PP	3664	2,098	2,006	0,033	-6,145	0,000
	Voto PP	1572	2,471	2,021	0,051		
	No voto PSOE	4246	2,182	2,024	0,031	-2,143	0,032
	Voto PSOE	990	2,332	1,986	0,063		
Elecciones 2011	No voto PSOE	4887	2,581	1,898	0,027	-4,136	0,000
	Voto PSOE	1107	2,837	1,851	0,056		
	No voto PP	4126	2,552	1,911	0,030	-4,642	0,000
	Voto PP	1868	2,797	1,838	0,043		

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios electorales explotados del Centro de Investigaciones Sociológicas.

Para finalizar con este tercer apartado del capítulo IV, en el Gráfico XXXI se resume el peso de las variables en los modelos de voto, en función de la diferencia de probabilidad de voto al partido en el Gobierno o al principal partido de la oposición, teniendo como referencia de cálculo a las dos categorías extremas de cada variable. Así, se puede concluir que más allá de la ideología, en las elecciones del 2000 la falta de credibilidad del PSOE para gestionar la política económica, unido a la buena reputación obtenida por el Ejecutivo popular en dicha materia, fueron determinantes en el comportamiento electoral. Para el imaginario colectivo, el PSOE no representaba una alternativa de Gobierno convincente

en materia de gestión económica, quizás motivado por la gestión de la crisis económica de 1993 y los efectos de ésta sobre el desempleo. Si bien la coyuntura económica fue determinante para el buen ritmo de crecimiento que presentaba España a finales de los noventa y principios del 2000, el PP rentabilizó dichos logros en las urnas, con una alta credibilidad en materia de gestión económica.

Gráfico XXXI. Efectos de las variables independientes en la probabilidad de voto al partido en el Gobierno y al principal partido de la oposición, en las elecciones del 2000 y 2011 en España.



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los coeficientes son el resultados de las diferencias en las categorías extremas para cada variable, en la simulación de probabilidad de voto del “Elector mediano” para cada partido, en cada elección.

En buena medida, en el 2011 al PP le ocurrió lo mismo que en el año 2000, rentabilizando de nuevo su buena reputación basada en la gestión económica, comparada con una muy mala evaluación de la gestión económica realizada por parte del Gobierno socialista. No obstante lo anterior, las variables económicas no fueron prescriptoras del voto en exclusiva en las elecciones generales del 2011.

La mala opinión de la tarea realizada por el Gobierno que tienen algunos votantes se ve neutralizada –en este caso diríamos modulada– por otros factores como la valoración positiva del líder del partido en el poder, la cercanía ideológica o los vínculos personales y sociales con otros votantes del partido en cuestión. (Barreiro y Sánchez-Cuenca, 1998: 210)

Así, el peso de la política social en el comportamiento electoral resulta más evidente en el caso del 2011 que en el del año 2000, donde no se presenta como estadísticamente significativa para el partido en el Gobierno (PSOE). Los coeficientes resultantes son incluso superiores que los relativos a la política económica, lo cual puede llevar a pensar que, en buena medida, está determinado por una situación de alarma social en la que se requería de forma contundente medidas para mejorar la situación de miles de familias. Para los socialistas, la variable de política social resulta no sólo ser significativa en el caso del 2000 (al contrario que le ocurre al modelo estimado para el Partido Popular), sino que además representa una importancia capital para su voto.

En el caso del 2011, los coeficientes resultantes de la simulación que aquí se presentan resultan ser idénticos en los dos partidos, lo cual se podría explicar por la caída de reconocimiento en materia social que adquieren los socialistas tras las políticas de contención del gasto (recortes y reformas restrictivas en materia social) llevadas a cabo por el ejecutivo de Zapatero al final de la legislatura, lo que hace diluir el tradicional diferencial de los socialistas en materia social, respecto a los populares. La cuestión económica, concretamente la gestión de la crisis económica y las medidas afrontadas, habrían desplazado las cuestiones sociales en los juicios a la gestión de Zapatero. Así indican, también, los participantes de una investigación cualitativa dirigida por el CIS, para comprender la imagen de los españoles sobre la crisis económica:

En las imágenes de la política de Rodríguez Zapatero, todo se ha condensado en su actuación ante la crisis. Ha pasado a segundo plano y parece no estar presente en las imágenes la memoria de cualquier otro aspecto de la política desarrollada durante su presidencia. (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2011)

4. El voto económico en el ciclo electoral 1996 a 2011

En este apartado del capítulo IV se presentan los resultados del análisis longitudinal del voto económico, en el ciclo electoral 1996-2011. Tal y como se planteaba en el capítulo metodológico, se presenta un modelo de voto económico muy sencillo puesto a prueba en siete barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas, desarrollados en fechas similares y con idénticas formulaciones de las preguntas, a fin de evitar así las limitaciones relativas a la estacionalidad y a la falta de estandarización del instrumento de análisis. Se trata de un modelo de voto muy sencillo, que incluye dos variables relativas a la económica (voto retrospectivo y voto prospectivo); dos variables de liderazgo o gestión: valoración del Gobierno y la oposición; una variable de actitudes políticas: la ideología; y cuatro variables de carácter sociodemográfico que también fueron incorporadas al modelo más ampliado usado en el apartado anterior: la educación, el género, la edad y la ocupación. Lo que se pretendía con la selección de estas variables era cubrir las variables más relevantes de las principales escuelas del comportamiento electoral desarrolladas en el marco teórico del presente trabajo, así como obtener un instrumento reproducible a los años de análisis seleccionados. Respecto a esto último, se ha optado por seleccionar un barómetro al año, cada dos años del ciclo, en los meses de junio/julio. La selección de los meses se debe a una cuestión de necesidad, porque las variables que se pretendía incluir se encontraban de forma periódica en esos meses (junio/julio). En cuanto a la selección del intervalo bianual, se debe a que se entendía la necesidad de dejar al menos dos años para asentarse el nuevo ejecutivo popular de 1996, tras cuatro legislaturas de los socialistas en el Gobierno. A partir de ahí, se optó por continuar con el mismo intervalo, dado que además abarcaba los años electorales, salvo en el caso del 2011, pues el adelantamiento electoral sacó de foco esta selección. No obstante lo anterior, al estar cubierto el estudio del año 2011 en el apartado anterior se entendió no necesario incrementar en un estudio esta selección.

Los modelos han sido aplicados, al igual que se hace con el modelo ampliado, siguiendo la estrategia del logit binominal, debido a que, nuevamente, la variable dependiente es dicotómica: voto al partido en el Gobierno frente no voto al partido en el Gobierno. Tal y como se hizo en el apartado anterior, se plantean aquí las limitaciones derivadas del uso de esta técnica analítica y no de otra, como el análisis multinomial, aplicado con mayor asiduidad en el análisis del comportamiento electoral en el caso español, que la técnica binomial. La razón de esta elección estriba exclusivamente en el objetivo perseguido, que

no es otro que el de estimar la probabilidad de voto al partido en el Gobierno frente a la probabilidad de no votarle. Se busca conocer el comportamiento de una serie de variables independientes sobre el voto al partido en el Gobierno, sin pretender yuxtaponer ese voto al de otras candidaturas alternativas. La estrategia del logit binomial tiene otra ventaja, y es que minimiza la pérdida de casos de la muestra original, lo que nos permite ser más exigentes en la eliminación durante el proceso de recodificación de variables, de algunas categorías sin información de interés, como son los “no sabe” y “no contesta”.

A continuación se procede a explicar las características técnicas de los modelos. Todos los modelos explotados presentan una Chi cuadrado estadísticamente significativa al 99% y una Pseudo R^2 razonablemente aceptable técnicamente, cifrada por encima del 0,5 en todos los casos, salvo en el de 2004 y 2006, que en cualquier caso se presenta por encima del 0,4 (téngase en cuenta que se trata de modelos de voto simples, y que por tanto se espera una reducción de la varianza explicada respecto a los modelos ampliados). En cuanto al porcentaje de estimación global correcta, en todos los casos está por encima del 80%, salvo en los estudios de 2004 y 2006, que están por encima del 70%. El número de casos empleados en el análisis siempre está por encima de 1345, lo cual representa una cifra más que suficiente para las segmentaciones que requiere el modelo. En general, la información disponible permite afirmar que los modelos presentan un ajuste estadístico satisfactorio, explicando en buena medida la varianza de la variable dependiente, a pesar de ser modelos de voto relativamente simples.

En cuanto al análisis de las variables incluidas en el modelo, en lo sucesivo se realiza un somero comentario de cada una de ellas. En primer lugar, en cuanto al grupo de variables independientes denominadas “económicas”, se pueden destacar algunos datos interesantes. La variable “Evaluación retrospectiva de la situación económica” sólo se presenta significativa en el estudio del año 1998, en el siguiente sentido: cuanto mejor es la evaluación de la situación económica en el momento de la entrevista, respecto al año anterior, mayor es la probabilidad de voto al partido en el Gobierno (PP). Tal y como se observa en la Tabla XXIV sobre valores medios de las variables, la evaluación retrospectiva de la situación económica obtiene un mayor valor promedio en el año 1998, tras varios años negativos del indicador. El efecto “cambio de tendencia” que se genera durante la primera legislatura de José María Aznar, no sólo en términos políticos sino especialmente en términos económicos, tal y como se detalla en el capítulo III de la presente tesis doctoral, condicionan

que esta variable resulte ser muy relevante en el estudio analizado. Sin embargo, una vez estabilizada la legislatura y, con ello, los resultados económicos, la variable deja de tener significatividad en el modelo, pasando a adquirir significatividad estadística la segunda variable de carácter económica estudiada: las expectativas económicas.

La variable sobre expectativas económicas se presenta significativa y con el signo esperado para un elector racional en los estudios analizados, salvo en el caso del estudio de 1998 y de 2004. La pérdida del carácter significativo no se debe a la falta de relación entre variables independientes y dependiente, que se muestra significativa en una relación bivariante, sino a la influencia que ejercen sobre el modelo otras variables, especialmente la relativa a la valoración del Gobierno y la ideología, que explican en mayor medida que las anteriores el voto al Partido Socialista. Téngase en cuenta, además, otra explicación contextual, y es que el estudio del 2004 está realizado después de las elecciones generales, cuyo resultado estuvo en buena medida condicionado por los atentados terroristas del 11 de marzo y la gestión de los mismos por el Partido Popular, además de ser la legislatura 2000-2004 una etapa marcada por otros hitos políticos alejados de la situación económica, que entra en una fase del ciclo de relativa estabilidad a partir de aproximadamente la mitad de la legislatura. En general, la inclusión de las variables sobre liderazgo (que se recuerda se refiere a un liderazgo colegiado, no individual) en el modelo minimizan significativamente el peso de las variables de tipo económico, y la inclusión de la variable ideología determina su absoluta falta de significatividad. Al mismo tiempo y como resulta consecuente desde un punto de vista teórico, el porcentaje de varianza explicada por el modelo se reduce muy notablemente al extraer dichas variables del mismo.

Las siguientes dos variables, relativas al liderazgo colegiado, se muestran significativas en todos los estudios analizados, y presentan el signo al que apuntan las teorías de liderazgo. En el caso de la valoración de la gestión del partido en el Gobierno, cuanto mejor valoración obtiene, mayor es la probabilidad de votar al partido oficialista. Por el contrario, cuanto mayor valoración de gestión obtiene la oposición, menor será la probabilidad de voto al partido en el Gobierno. Junto con la ideología, la valoración del Gobierno se presenta como la variable más importante del modelo, la que en mayor medida explica la probabilidad de voto al partido en el Gobierno, para todo el ciclo estudiado, tanto en situaciones de premio al partido oficialista, como fueron las elecciones del 2000, como en elecciones de castigo, como fueron las elecciones de 2011 (estudio 2010).

En lo que respecta a la variable ideología, como se apuntaba anteriormente, ésta se presenta estadísticamente significativa en todos los años estudiados y siempre con el signo esperado en un elector consistente con sus predisposiciones políticas: cuanto más a la derecha en la escala de ubicación ideológica 1-10, mayor probabilidad de voto al partido en el Gobierno si éste está presidido por el PP, y menor probabilidad de voto si está presidido por el PSOE. Sin embargo, cabe mencionar que el peso de la variable no es en absoluto constante. En primer lugar, se podría afirmar a la luz de estos datos que el peso es mayor cuando se trata del voto al Partido Popular, lo cual se identifica con un voto más ideológico para este partido, y menor en el caso del voto al PSOE, identificado con un voto más transversal en el espectro ideológico. Además, si se parte del estudio anterior como referencia, se observa una caída del peso de esta variable en las elecciones de cambio, como advierte el estudio del 2004 y de 2010 (antesala de las elecciones 2011).

Finalmente, en lo que se refiere a las variables de carácter sociodemográfico, los resultados arrojan una muy baja significatividad estadística de las mismas en los modelos, con alguna ligera excepción puntual. Al tratarse de modelos que buscan explicar el voto al principal partido del sistema de partidos, resulta razonable que variables de tipo estructural, como puede ser el género, la educación o la edad, no resulten estadísticamente significativas. Se trata de partidos que gozan de un apoyo transversal del electorado, si bien es cierto que hay algunas tendencias que permiten adivinar algunas ligeras diferencias entre el electorado socialista y el popular. Así es el caso, por ejemplo, del género, donde el PSOE gozaría de un mayor apoyo en el segmento femenino. En cualquier caso, se trata de leves diferencias que explican su baja significatividad estadística.

En el caso del género, tan sólo se presenta estadísticamente significativa en el año 2008 y lo hace a un 90%. En el estudio explotado, el 52,4% de los encuestados que tienen intención de votar al PSOE en unas elecciones generales son mujeres, siendo algo superior al promedio del electorado. El Partido Socialista ha tenido, históricamente, un componente femenino en su electorado más importante que su principal adversario electoral.

La edad, por su parte, tan sólo se presenta significativa en el año 2004. En dichas elecciones, el electorado socialista se presenta en el estudio explotado (nº 2.570) algo más bajo en promedio que el electorado no socialista. Realizando una prueba t para muestras independientes entre la variable dependiente del modelo (voto PSOE vs. no voto PSOE) y la edad, se obtuvo como resultado un p(valor) significativo al 95%, lo que confirma los resul-

tados arrojados por el modelo de regresión. En cualquier caso se trata de una distribución muy similar, que no indica significatividad en el resto de modelos. Con la irrupción del 15-M y la entrada de un nuevo eje a la confrontación política y electoral: partidos nuevos vs. partidos tradicionales o viejos, la importancia de la edad en el voto se acentúa, hasta el punto de poder hablar de partidos con electorados “envejecidos” o “votantes ancianos”. La entrada de nuevos electores a los partidos tradicionales se ha limitado mucho con la irrupción de nuevos partidos al sistema.

La siguiente variable a comentar es la educación, donde aquí sí se presenta una lógica reiterada: la variable resulta significativa en los modelos aplicados al PSOE y no significativa en los modelos aplicados al PP. La relación bivariada entre la variable dependiente y la educación también resulta significativa en el test de contraste de hipótesis para los años 2004-2010. En cualquier caso, no se aprecia una tendencia clara que permita explicar esa relación.

Tampoco se percibe una relación causal entre la situación laboral y el voto al partido en el Gobierno. En general, el carácter explicativo de las variables estructurales resulta bastante limitado en la evidencia empírica del caso español. En buena medida, porque sus efectos vienen determinados por otras variables de tipo contextual, tal y como ocurre con la edad, donde el efecto cohorte sí ha presentado evidencia, si se consideran cuestiones histórico-culturales, de formación (Justel, 1992), la clase social y los problemas de la agregación de preferencias y el contexto político (Paramio, 2000) o el hábitat y sus interrelaciones con el contexto local, la vertebración territorial y la situación económica (Ortega y Trujillo, 2015). No obstante, en este modelo no se ha contado con dos de las mencionadas variables: clase social y hábitat.

En el caso de la clase social⁸¹, porque disponer de un instrumento de medición realmente objetivo del concepto clase social requiere emplear otras variables de control claves, como la edad, el sexo, el propio hábitat, y especialmente variables de tipo economicista, que generaría problemas estadísticos en el modelo, ocasionando lo que se conoce como

81 De seguir el acercamiento de Pierre Bourdieu, se debería incluir referencias a lo que él denomina capital social, cultural, económico y simbólico.

multicolinealidad⁸². En el caso del hábitat, no se ha incluido en el modelo por no disponer de una muestra lo suficientemente amplia para abordar la segmentación requerida.

Tabla XXIV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 1998, 2000, 2002 y 2004.

	1998	2000	2002	2004
VARIABLES INDEPENDIENTES				
Evaluación retrospectiva situación económica	0,393 (0,158) *	0,253 (0,167) n.s	0,103 (0,166) n.s	0,020 (0,127) n.s
Expectativas económicas	0,242 (0,154) n.s	0,372 (0,159) *	0,275 (0,159) +	0,163 (0,107) n.s
Valoración del Gobierno	0,515 (0,163) **	1,924 (0,171) **	2,083 (0,178) **	1,644 (0,121) **
Valoración de la oposición	-0,506 (0,119) **	-0,179 (0,107) +	-0,552 (0,134) **	-0,204 (0,078) *
VARIABLES DE CONTROL				
Ideología	0,879 (0,069) **	0,962 (0,073) **	1,193 (0,097) **	-0,383 (0,054) **
Educación	-0,079 (0,088) n.s	-0,112 (0,085) n.s	0,025 (0,092) n.s	-0,122 (0,071) +
Género	-0,016 (0,200) n.s	-0,025 (0,195) n.s	-0,051 (0,212) n.s	0,090 (0,148) n.s
Edad	-0,004 (0,008) n.s	-0,010 (0,008) n.s	0,004 (0,008) n.s	-0,013 (0,006) *
Jubilado/pensionista	0,235 (0,361) n.s	0,328 (0,315) n.s	0,106 (0,331) n.s	0,538 (0,272) *
Parado	0,201 (0,318) n.s	0,039 (0,351) n.s	0,254 (0,341) n.s	0,224 (0,241) n.s
Estudiante	0,692 (0,328) *	-0,507 (0,352) n.s	-0,262 (0,447) n.s	-0,288 (0,284) n.s
Trabajo doméstico	0,342 (0,3129) n.s	-0,079 (0,312) n.s	0,603 (0,314) +	0,443 (0,256) n.s

82 O “econometría”, se refiere a la presencia de una fuerte correlación entre variables explicativas de un modelo estadístico. Ocurre cuando dos o más variables están explicando prácticamente lo mismo.

Tabla XXIV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 1998, 2000, 2002 y 2004.				
	1998	2000	2002	2004
Constante	-10,210 (0,829) **	-12,155 (0,877) **	-13,366 (0,971) **	-3,201 (0,628) **
Chi cuadrado	799,996 **	938,277 **	1001,108 **	632,119 **
Pseudo R²	0,636	0,674	0,707	0,480
% Correcto	86,70	86,906	88,904	77,488
Nº casos	1346	1367	1460	1417

Variable dependiente es 1 (voto por el PP en 1998, 2000 y 2002, y voto PSOE en 2004) y 0 (no voto por el PP en 1998, 2000 y 2002, y no voto por el PSOE en 2004).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

Tabla XXV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 2006, 2008 y 2010.			
	2006	2008	2010
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Evaluación retrospectiva situación económica	0,042 (0,124) n.s	-0,060 (0,111) n.s	0,112 (0,116) n.s
Expectativas económicas	0,340 (0,108) *	0,334 (0,095) **	0,213 (0,105) *
Valoración del Gobierno	1,563 (0,109) **	1,749 (0,120) **	1,984 (0,136) **
Valoración de la oposición	-0,212 (0,077) *	-0,519 (0,088) **	-0,561 (0,100) **

Tabla XXV. Modelo de voto económico simple aplicado a los estudios de 2006, 2008 y 2010.

	2006	2008	2010
VARIABLES DE CONTROL			
Ideología	-0,320 (0,050) **	-0,332 (0,051) **	-0,320 (0,058) **
Educación	-0,403 (0,068) **	-0,171 (0,070) *	-0,183 (0,081) *
Género	0,194 (0,144) n.s	0,238 (0,143) +	-0,045 (0,158) n.s
Edad	0,000 (0,006) n.s	0,001 (0,006) n.s	0,007 (0,007) n.s
Jubilado/pensionista	0,001 (0,259) n.s	0,211 (0,247) n.s	0,299 (0,276) n.s
Parado	-0,208 (0,251) n.s	0,357 (0,226) n.s	0,067 (0,214) n.s
Estudiante	-0,186 (0,360) n.s	-0,033 (0,357) n.s	-0,967 (0,545) +
Trabajo doméstico	-0,323 (0,261) n.s	0,420 (0,288) n.s	0,122 (0,342) n.s
Constante	-3,305 (0,572) **	-3,349 (0,553) **	-4,395 (0,619) **
Chi cuadrado	722,683 **	769,940 **	757,767 **
Pseudo R²	0,490	0,512	0,537
% Correcto	78,192	80,687	84,253
Nº casos	1637	1688	1721

Variable dependiente es 1 (voto por el PP en 1998, 2000 y 2002, y voto PSOE en 2004) y 0 (no voto por el PP en 1998, 2000 y 2002, y no voto por el PSOE en 2004).

Nota: los datos son coeficientes logit binominal, estimados a través de la función de máxima verosimilitud. Entre paréntesis se incluyen los errores asociados.

** Significativo al nivel de 99%.

* Significativo al nivel del 95%.

+ Significativo al nivel del 90%.

n.s No significativo.

Al igual que se hizo en el apartado anterior, sobre las elecciones del 2000 y 2011, en esta ocasión se busca repetir el ejercicio de simulación de probabilidades, a partir de perfiles de electores. Aunque se podría haber elegido un perfil estático, repetido en las distintas elecciones, se ha preferido abordar una estrategia más dinámica a partir del electorado promedio en cada estudio, a fin de realizar las estimaciones sobre un elector lo más asemejado al de un ciudadano mediano en cada foto fija. La desventaja de esta estrategia es que al partir de un perfil de elector diferente en cada elección, las estimaciones no son del todo comparables en términos brutos. Sin embargo, dado que no se pretende generar curvas de probabilidad sino estimar los diferenciales derivados de la posición en categorías extremas, los sesgos aludidos se corrigen. Dicho de otro modo: no adquiere mucha relevancia para este análisis el valor de partida en la estimación de la probabilidad de voto, porque el objetivo es estimar el diferencial del valor de probabilidad para las categorías extremas y compararlo estudio tras estudio.

En la Tabla XXVI se presentan los valores promedios para cada una de las variables que conforman el modelo. Como puede apreciarse y cabía esperar, las variables económicas presentan una alta correlación entre sí y siguen la tendencia marcada por el contexto económico, de altas expectativas y alta evaluación retrospectiva en los estudios del ciclo 1998-2002, y un incremento del pesimismo económico en los estudios sucesivos. Las variables de valoración de Gobierno y oposición también presentan alta correlación con las variables económicas, especialmente la valoración del Gobierno.

En cuanto a la variable de ideología, destaca su relativa estabilidad con el paso del tiempo. En lo que respecta a las variables sociodemográficas, se aprecia un incremento del nivel formativo con el paso del tiempo, así como también se registra el progresivo envejecimiento de la sociedad, captado por la muestra. La variable ocupación evoluciona de forma pareja a la estructura del mercado de trabajo nacional, y el género mantiene siempre un valor similar (50% de cada sexo). Estos valores serán la referencia para el cálculo de probabilidades que se exponen a continuación.

Tabla XXVI. Valores “promedio” de las variables incluidas en el modelo de voto económico, aplicado en el ciclo 1998-2010.

	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Evaluación retrospectiva situación económica (media 1-3)	2,2	2,13	1,81	1,88	1,76	1,40	1,50
Expectativas económicas (media 1-3)	1,2	1,11	,94	,94	,77	,58	,89
Valoración del Gobierno (media 1-5)	3,1	3,35	3,07	3,37	3,00	2,77	2,28
Valoración de la oposición (media 1-5)	2,8	2,58	3,01	2,75	2,40	2,50	2,18
Ideología (media 1-10)	4,7	4,93	4,80	4,46	4,62	4,76	4,72
Educación (media 0-5)	1,9	1,94	2,00	2,09	2,17	2,18	2,22
Género (media 0-1)	,5	,52	,52	,52	,51	,51	,51
Edad (media 18-99)	45,3	45,33	45,96	46,22	46,29	46,77	47,08
Ocupación (%)							
Trabaja	41,0	46,8	45,8	48,6	52,7	52,7	47,1
Jubilado/pensionista	21,7	22,4	23,1	21,8	22,5	23,0	22,5
Parado	11,7	7,5	8,9	9,0	8,5	10,2	17,7
Estudiante	7,3	7,0	6,1	6,1	4,1	4,1	3,5
Trabajo doméstico	18,4	16,3	16,1	14,5	12,2	10,0	9,3
Total ocupación	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas, estudios Nº: 2.294, 2.396, 2.463, 2.570, 2.651, 2.769.

Llegados a este punto, la pregunta que se plantea, en virtud de los resultados arrojados por el modelo propuesto, es la siguiente: ¿Cuáles son las variables que más influyeron en la probabilidad de votar al Gobierno en el periodo 1998-2010? El diferencial de probabilidad para categorías extremas arroja cierta luz sobre este asunto. Los resultados quedan plasmados en el siguiente cuadro, que únicamente presenta los valores de los coeficientes que resultaron significativos en el modelo. Así, una primera conclusión que se aprecia es que la ideología y la valoración del Gobierno fueron dos variables determinantes para el voto a lo largo de todo el ciclo analizado. Puede distinguirse dos periodos: mientras que de 1998 a 2002 la variable predominante fue la ideología, la valoración del Gobierno primó en la etapa 2004-2010.

Tabla XXVII. Diferencias probabilidades de voto al partido en el Gobierno en las categorías extremas.							
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Evaluación retrospectiva situación económica	9,7	-	-	-	-	-	-
Expectativas económicas	-	15,3	5,3	-	13,5	12,2	4,4
Valoración del Gobierno	74,7	90,7	86,6	91,4	87,3	92,0	95,6
Valoración de la oposición	25,4	14,5	22,6	20,1	15,2	30,6	17,3
Ideología	94,2	97,3	98,2	68,0	46,8	44,5	27,2

Fuente: Elaboración propia. Cálculo de probabilidades estimado a partir de los coeficientes logit binominal del modelo de voto económico simple. Coeficientes logit estimados a través de la función de máxima verosimilitud.

En realidad, atendiendo a los datos que arroja la tabla, lo que más destaca en la evolución de estas dos variables es la caída de importancia que sufre la ideología en el periodo 2004-2010. Este hecho, que coincide con la etapa de los socialistas en el Gobierno, puede explicarse por dos motivos: en primer lugar, podría darse el caso de que los socialistas pre-

sentaran un voto más transversal en el espectro ideológico, al contrario de lo que le ocurría a los populares, que concentraría en mayor medida su voto en el ámbito del centro derecha y derecha. Una forma de poner a prueba esta hipótesis explicativa consiste en atender a la variabilidad de la ubicación ideológica media del elector del partido del Gobierno en cada estudio del ciclo analizado, así como al coeficiente de curtosis o apuntamiento de su distribución. Una mayor varianza implicaría un elector de una mayor procedencia ideológica. Sin embargo, tal y como se observa en la Tabla XXVIII, lo que ocurre es precisamente el fenómeno contrario: el PP tenía un electorado algo más transversal en lo ideológico que el PSOE, atendiendo a los datos de los estudios explotados. La curtosis muestra que la distribución de la ubicación ideológica de los votantes del PP tiene un menor apuntamiento (curva con tendencia más platicúrtica) que la de los votantes socialistas.

Tabla XXVIII. Media, variabilidad y curtosis de la ubicación ideológica del electorado con intención de votar al Gobierno.							
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Media	6,48	6,38	6,43	3,64	3,66	3,74	3,61
Desviación típica	1,56	1,45	1,26	1,12	1,15	1,19	1,16
Curtosis	0,69	0,40	0,52	1,12	2,21	4,39	0,78

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas, estudios Nº: 2.294, 2.396, 2.463, 2.570, 2.651, 2.769.

Dicho lo anterior, quedaría una última explicación alternativa a la pérdida de capacidad explicativa de la ideología en el modelo, y es que la diferencia del promedio de autoubicación ideológica del electorado del partido en el Gobierno y del electorado de la oposición fuese disminuyendo progresivamente. En la Tabla XXIX se presenta la evolución de los promedios para ambos perfiles de electores y el diferencial. Tal y como se observa, efectivamente se van reduciendo las diferencias en la ubicación ideológica media, lo que explicaría esa progresiva pérdida de capacidad explicativa de la ideología en el modelo estadístico. La pregunta ahora sería a qué puede deberse ese acercamiento ideológico, y la respuesta podría residir en la propia evolución de los sistemas de partidos, en lo que Otto Kirchheimer denominó en 1966 *catch-all party* (Kirchheimer, 1966), caracterizado por una

profunda difuminación del discurso ideológico de los partidos, en un intento por atraer a una mayor porción del electorado.

Tabla XXIX. Ubicación ideológica media de los españoles (1-10), entre 1998 y 2010.							
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
No voto Gobierno	4,04	4,04	4,12	5,15	5,16	5,26	5,06
Voto Gobierno	6,48	6,38	6,43	3,64	3,66	3,74	3,61
Diferencia	2,44	2,34	2,31	1,51	1,49	1,52	1,45

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas, estudios N°: 2.294, 2.396, 2.463, 2.570, 2.651, 2.769.

Finalmente, en cuanto a las variables de carácter económico, se observa que su papel ha sido bastante reducido a lo largo del ciclo estudiado, con un diferencial máximo de probabilidad de 15,3 puntos en el año 2000, para la variable de expectativas económicas. La tabla también nos deja clara una cuestión, y es que el elector español realiza en mayor medida un juicio prospectivo sobre el futuro de la economía que una evaluación sobre el pasado, a la hora de racionalizar su voto. La evaluación retrospectiva se presenta prácticamente sin significatividad estadística en el modelo durante todo el periodo analizado, siendo su capacidad explicativa absorbida por la ideología y, especialmente, por la valoración del Gobierno. Esta cuestión supone un revés a los postulados teóricos comentados en el capítulo I (Key, 1966; Nannestad y Paldam, 1993), si bien para el caso español algunos autores (Bosch, Díaz y Riba, 1999) ya habían corroborado la importancia de las expectativas económicas en el voto de los españoles.

CAPÍTULO V



**ESTUDIO DE AGENDAS Y SUS
EFECTOS EN LAS ELECCIONES
GENERALES EN ESPAÑA**

CAPÍTULO V.

ESTUDIO DE AGENDAS Y SUS EFECTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES EN ESPAÑA

1. La agenda *setting* en la legislatura 2008-2011

Una vez realizados los análisis para la comprobación empírica de las hipótesis 1 a 6, en este apartado nos centraremos en tratar de dar respuesta a la hipótesis siete. Recordemos que la formulación de la hipótesis sostiene que *la percepción que tiene la opinión pública de la crisis económica como un problema general en España está, en buena medida, determinada por su cobertura mediática.*

Para tratar de dar respuesta a dicha hipótesis, se llevó a cabo un análisis de agenda *setting*, a fin de averiguar si la relevancia, *saliency*, otorgada por los medios de comunicación a las cuestiones asociadas a la crisis económica se relacionaban con la evolución de la economía como problema público. La hipótesis de partida sostenía que esta relación sí estaría presente en el ciclo 2008-2011, pues a pesar de no tratarse de un tema experiencial, como pudiera ser el terrorismo, por ejemplo, la preponderancia de la crisis económica en los medios, el debate político consecuente, asociado a las políticas de ajuste, y las reformas para paliar las consecuencias del ciclo económico, acabarían influyendo en la percepción de los ciudadanos sobre el problema. Determinar la causalidad en este caso resulta muy complejo. ¿En qué sentido? Porque resulta razonable que en un contexto de crisis económica los medios de comunicación incrementen el seguimiento de esta problemática, además de que los ciudadanos también delimiten a la economía como un problema público, de una forma creciente.

Sin embargo, el objeto de este análisis no radica en definir relaciones de causalidad entre agendas, sino acercarnos a conocer si dicha relación se dio o no en el ciclo estudiado, reflexionando así acerca de los postulados que ofrecen las principales referencias teóricas sobre la escasa correlación de los temas experienciales, especialmente la economía, en el análisis de agenda *setting* (Hester y Gibson, 2003). Analizar la relación entre las agendas, además, nos permitiría comprender mejor el proceso de racionalización del voto, especial-

mente de aquellos electores que hacen un mayor seguimiento de la información política y de actualidad en los medios de comunicación.

Además del análisis de agenda *setting*, en este apartado también se ofrece un análisis comparativo de las portadas de prensa en la antesala de las elecciones generales de los años 2000 y 2011, a fin de comprender la cobertura⁸³ que realizan los medios de los asuntos económicos, caracterizando las semejanzas y disparidades entre medios de perfil ideológico contrario, para contextos dispares. Esta cuestión será de especial interés para acercarnos a comprender el contexto mediático al que estuvieron expuestos los lectores de ambos periódicos.

Comenzando con el análisis de agenda *setting* conviene recordar que, según la Tipología de Acapulco a la que se hace referencia tanto en el apartado teórico como en el metodológico, este trabajo se ciñe a la «Perspectiva I: Competición». Esto quiere decir que, aunque se abordará con mayor énfasis los temas económicos, se registrará la agenda en su totalidad y desde una perspectiva agregada.

El análisis de prensa cubre todas las noticias más destacadas sobre información de actualidad nacional en portada y editoriales, de los diarios El Mundo y El País, desde el 1 de octubre de 2008 hasta el 30 de noviembre de 2011⁸⁴. El análisis de agenda pública, por su parte, aborda las preguntas sobre principales problemas generales del país, en los 35 barómetros que el Centro de Investigaciones Sociológicas realiza desde noviembre de 2008 hasta diciembre de 2011. La causa de que no se aborde el mismo análisis para el ciclo electoral 1996-2000 radica, como ya se explica en el capítulo metodológico, en que no existen los datos necesarios de agenda pública en dicho periodo.

Antes de realizar el análisis de correlación, resulta imprescindible comentar la evolución de las problemáticas en las dos agendas para el periodo estudiado. En cuanto a la agenda mediática, en su abordaje se hace referencia a cuatro variables o temas que aparecen así

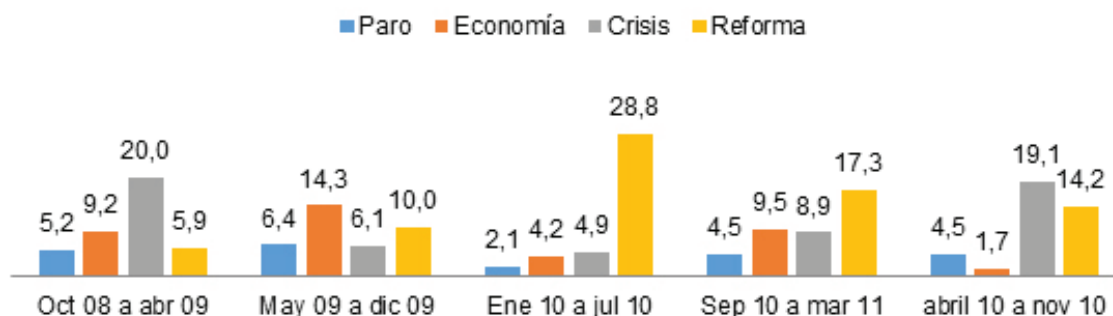
83 Es importante subrayar que el análisis se realiza únicamente sobre las noticias de portada, independientemente de que traten sobre cuestiones de política o sucesos. El análisis no incluye, por tanto, la cobertura abordada en el interior del periódico, como pudieran ser noticias, columnas de opinión o editoriales.

84 Extracto de los datos generados por Fermín Bouza y Juan Jesús González, en la investigación titulada “Agenda de los medios y agenda ciudadana: análisis temporal desde un enfoque cualitativo”, financiada por el Centro de Investigaciones Sociológicas.

diferenciados en el libro de códigos que se adjunta en el anexo: el paro, la crisis económica, la economía y las reformas. La delimitación de categorías que realizan los autores, aunque destaca por su delimitación del asunto, podría causar algunos problemas interpretativos de cara a la comparación perseguida, pues resulta difícil disociar, por ejemplo, el paro de la crisis económica; o las reformas para limitar los efectos de la crisis económica con la propia crisis económica; o la crisis económica de la economía y del paro. En definitiva, la situación económica, que en última instancia es el objeto de estudio de este trabajo, presenta una multitud de aristas o dimensiones, que difícilmente pueden comprenderse si no es en su conjunto. Esta limitación interpretativa resulta de especial interés para la realización del análisis correlacional entre agendas, pues de su tratamiento dependerá la existencia o no de dichas relaciones.

En el Gráfico XXXII se presentan los promedios de presencia de las cuatro categorías “económicas”, en los dos medios analizados, en cinco intervalos temporales. Los intervalos de tiempo se han seleccionado de forma simétrica, abarcando cada uno de ellos un periodo de siete meses. Como puede apreciarse en el gráfico, “El paro” se presenta prácticamente constante en todo el ciclo, coincidiendo su máximo con los primeros años de la crisis económica. Si nos acercáramos a la presentación mensual de los datos, observaríamos cómo la presencia de esta categoría en los medios está determinada por las fechas de publicación de los datos de la Encuesta de Población Activa y de Paro registrado, así como a los días siguientes. Paradójicamente, a pesar de ser “el paro” la principal consecuencia de la crisis, son las categorías “crisis” y “reforma” las que mayoritariamente concentran la atención mediática, como ahora se comentará.

Gráfico XXXII. Promedios de presencia de las cuatro categorías “económicas” por ciclos temporales (%).



Fuente: Elaboración propia.

La categoría “economía” también ha tenido una presencia bastante limitada, dado el contexto, teniendo su punto máximo en el segundo cuatrimestre de 2009, donde supuso el 14,3% del total de noticias analizadas en portada y editoriales. Casualmente, la presencia de “el paro” y “la economía” guardan una fuerte correlación (Pearson 0,71), por lo que puede decirse que su presencia en medios ha sido bastante estable en el tiempo.

En cuanto a la categoría “crisis”, se observa que tiene sus puntos más altos en los extremos de la serie, cercanos a los periodos electorales, tanto de 2008 como de 2011. En ambos comicios, el PP trató de imponer el asunto económico sobre la agenda, aunque en las elecciones del 2008 no tuvo mucho éxito, pues el PSOE consiguió cosechar el apoyo a partir de una campaña que trataba de ridiculizar el escenario catastrofista que presentaban los populares, respaldándose con una campaña positiva que buscaba transmitir optimismo sobre el futuro del país, arropándose también en los logros en materia social cosechados en la legislatura 2004-2008. Una de las iniciativas que más destacaron durante la campaña del 2008 fue el surgimiento de la Plataforma de Apoyo a Zapatero (PAZ), presentada en público el 9 de febrero de 2008 y que tenía por objeto ensalzar la figura del Presidente Zapatero y defender su gestión al frente de la octava legislatura. La PAZ estaba conformada por reconocidos personajes públicos de diferentes esferas, que aparecían en diversos vídeos y actividades públicas. Entre los participantes, cabe mencionar a Joan Manuel Serrat, Joaquín Sabina, Víctor Manuel, Ana Belén, Miguel Ríos, Miguel Bosé, Pedro Almodóvar, José Saramago, Fran Perea, María Barranco, Gervasio Deferr, Jesús Vázquez, Boris Izaguirre, Cristina del Valle y Concha Velasco, entre otros muchos. En definitiva, se trató de una campaña que supuso un fuerte respaldo a los socialistas y que, de alguna forma, arrinconó a los populares en el ámbito del reconocimiento público; una campaña que quedaría cancelada a dos días de las elecciones, como consecuencia del asesinato en Mondragón por parte de ETA, del ex edil del PSE en dicha ciudad, Isaías Carrasco.

Finalmente, queda referirse a la variable “reforma”, que incluye, según se refleja en el libro de códigos (Anexo I): “las noticias referidas al diálogo social y medidas para la salida de la crisis. No sólo se refiere a las reformas aplicadas, también incluye las propuestas y los debates en torno a las mismas”. Como se aprecia en el gráfico, esta variable adquiere junto con “la crisis” un protagonismo claro desde comienzos del año 2010, siendo el primer tema hasta mediados del primer cuatrimestre de 2011, y en cualquier caso por encima del 14% durante el resto del periodo hasta los comicios. Su punto álgido en el tiempo se produce,

como cabría esperar, en mayo y junio de 2010, ocupando el 58 y 60%, respectivamente, del total de noticias analizadas. Recuérdesse que el 12 de mayo de 2010 se produce la comparecencia del Presidente Zapatero más relevante de la legislatura⁸⁵. Entre las medidas planteadas por el ejecutivo socialista cabe destacar la reducción de la retribución del personal del sector público, la suspensión de la revalorización de las pensiones (por primera vez en 25 años de su garantía legal), la suspensión de la jubilación parcial, la retirada del cheque-bebé, la reducción de la ayuda al desarrollo y la inversión pública, y el retraso en la resolución de las ayudas a la dependencia y eliminación de la retroactividad en su aplicación. Estas medidas supusieron un giro de 180 grados a la política socialista llevada a cabo en los seis años anteriores, que habían permitido al Partido Socialista enarbolar la bandera de los avances sociales y el progreso. Zapatero rompió entonces con una tradición temática, la de los derechos sociales, que habían sido la pieza angular de su Gobierno, y lo que apenas dos años antes había conseguido limitar las posibilidades del Partido Popular en las urnas.

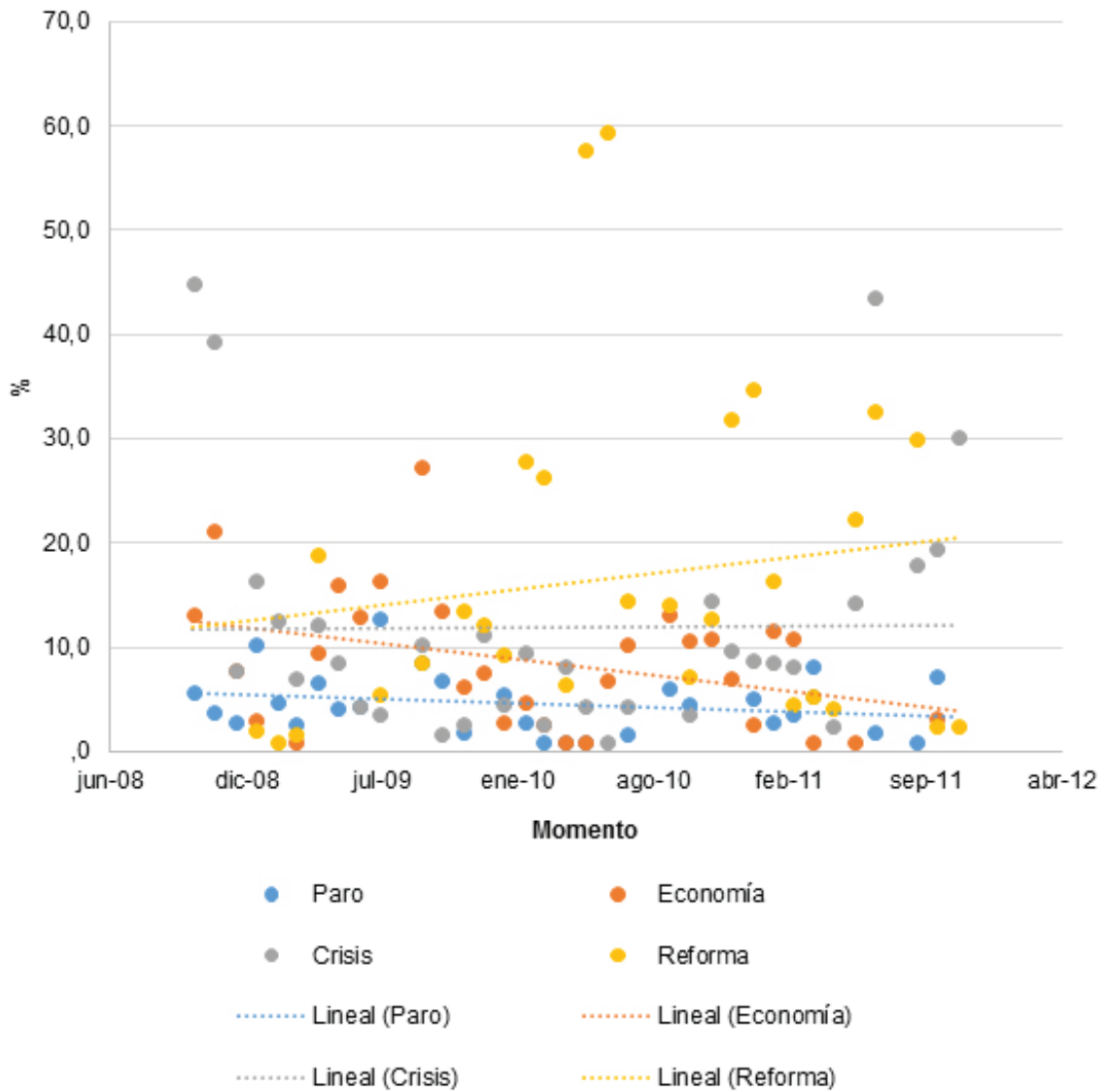
Por tanto, los resultados arrojados por el Gráfico XXXII coinciden con el desarrollo político y económico del contexto estudiado, si bien conviene volver a incidir en la irremediable relación conceptual de estas cuatro categorías.

En el Gráfico XXXIII se representa la evolución, en la agenda mediática, de las cuatro categorías medidas, sin intervalos temporales. Como puede apreciarse por las líneas de puntos, que representan las rectas de tendencia calculada, destaca el progresivo incremento de “las reformas” y “la crisis” conforme se desarrollaba la legislatura, registrando los puntos álgidos en los acontecimientos anteriormente señalados: mayo y junio de 2010 en el caso de la reforma, y cercanos al periodo electoral en el caso de la crisis. Del mismo modo, se aprecia la tendencia descendente de los otros dos temas, “la economía” y “el paro”. Estos

85 El Presidente Zapatero, en sede parlamentaria, finalizó el anuncio de las medidas de contención del gasto público, con las siguientes palabras: “Quiero terminar reiterando de antemano la convicción que el Gobierno tiene respecto a los ciudadanos que saben que están afectados más directamente por la medida de reducción del déficit, por las duras medidas para contener nuestro gasto público, para ahorrar, para generar confianza en la economía. Sé que les va a costar, que es un esfuerzo importante. El Gobierno asume plenamente la responsabilidad y de antemano sabe que tenemos unos grandes ciudadanos, que tenemos unos trabajadores extraordinariamente responsables que han demostrado en todas las ocasiones saber aportar al país lo que el país merecía y hoy les quiero trasladar desde aquí mi más profundo agradecimiento y expresarles mi confianza en su futuro y en el futuro del país” (Cortes Generales, 2010).

dos temas son sustituidos progresivamente por “crisis” y “reforma”, especialmente por el segundo de ellos, que acaba adquiriendo un papel principal en la legislatura.

Gráfico XXXIII Evolución de las problemáticas “económicas” en la agenda mediática (%).

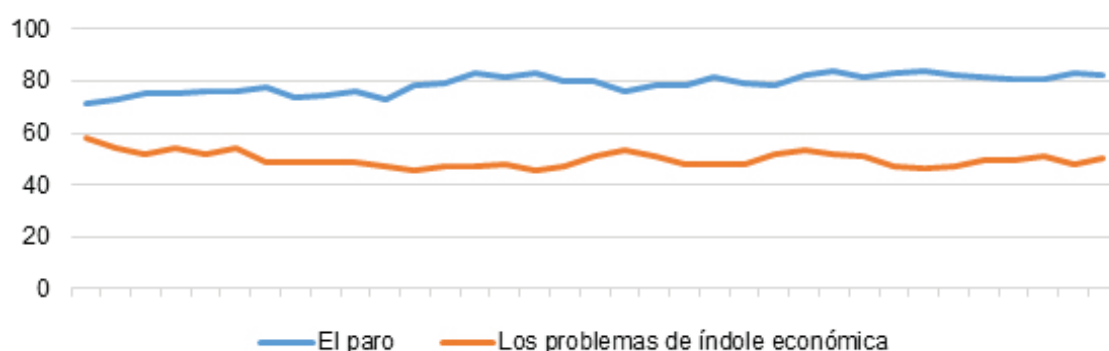


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la evolución de los problemas “económicos” en la agenda pública, cabe destacar que el CIS limita las categorías asociadas a la economía, el paro, los problemas de índole económica y los problemas relacionados con la calidad del empleo. En este caso se

ha optado por hacer referencia a los dos primeros, por tener una tasa más elevada. En realidad, el paro ocupa la primera posición en todo el ciclo, seguido de los problemas de índole económica; además, lo hacen de forma bastante constante a lo largo del ciclo, en cuanto a porcentaje de respuesta se refiere.

**Gráfico XXXIV. Evolución de problemas en la agenda pública
(multirrespuesta-% no base 100).**



Nota: Se refiere al acumulado del porcentaje en la pregunta relativa a los tres principales problemas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los barómetros del CIS.

Precisamente la cuestión anterior es la principal limitación encontrada para la realización del análisis de agenda *setting*. Al tratarse de dos variables constantes en el rango que ocupan se imposibilita la aplicación de la técnica de contraste tradicional en los estudios de agenda *setting*: el coeficiente de correlación de Spearman, que es un estadístico especialmente recomendado para análisis de orden (variables de rango)⁸⁶. Las variables “paro” y “los problemas de índole económica” representan en la agenda pública los lugares 1 y 2, respectivamente, por lo que resulta imposible realizar un análisis de rango comparado con el análisis de agenda mediática. Además, la diferencia de categorización también supondría un inconveniente, y sería recomendable proceder a realizar un proceso de agrupamiento. Como se ha explicado anteriormente, que un medio de comunicación dedique su portada a hablar del paro no implica que no esté haciendo alusión a la crisis económica de forma derivada, pues en definitiva el incremento del paro no es sino una manifestación de aque-

86 Dado que la variable relativa a la agenda pública es constante, tampoco sería posible aplicar de forma satisfactoria otro estadístico de contraste.

lla. Asimismo, y desde la perspectiva de la conformación de la agenda pública, cuando un ciudadano hace alusión al paro como problema, en el fondo subyace la idea de un empeoramiento de la situación económica, enmarcada en un contexto de crisis. Pero el ciudadano opta por hacer alusión a la manifestación más sensible de la crisis, la que tiene un efecto directo sobre su realidad más cercana. Con los altos niveles de paro resulta poco probable que un ciudadano mediano no encuentre entre sus familiares, amigos o vecinos a una persona en situación de desempleo. Resulta razonable, entonces, que opte por hacer referencia al paro y no a otras dimensiones de la crisis económica, cuando se le consulta sobre sus principales problemas.

Retomando las limitaciones estadísticas detectadas para realizar, de forma tradicional, el análisis de agenda *setting*, se ha optado por seguir tres estrategias alternativas. En primer lugar, se ha optado por realizar un reagrupamiento de las categorías asociadas al contexto económico en ambas agendas, y otorgarle un rango sobre el resto. La razón de ello estriba en el carácter indisociable al que se aludía en los párrafos anteriores. Esto ofrece una fotografía más fidedigna del tratamiento ofrecido por los medios a las cuestiones económicas.

Tabla XXX. Rango que ocupan las categorías de contenido económico en ambas agendas, a lo largo del ciclo.

Fecha	⇐Agenda mediática	Agenda pública⇐	Fecha
oct-08	1	1	nov-08
nov-08	1	1	dic-08
dic-08	1	1	ene-09
ene-09	1	1	feb-09
feb-09	2	1	mar-09
mar-09	4	1	abr-09
abr-09	1	1	may-09
may-09	1	1	jun-09
jun-09	2	1	jul-09
ago-09	1	1	sep-09
sep-09	1	1	oct-09
oct-09	2	1	nov-09

Tabla XXX. Rango que ocupan las categorías de contenido económico en ambas agendas, a lo largo del ciclo.

Fecha	⇐Agenda mediática	Agenda pública⇨	Fecha
nov-09	1	1	dic-09
dic-09	1	1	ene-10
ene-10	1	1	feb-10
feb-10	1	1	mar-10
mar-10	1	1	abr-10
abr-10	3	1	may-10
may-10	1	1	jun-10
jun-10	1	1	jul-10
ago-10	1	1	sep-10
sep-10	1	1	oct-10
oct-10	2	1	nov-10
nov-10	1	1	dic-10
dic-10	1	1	ene-11
ene-11	1	1	feb-11
feb-11	1	1	mar-11
mar-11	1	1	abr-11
abr-11	2	1	may-11
may-11	5	1	jun-11
jun-11	1	1	jul-11
ago-11	1	1	sep-11
sep-11	1	1	oct-11
oct-11	1	1	nov-11
nov-11	1	1	dic-11

Fuente: Elaboración propia.

Nota 1: Se ha aplicado un desfase de un mes entre agenda pública y mediática, tal y como se expuso en el capítulo metodológico.

Nota 2: Agrupamiento en la agenda mediática de las categorías: “crisis”, “reforma”, “paro” y “economía”.

Nota 3: Agrupamiento en la agenda pública de las categorías “paro” y “problemas de índole económica”.

Si bien la Tabla XXX sugiere que, en efecto, existe una notable coincidencia de rangos a lo largo de todo el ciclo, la segunda estrategia analítica que se decidió aplicar consiste en la medición de la fiabilidad del análisis de contenido: el acuerdo entre codificadores. En definitiva, lo que estas mediciones ofrecen es el resultado del nivel de coincidencia en la selección de categorías, sugiriendo que puede ser una buena forma de solventar el problema derivado del carácter constante de una de las variables.

Pese a que son múltiples las fórmulas para calcular el grado de acuerdo entre codificadores, “entre las medidas de uso más generalizado están el acuerdo porcentual, el método de Holsti, la *pi* de Scott, la *Kappa* de Cohen y la *alpha* de Krippendorff. Si bien el acuerdo porcentual parece usarse ampliamente y es sencillo de calcular, los expertos en metodología advierten de forma continua que es una medida engañosa, que sobrestima el acuerdo real entre los codificadores” (Alonso, Volkens y Gómez, 2012: 37). La causa del error detectado por dichos metodólogos radica en que “no tiene en cuenta el acuerdo al azar entre investigadores” (Torres Gordillo y Perera Rodríguez, 2009: 91).

El método más empleado para medir la concordancia entre codificadores es el estadístico de acuerdo porcentual. Dicho estadístico refleja el número de acuerdo en función del número total de codificaciones realizadas. El Coeficiente de Fiabilidad de Holsti [...] proporciona una fórmula para calcular el acuerdo porcentual:

$$C.F. = 2m / (n_1 + n_2)$$

Donde,

m = número de codificaciones donde los dos codificadores están de acuerdo.

n_1 = número de codificaciones realizadas por el codificador 1.

n_2 = número de codificaciones realizadas por el codificador 2.

(Visto en Torres Gordillo y Perera Rodríguez (2009: 91), traducido de Rourke, Anderson, Garrison y Archer(2001))

En este caso, se ha optado por emplear única y exclusivamente el método de Holsti, como consecuencia de tratarse de datos objetivos en los que no se ha incurrido en error en la determinación de un rango u otro, ni existe posibilidad de errores derivados del azar.

Lo que se persigue, conviene recordar, es el nivel de coincidencia de los rangos. Así, partiendo de los niveles de acuerdo que se visualizan en la Tabla XXX, se ha procedido a

construir una tabla de análisis y a aplicar el método de Holsti, ofreciendo el resultado en la Tabla XXXI.

Tabla XXXI. Análisis de nivel de concordancia de las categorías de índole económica en cada una de las agendas, en el primer rango.

		Agenda pública		
		Sí	No	Total
Agenda mediática	Sí	27	0	27
	No	8	0	8
	Total	35	0	35

Fuente: Elaboración propia.

$$C.F. = (2 \cdot 27) / (35 + 35) = 54 / 70 = 0,771.$$

El resultado arroja un nivel de acuerdo del 77%, lo que representa un coeficiente relativamente alto de acuerdo entre agendas, para el ámbito económico.

Además de la estrategia presentada anteriormente para medir el traspaso de relevancia temática de una agenda a otra, también se ha optado por realizar un análisis tradicional de correlaciones Pearson entre los porcentajes de relevancia de los temas de interés, en cada una de las dos agendas. Estas correlaciones se calculan sobre porcentajes agregados y dan muestra de si la evolución que sigue la relevancia de los temas en las agendas sigue una pauta común o si, por el contrario, son independientes. Siendo consistentes con las apreciaciones realizadas previamente, en torno a la dificultad de disociación de temas, las correlaciones no sólo se presentan en forma de pares de categorías individuales, sino también de forma conjunta.

La correlación Pearson se define por la siguiente expresión, y se refiere a la media de los productos cruzados de las puntuaciones estandarizadas de X y de Y.

$$r_{xy} = \frac{\sum Z_x Z_y}{N}$$

Sus valores oscilan entre -1 (correlación negativa perfecta) y 1 (correlación positiva perfecta), pasando por el cero (inexistencia de correlación entre X e Y).

La Tabla XXXII recoge los resultados de las correlaciones Pearson entre categorías de las dos agendas, incorporando no sólo el coeficiente de correlación, sino también su significatividad estadística. Los resultados arrojados por el análisis de correlación de Pearson resultan poco concluyentes pues, tal y como se observa en la tabla, resultan algunos datos que serían contrarios a lo que, a priori, cabría esperar. No obstante, como veremos más adelante, algunos resultados que pueden denominarse “poco previsibles”, en realidad tienen una explicación estadística que descansa sobre la propia distribución de las variables, ya comentada al realizar el análisis individual de cada una de las agendas.

¿Qué datos serían contrarios a lo esperable? Básicamente lo primero que se detecta al observar la tabla es el alto número de correlaciones negativas significativas que se producen entre agendas. A priori cabría esperar, también a tenor de los postulados teóricos, que un incremento de la relevancia mediática de un tema como por ejemplo “el paro”, se correlacionara positivamente con un incremento de la relevancia en la agenda pública a dicha problemática. Y sin embargo se observa que no es así. ¿Por qué? La causa se debe a que en la agenda mediática “el paro” registra una tendencia de relevancia negativa a lo largo del ciclo, dado que su presencia está más asociada al carácter estacionario de la publicación de resultados de empleo y no a seguir una distribución lineal, como ocurre en la agenda pública. También porque, al igual que ocurre en otras correlaciones que también presentan signo negativo, en la agenda mediática se detecta una disminución progresiva de la relevancia otorgada al paro y la economía, en favor, fundamentalmente, de las noticias asociadas a las reformas económicas y, en menor medida, a la crisis.

Tabla XXXII. Correlaciones Pearson entre agenda pública y mediática en España (2008-2012)

AGENDA MEDIÁTICA

	El paro	La economía	La crisis	Las reformas	El paro + Economía + Crisis + Reformas	El paro + Economía	El paro + Crisis
El paro	Correlación de Pearson	-0,278	-0,537	-0,234	0,250	-0,193	-0,527
	Sig. (bilateral)	,106	,001	,177	,148	,267	,001
	N	35	35	35	35	35	35
Problemas de índole económica	Correlación de Pearson	-0,100	-0,080	,519	0,069	0,358	-0,100
	Sig. (bilateral)	,567	,647	,001	,695	,035	,566
	N	35	35	35	35	35	35
El paro + Problemas de índole económica	Correlación de Pearson	-0,375	-0,628	0,202	,319	0,107	-0,635
	Sig. (bilateral)	,026	,000	,244	,062	,541	,000
	N	35	35	35	35	35	35
El paro (relativizado)	Correlación de Pearson	-0,315	-0,491	-0,231	,364	-0,077	-0,505
	Sig. (bilateral)	,065	,003	,181	,031	,661	,002
	N	35	35	35	35	35	35
Problemas de índole económica (relativizado)	Correlación de Pearson	-0,254	-0,223	,429	,305	,427	-0,271
	Sig. (bilateral)	,140	,198	,010	,075	,010	,115
	N	35	35	35	35	35	35
El paro + Problemas de índole económica (relativizado)	Correlación de Pearson	-0,401	-0,545	0,007	,471	0,142	-0,580
	Sig. (bilateral)	,017	,001	,969	,004	,416	,000
	N	35	35	35	35	35	35

AGENDA PÚBLICA

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Las variables “relativizado” hacen referencia a que los valores porcentuales han sido recalculados a base 100, en lugar de seguir el modelo de multirrespuesta original.

No obstante, la tabla arroja algunos resultados interesantes de mencionar y que aparecen sombreados para facilitar su identificación. Todos estos coeficientes resultan estadísticamente significativos y con sentido de correlación positivo y razonablemente aceptables para este tipo de análisis. La primera conclusión es que el mayor número de correlaciones entre agendas está condicionado por la presencia de la variable⁸⁷ “reformas” en la agenda mediática, que sí muestra una relación leve con “el paro (relativizado)” en la agenda pública, así como con “el paro + los problemas de índole económica (relativizado)” en dicha agenda. También conviene subrayar que la correlación más alta que se produce entre agendas es entre “la crisis” en la agenda mediática, y “los problemas de índole económica” en la agenda pública, tanto a nivel relativizado como en el agregado de la multirrespuesta. Esta correlación es de 0,519, que puede considerarse alta, sobre todo para este tipo de análisis en los que no se esperan grandes coeficientes. En este caso, las categorías del contexto al que hacen referencia son similares. También se produce una correlación entre agendas entre “el paro y la crisis económica”, entendidas como única variable, en la agenda mediática y “los problemas de índole económica” en la agenda pública (0,477). Ambas correlaciones son estadísticamente significativas al 95%.

En suma, sí atendemos al análisis de rangos que se ha elaborado con una metodología adaptada a las características de las variables, así como al análisis de correlaciones Pearson construido, se podría afirmar la existencia de cierto efecto de traslación de prioridades o relevancia entre la agenda mediática y la agenda pública, para los asuntos económicos. Esta relación es más fuerte cuando se aborda el contexto económico en su conjunto, agrupando sus diferentes dimensiones, y cuando se refiere a cuestiones más alejadas de la experiencia, donde la relación es prácticamente inexistente o nula. Es decir, cuestiones más alejadas de lo experiencial, como podrían ser las reformas gubernamentales para paliar el contexto económico, o las cuestiones generales sobre el estado de la economía, mantiene una mayor relación con la percepción de la economía como problema, que cuestiones tan experienciales como el paro.

87 Nótese que en ocasiones se hace referencia a categorías y en otros casos a variables. Se hace referencia a “variable” cuando se desea enfatizar su capacidad relacional con otras variables, cuando se hace referencia al aspecto técnico; mientras que se hace referencia a “categorías” cuando se pretende destacar su carácter de dimensión de un conjunto de aspectos asociados al contexto económico.

2. La agenda de los medios en el marco de las elecciones del año 2000 y 2011 en España: un seguimiento de las noticias de portada del diario El País y El Mundo

En este último apartado del capítulo se realiza el análisis de las noticias de portada de los dos principales diarios de España, El Mundo y El País, para un espacio temporal que abarca la antesala de las elecciones generales de los años 2000 y 2011.

El objetivo de realizar este análisis se fundamenta en varias cuestiones. Por un lado, resulta una pieza importante para contextualizar los ciclos electorales estudiados con detalle en este trabajo, además de permitir un acercamiento a las prioridades de atención de los dos principales periódicos, y de observar su comportamiento en dos contextos políticos, económicos y sociales claramente diferenciados. Por otro, permite realizar un acercamiento, aunque limitado, a los posibles efectos que dicho tratamiento mediático pudo generar sobre los lectores y potenciales electores.

Tal y como se menciona en la ficha técnica ubicada en el capítulo II, el análisis de portadas cubre del 29 de diciembre de 1999 al 12 de marzo del año 2000, y del 20 de septiembre del 2011 a 20 de noviembre del mismo año. En total, 137 días (portadas) de análisis (75 días del año 2000 y 62 días del año 2011⁸⁸). El tipo de análisis abordado de la matriz resultante consiste en una simple tabulación de los datos. Se trata, por tanto, de un análisis cuantitativo descriptivo y reproducible, sujeto al carácter interpretativo derivado de la codificación de algunas de las variables incluidas y que pueden consultarse en el libro de códigos disponible en el Anexo II.

En las siguientes páginas se comenzará realizando un análisis descriptivo de los principales temas de interés a los que aludían las noticias de portada, en ambos medios y para los dos contextos electorales. Seguidamente, el análisis se centrará en el papel que los asuntos económicos desempeñaron en la prensa, para finalizar abordando un acercamiento a los posibles efectos en las percepciones que pudieron causar dichas noticias económicas sobre el ánimo de los electores.

88 Se decidió incluir unos días más de análisis en el año 2000 que en el 2011, al detectarse un menor número de noticias en materia económica en el año 2000. En este sentido, se consideró pertinente la ampliación de dicho espacio temporal para poder así abordar mejor las segmentaciones que requería el análisis.

En la Tabla XXXIII se presenta la frecuencia absoluta y relativa de noticias sobre las distintas temáticas tratadas en la agenda mediática durante todo el espacio temporal abordado. Así, incluso incluyendo en el análisis la categoría “otros”, que contiene todas aquellas temáticas que no se incluían en el resto de categorías –como pudiera ser el deporte, el cine o el teatro, por ejemplo–, la categoría referente a economía ocupa el primer lugar (20%), seguido del terrorismo (13%) y de las noticias referentes a escándalos de corrupción y fraude (6,5%). Le siguen aspectos relacionados con las campañas electorales y la competencia política, como cabía esperar dado el espacio temporal de análisis seleccionado, en la antesala de las elecciones generales. Un número importante de noticias (55 casos) se refiere precisamente a las coaliciones electorales, que en buena medida hace referencia al pacto entre Almunia y Frutos, para los comicios del año 2000.

Resulta interesante comprobar que no se detectaron muchos casos referentes a cuestiones sociales, sanidad, educación etc. A este propósito, cabe mencionar una limitación del análisis: algunas categorías de análisis resultan no ser del todo excluyentes entre sí, como por ejemplo ocurre en el caso de “Economía / Paro / Crisis económica” y “pensiones” (una noticia que hace referencia al incremento de la edad de jubilación, por ejemplo, es un tema relacionado con las pensiones, los recortes y la crisis económica). En realidad, resulta razonable que una noticia se refiera a diferentes temas, y debe recordarse que recae en el codificador el papel de otorgarle una u otra categoría, partiendo del criterio de que la categoría seleccionada responda, en mayor medida, al espíritu del asunto tratado.

Tabla XXXIII. Tema principal de las noticias de portada, de El País y El Mundo, en el intervalo temporal objeto de estudio.		
	Recuento	% del N de la columna
Economía / Paro / Crisis económica	296	20,0
Otros: especificar	293	19,8
Terrorismo nacional e internacional	193	13,0
Corrupción y fraude	97	6,5
Coaliciones y negociaciones entre partidos	55	3,7
Competencia partidista: enfrentamiento político-electoral	55	3,7

Tabla XXXIII. Tema principal de las noticias de portada, de El País y El Mundo, en el intervalo temporal objeto de estudio.

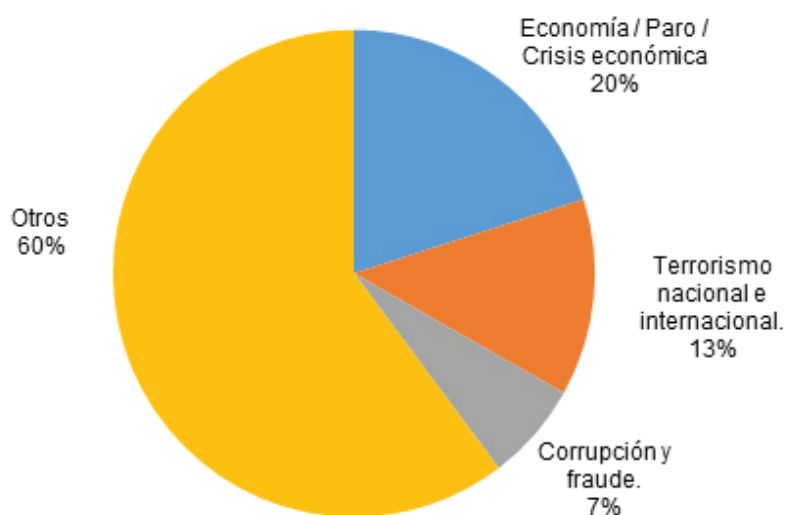
	Recuento	% del N de la columna
Organización de campaña desde los partidos: debates internos, primarias, programas, candidaturas, listas electorales	52	3,5
Administración de Justicia	51	3,4
Otros problemas sociales	48	3,2
No procede	46	3,1
Eventos de campaña: entrevistas, debates, visitas a instituciones	42	2,8
Movilizaciones sociales / Participación ciudadana	33	2,2
Medioambientales	31	2,1
Sondeos electorales	31	2,1
Nacionalismo	27	1,8
Funcionamiento de los servicios públicos	23	1,6
Sanidad	21	1,4
Inmigración	21	1,4
Racismo	19	1,3
La violencia y problemas relacionados con la mujer	15	1,0
Infraestructuras	11	,7
Educación	8	,5
Crisis de valores	6	,4
Drogas	4	,3
Viviendas	2	,1
Agricultura, ganadería y pesca	2	,1
Total	1482	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se refiere, en exclusiva, a las consideraciones como principal tema de la noticia. No se consideran los temas estimados como segundo o tercer tema principal de la noticia.

El Gráfico XXXV resume la tabla anterior y refleja la importancia de los tres principales temas (en la categoría “otros” se han agrupados todos los demás asuntos tratados): economía, terrorismo y corrupción. En el caso del terrorismo, que destaca por su segunda posición, las noticias hacen referencia a actos de terrorismo internacional y su lucha, pero especialmente aborda la cuestión de ETA, tanto en los actos terroristas ocurridos en el año 2000⁸⁹, como el proceso de cese definitivo de la lucha armada, anunciado el 20 de octubre del año 2011.

Gráfico XXXV. Principales temas de las noticias de portada (todo el periodo, ambos medios).



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de agenda de noticias de portada.

En cuanto a la distribución de temáticas de las noticias, en función del año y el medio de comunicación, se registra un notable incremento del porcentaje de noticias en portada de temática económica, bastante superior en el caso de El País, 17,9 puntos de incremento entre 2000 y 2011; frente a sólo 6,7 puntos de crecimiento en El Mundo. Si bien es cierto que El Mundo prestaba una atención de partida, en materia económica, levemente superior a

89 En el periodo analizado de 2000, ETA asesina a Pedro Antonio Blanco García, Jorge Diez Elorza y Fernando Buesa Blanco.

El País, el incremento de atención prestado durante el 2011 por este último es bastante superior, lo que resulta curioso si se atiende a la cercanía ideológica de la línea editorial de El País, respecto al partido en el Gobierno en dicho año. En el marco de un proceso electoral tan importante para los socialistas como fueron los comicios de 2011, podría esperarse que El País –un medio tradicionalmente considerado más cercano al PSOE que a otros partidos y cuyos lectores son mayoritariamente votantes socialistas⁹⁰– realizara un tratamiento de la crisis económica y sus consecuencias más liviano, o más contenido que otros medios, especialmente El Mundo, cuyos lectores están más próximos al Partido Popular⁹¹. Se requeriría, no obstante, realizar un análisis más profundo para comprender a qué se referían dichas noticias y cuál era el tono o la posible percepción generada sobre los lectores.

En el caso del terrorismo, también se registra un ligero incremento de 1,3 puntos en el total de noticias de ambos medios (2,1 en El País, y 0,6 puntos de crecimiento en El Mundo), lo que se explica por el proceso de negociación y cese de la violencia en 2011, que sin duda generó un revulsivo mediático en favor de dicha temática.

Tabla XXXIV. Temáticas tratadas en las noticias de portada, por años y medio de comunicación.

	El País		El Mundo		Total		
	2000	2011	2000	2011	2000	2011	Total
Economía / Paro / Crisis económica	12,9	30,8	17,4	24,1	15,1	27,5	20,0
Otros: especificar	22,2	14,6	25,6	12,4	23,9	13,5	19,8
Terrorismo nacional e internacional	11,5	13,6	13,5	14,1	12,5	13,8	13,0
Corrupción y fraude	5,0	4,4	5,7	12,4	5,4	8,4	6,5
Coaliciones y negociaciones entre partidos	6,1	1,0	5,0	,7	5,6	,9	3,7

90 Según el estudio postelectoral del CIS de las elecciones del 2011, el 32,2% de los votantes del PSOE que se informaban de la actualidad política y electoral a través de prensa, prefería a El País para seguir la información política y electoral), frente a sólo el 5,8% de los votantes, que prefería a El Mundo.

91 En el caso de El Mundo, según el estudio postelectoral del CIS de las elecciones del 2011, el 21,4% de los votantes del PP que se informaban de la actualidad política y electoral a través de prensa, prefería a El Mundo para seguir la información política y electoral), frente a sólo el 3,8% de los votantes, que prefería a El País.

Tabla XXXIV. Temáticas tratadas en las noticias de portada, por años y medio de comunicación.							
	El País		El Mundo		Total		
	2000	2011	2000	2011	2000	2011	Total
Competencia partidista: enfrentamiento político-electoral	4,8	2,7	3,4	3,4	4,1	3,1	3,7
Organización de campaña desde los partidos: debates internos, primarias, programas, candidaturas, listas electorales	2,4	5,4	2,5	4,8	2,5	5,1	3,5
Administración de Justicia	5,7	1,0	3,7	2,1	4,7	1,5	3,4
Otros problemas sociales	4,1	1,7	3,4	3,1	3,8	2,4	3,2
No procede	2,0	4,1	2,3	5,2	2,1	4,6	3,1
Eventos de campaña: entrevistas, debates, visitas a instituciones	2,4	3,4	1,8	4,5	2,1	3,9	2,8
Movilizaciones sociales / Participación ciudadana	3,5	2,7	1,1	1,4	2,3	2,0	2,2
Medioambientales	1,7	3,4	1,8	1,7	1,8	2,6	2,1
Sondeos electorales	1,7	1,7	2,3	2,7	2,0	2,2	2,1
Nacionalismo	2,2	1,0	2,1	1,7	2,1	1,4	1,8
Funcionamiento de los servicios públicos	2,4	1,0	,9	1,7	1,7	1,4	1,6
Sanidad	2,6	1,0	,5	1,4	1,6	1,2	1,4
Inmigración	2,2	,3	1,8	,7	2,0	,5	1,4
Racismo	1,7	,7	1,6	,7	1,7	,7	1,3
La violencia y problemas relacionados con la mujer	,4	1,7	1,1	1,0	,8	1,4	1,0
Infraestructuras	,9	1,4	,7	,0	,8	,7	,7
Educación	,7	1,0	,5	,0	,6	,5	,5
Crisis de valores	,4	,3	,7	,0	,6	,2	,4
Drogas	,0	,7	,5	,0	,2	,3	,3
Viviendas	,4	,0	,0	,0	,2	,0	,1
Agricultura, ganadería y pesca	,0	,3	,0	,3	,0	,3	,1
Total	100	100	100	100	100	100	100
Recuento (absolutos)	459	295	437	291	896	586	1482

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se refiere, en exclusiva, a las consideraciones como principal tema de la noticia. No se consideran los temas estimados como segundo o tercer tema principal de la noticia.

Haciendo énfasis en la diferente cobertura a las noticias referentes a economía que aparecen en las portadas de ambos medios, en la Tabla XXXV se resume el porcentaje de noticias que abordaron dicha temática frente a las noticias que abordaban otra temática distinta, por medio de comunicación y año. Como se puede observar en la tabla, las noticias de portada que se referían a asuntos económicos ascendieron 12,4 puntos porcentuales en 2011 frente al año 2000. El incremento de la atención prestada por El País fue 11,2 puntos superior que el incremento que experimentó dicha cobertura en El Mundo.

Tabla XXXV. Noticias sobre economía, por año y medio de comunicación (%).									
	El País			El Mundo			Total		
	2000	2011	Total	2000	2011	Total	2000	2011	Total
Sí	12,9	30,8	19,9	17,4	24,1	20,1	15,1	27,5	20
No	87,1	69,2	80,1	82,6	75,9	79,9	84,9	72,5	80
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Recuento (absolutos)	459	295	754	437	291	728	896	586	1482

Fuente: Elaboración propia.

Nota: En esta tabla se incluyen todas las noticias que hacen referencia a cuestiones económicas, exclusivamente como tema principal.

En la Tabla XXXVI se especifica el tema económico al que se refiere la noticia presente en portada. Las categorías que se presentan son las inicialmente contempladas en el libro de códigos, si bien como se puede apreciar algunas de ellas registraron una presencia mínima. Al igual que ocurría cuando se aludía a la relación de temas de referencia de las noticias, en esta relación de categorías también se localiza un problema de difícil solución para disponer de un listado detallado: el carácter poco excluyente de las categorías de análisis. Siempre que se produce este hecho en los libros de códigos, la selección de la categoría responde a cierta subjetividad del investigador. Este caso no está exento de dicho sesgo, si bien el objetivo siempre fue seleccionar la categoría que mejor definiese la naturaleza de la noticia. Aunque podría realizarse un agrupamiento de categorías, se ha preferido presentar los resultados en formato extendido, para no perder riqueza en la descripción.

Tabla XXXVI. Especificación del tema económico al que hace referencia la noticia económica, por medio de comunicación y año (%).									
	El País			El Mundo			Total		
	2000	2011	Total	2000	2011	Total	2000	2011	Total
Los bancos	5,1	24,2	16,7	10,5	22,5	16,3	8,1	23,5	16,5
El euro	5,1	27,5	18,7	5,3	19,7	12,2	5,2	24,1	15,5
Cuestiones empresariales (alianzas, beneficios empresariales)	30,5	1,1	12,7	21,1	,0	10,9	25,2	,6	11,8
“Los recortes”	3,4	16,5	11,3	1,3	14,1	7,5	2,2	15,4	9,4
Propuestas económicas	8,5	5,5	6,7	15,8	5,6	10,9	12,6	5,6	8,8
Otro (Especificar)	10,2	1,1	4,7	9,2	11,3	10,2	9,6	5,6	7,4
Inflación / precios	10,2	1,1	4,7	14,5	,0	7,5	12,6	,6	6,1
Bolsa / prima de riesgo	8,5	3,3	5,3	5,3	8,5	6,8	6,7	5,6	6,1
El paro / empleo	3,4	5,5	4,7	3,9	4,2	4,1	3,7	4,9	4,4
Empeoramiento económico	,0	7,7	4,7	,0	8,5	4,1	,0	8,0	4,4
Seguridad social y Hacienda	1,7	4,4	3,3	6,6	2,8	4,8	4,4	3,7	4,0
El fraude fiscal/ corrupción/ evasión/ despilfarro público (**).	5,1	,0	2,0	3,9	1,4	2,7	4,4	,6	2,4
Mejora económica (creación de empresas, entrada de capital, inversiones)	5,1	1,1	2,7	1,3	,0	,7	3,0	,6	1,7
Los problemas relacionados con la calidad del empleo	1,7	,0	,7	,0	1,4	,7	,7	,6	,7
Reforma laboral	,0	,0	,0	1,3	,0	,7	,7	,0	,3
Los desahucios	,0	1,1	,7	,0	,0	,0	,0	,6	,3
Las hipotecas	1,7	,0	,7	,0	,0	,0	,7	,0	,3

Tabla XXXVI. Especificación del tema económico al que hace referencia la noticia económica, por medio de comunicación y año (%).									
	El País			El Mundo			Total		
	2000	2011	Total	2000	2011	Total	2000	2011	Total
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Recuento (absolutos)	59	91	150	76	71	147	135	162	294

Fuente: Elaboración propia.

Nota 1: En esta tabla se incluyen todas las noticias que hacen referencia a cuestiones económicas, exclusivamente como tema principal.

Nota 2: En sombreado azul y rojo se señalan el 25% de valores superiores de todo el rango (columna).

** Se registran únicamente las noticias de portada cuyo tema principal es la economía. Por tanto, si bien se registraron múltiples noticias referentes a escándalos y corrupción, éstas no se encuentran contempladas en esta tabla por no ser la economía su naturaleza principal.

Para hacer más sencilla la comprensión de la tabla, se ha coloreado en azul el 25% de valores superiores de todo el rango, que coincide con la columna. En rojo se ha hecho el mismo proceso, pero aplicado exclusivamente a las columnas referentes a totales. La tabla merece, al menos, tres comentarios a destacar:

1. No se presentan apenas diferencias entre ambos medios de comunicación, respecto a las categorías con un mayor porcentaje de presencia.
2. En el año 2000, los tres asuntos a los que prestaron mayor interés ambos medios, en orden descendente, fueron: cuestiones empresariales (alianzas, beneficios empresariales); propuestas económicas; inflación / precios.
3. En el año 2011, los tres asuntos a los que prestó una mayor atención El País fueron: el euro, los bancos, y los recortes. En el caso de El Mundo, los temas fueron los mismos, salvo intercambiando la posición de: el euro y los bancos.

4. Si bien en el año 2000, cerca de una de cada cuatro noticias sobre economía se refería a cuestiones empresariales –como podría ser el proceso de expansión de una empresa o la absorción entre entidades– en el año 2011 más del 75% de las noticias hicieron referencia a cuestiones directamente asociadas a la crisis económica, ya sea desde un prisma nacional o internacional, la caída de la bolsa o la crisis del euro, dejando por debajo del 1% las noticias referentes al ámbito empresarial.

5. De manera consistente con los datos que resultaban del análisis de temáticas de foco mediático en Portada, El País prestó durante 2011 una mayor atención que El Mundo a las cuestiones asociadas a la crisis económica, los recortes, la crisis del euro y el empeoramiento económico. En el caso del 2000, las diferencias son notablemente más escasas, y las categorías positivas se compensan con otras negativas, en ambos medios, por lo que no se puede aseverar con rotundidad estadística una distinción clara de tratamiento.

En cuanto a la columna de totales, el resultado está levemente condicionado por existir un mayor número de noticias referentes a economía en El País en el año 2011, que en el año 2000. Aun así, el orden de prioridad resultante es una combinación de las prioridades de tratamiento en 2000 y 2011, concluyendo ser las cuatro primeras atenciones: los bancos, el euro, las cuestiones empresariales y los recortes.

Para terminar con este apartado, se ha realizado un último análisis que evalúa la posible influencia que la noticia económica tuvo sobre el lector, a partir de una simple categorización de tres niveles: positivo, neutro y negativo. Se entiende que una noticia es positiva cuando aborda buenos resultados en términos económicos, noticias de emprendimiento, caída de los precios, fortalezas del proceso de construcción europea, mejoría en los datos de paro, etc. Por otro lado, se entienden como noticias negativas aquellas que puedan afectar negativamente al ánimo de los lectores, desde el prisma económico. También, se valoran como negativas aquellos titulares que inducen a pensar en un clima de conflicto, movilización o competencia, aunque en un trasfondo puedan interpretarse como positivas. Por ejemplo, “varios miles de personas salen a la calle en 41 ciudades contra los desahucios” (El País, 26 de septiembre de 2011). También este otro “París se enfrenta a Berlín para dar al BCE más poder contra la crisis” (El País, 17 de noviembre de 2011). Que los ciudadanos se movilicen contra un problema social, o que un líder político reivindique un mayor peso de la política pueden ser comprendidos como algo positivo. Sin embargo, en ambas noticias

subyace una situación de conflictividad que responde a un problema. Por esta cuestión, se ha estimado en este análisis considerar a ambas cuestiones como negativas. Finalmente, se han codificado como neutras aquellas noticias que no pueden definirse con claridad en ninguno de los dos sentidos, ni positivo ni negativo.

Conviene aclarar que aunque esta categorización es similar a la que Kiouisis (2004) denomina “valencia”, no se aborda aquí una metodología propia del segundo nivel de la agenda, pues no se persigue analizar la transferencia de atributos de la agenda mediática a la agenda pública⁹², sino simplemente realizar un acercamiento a la posible percepción generada en el lector, a partir exclusivamente de la temática de la noticia, contenida en su titular. No se realiza, por tanto, un análisis pormenorizado de atributos, ni se profundiza en analizar con detalle el tono con el que se enfoca la noticia, fundamentalmente porque se escapa al objeto perseguido en esta investigación.

La codificación de los titulares entre las distintas categorías referidas a cuestiones económicas también entraña una complejidad y limitación añadida, pues resulta difícil disociar distintas categorías entre sí, así como seleccionar con rigurosa objetividad una de ellas. Por ejemplo, el titular “Euforia en las Bolsas por el aval de Merkel al plan de ajuste griego”, que publica el diario El Mundo, el 28 de septiembre de 2011, se ha catalogado como “positivo” con la categoría “Bolsa”. Sin embargo, también podría haberse codificado en la categoría “Mejora económica”, o incluso con la categoría “Euro”, que hace referencia a las noticias relacionadas con la economía de la eurozona. En este caso concreto, se optó por la categoría “Bolsa” porque el titular referenciaba directamente el término bolsa.

Retomando el análisis, tal y como se observa en la Tabla XXVII, el balance de noticias (diferencia entre noticias codificadas como positivas y negativas), resulta negativo en los totales y en el año 2011 para ambos medios. En buena medida, este resultado se explica por la propia naturaleza de un medio de comunicación, que ya sea con un enfoque noticioso o conflictivo, aborda la actualidad reservando su portada a las noticias con un mayor interés y susceptibilidad de generar expectación, donde la confrontación y negatividad desempeña un papel esencial. Lo mismo ocurre con el discurso partidista trasladado a los medios de comunicación en el contexto de las campañas electorales.

92 “McCombs y Evatt (1995) denominan «agenda de atributos» (*attribute agenda setting*) al conjunto de percepciones que los periodistas y el público emplean para pensar en los objetos” (Visto en Aruguete (2015: 90)).

Por ejemplo:

En la campaña del 2011 primó el discurso del enfrentamiento y la descalificación sobre el de las propuestas y las ideas. Prueba de ello es que buena parte de las intervenciones de los líderes de ambos partidos (PP y PSOE) están jalonadas de descalificaciones personales y alusiones de carácter despectivo a la posición ideológica que representan. (Ortiz, Millán y García, 2015: 140).

Ahora bien, la distribución del balance que se realizaba es, quizás, uno de los aspectos más interesante de todo este apartado. Como se observa en la Tabla XXXVIII, el diario El País presenta un balance más positivo que El Mundo en el año 2000, y más negativo que éste en el año 2011.

Tabla XXXVII. Tono de la noticia económica (Qué percepción genera en el lector), por medio de comunicación y año (%).									
	El País			El Mundo			Total		
	2000	2011	Total	2000	2011	Total	2000	2011	Total
Positivo	37,3	12,1	22,0	36,8	15,5	26,5	37,0	13,6	24,2
Neutro	37,3	6,6	18,7	27,6	9,9	19,0	31,9	8,0	18,9
Negativo	25,4	81,3	59,3	35,5	74,6	54,4	31,1	78,4	56,9
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Recuento absoluto	59	91	150	76	71	147	135	162	297
Balance	11,9	-69,2	-37,3	1,3	-59,2	-27,9	5,9	-64,8	-32,7

Fuente: Elaboración propia.

Nota 1: En esta tabla se incluyen todas las noticias que hacen referencia a cuestiones económicas, exclusivamente como tema principal.

Si bien este análisis está sujeto, como se ha dicho, a la subjetiva interpretación del sentido de la noticia, lo cierto es que han sido varios los indicios a lo largo del análisis de

portadas que enfocaban en la misma dirección, y es que, a falta de poder realizar un análisis más pormenorizado sobre el tratamiento mediático de los asuntos económicos en ambos diarios, y a su compensación por otros temas de interés político y social, podría plantearse con los datos disponibles la hipótesis de que El País, de forma intencionada o no, posibilitó a sus lectores una percepción del clima económico algo más negativa en el año 2011, que la que realizó el diario El Mundo hacia sus propios lectores. De confirmarse esta cuestión, que como se insiste requiere de un análisis mucho más complejo que el aquí desarrollado, que simplemente buscaba aportar un elemento más de comprensión contextual y de comprender el comportamiento de los medios respecto a las cuestiones económicas en ambos marcos temporales, supondría un hecho contrario a lo que cabría esperar, pues como se ha indicado, la relación entre la dirección de El Mundo y el PP, y El País y el PSOE, han sido tradicionalmente de colaboración.

En el caso de El Mundo, resulta de sobra conocida la relación de su director, Pedro J. Ramírez, con el ex Presidente Aznar, con el que incluso se le ve posando en un balcón propiedad del ex Ministro Rodrigo Rato en Carabaña, pocas semanas después del triunfo del Partido Popular en las elecciones de 1996 (Casqueiro, 1996). La apuesta que realizó el diario El Mundo por destapar los casos de corrupción de los Gobiernos de Felipe González, así como la supuesta vinculación de éste con el GAL, supusieron uno de los principales detonantes para la caída del Gobierno socialista (Serrano, 2014), y por tanto el progresivo incremento del Partido Popular en los sondeos de opinión, y su posterior victoria en las elecciones de 1996. La enemistad de Pedro J. con González y su Gobierno era más que evidente. Una clara escenificación de ese rechazo se encuentra en la editorial que Pedro J. dedica a Jorge Semprún, Ministro de Cultura de Felipe González, el 3 de marzo de 1989 en Diario 16, titulada “La rosa y el capullo”, y que acaba costándole su despido apenas cuatro días después, de mano de Juan Tomás de Salas (Fundador de Diario 16), que resultó ser amigo del Ministro protagonista de la editorial. Aquel despido supuso el inicio del fin del diario (Pedro J. Ramírez despedido por Juan Tomás de Salas tras una editorial llamando “capullo” al Ministro Semprún, n.d.).

Por su parte, la relación entre PSOE y el Grupo PRISA, y más concretamente entre Felipe González y Juan Luis Cebrián fue de plena colaboración desde antes de la gran victoria socialista en 1982. Un ejemplo del apoyo que El País brinda a Felipe en el marco de la campaña electoral de las elecciones del 28 de octubre de 1982 se refleja en las portadas

del propio periódico en la campaña electoral, donde se hace exclusiva alusión al entonces candidato socialista⁹³.

La pregunta que cabe hacerse, a la luz de lo anterior, es clara: ¿Cómo se explicaría que ambos medios propiciaran, supuestamente, climas de opinión contrarios a su línea ideológica editorial y al historial de simpatías entre líderes políticos de partidos afines y empresarios del sistema mediático? Podrían plantearse algunas hipótesis, que se presentan de forma muy esquemática y que pueden resumirse como “choque de intereses”.

Aunque como se ha visto las diferencias no son muy grandes en el caso del 2000, sí que hubiese sido esperable, a la luz del historial de cercanía ideológica con el PP, que El Mundo hubiera potenciado algo más en sus portadas el éxito económico del Gobierno de Aznar, con noticias más positivas. Una razón para que ello no se diera pudiera encontrarse en el limitado apoyo que Pedro J. encuentra en el PP para dominar el escenario empresarial mediático nacional. Como expone el periodista Jaime Olmo en el portal de infolibre:

Tampoco cuaja el gran sueño de un imperio mediático antiPrisa, con el director de El Mundo a la cabeza. Jose (como él le llama), una vez en el Gobierno no termina de confiar en Pedro Jota y encarga esa tarea –con resultados ruinosos, por cierto– a uno de sus compañeros de pupitre, el ya instalado en Telefónica, Juan Villalonga. (Olmo, 2014)

Para el caso del 2011, por el contrario, lo que se hubiera esperado es un mejor trato del Grupo PRISA al Presidente Zapatero durante la campaña electoral del 2011. En este caso, el principal hecho que explicaría el distanciamiento entre ambas direcciones reside en la apuesta decidida que hace Zapatero por la creación y consolidación de La Sexta, como grupo de comunicación alternativo al Grupo PRISA (Pérez y Garrido, 2007). A este propósito, el periodista de El Mundo, Pedro G. Cuartango, afirma que:

Juan Luis Cebrián creía que la sumisión de los Gobiernos socialistas a Prisa era algo que no iba a cambiar jamás. Pero se ha equivocado. Zapatero ha roto ese cordón um-

93 Titulares de portada dedicados a Felipe González y el PSOE la semana previa a las elecciones generales de 1982: “Felipe González dice que ya está bien de obsesiones golpistas” (24 de octubre); “Narcis Serra, posible Ministro de Defensa si ganan los socialistas” (25 de octubre); “Si el PSOE manifiesta voluntad de negociación, Herri Batasuna está dispuesta a pedir una tregua a ETA militar” (26 de octubre); “Felipe González congregó a medio millón de personas en la Ciudad Universitaria madrileña” (27 de octubre).

bilical que le unía al grupo fundado por Polanco y ha decidido prescindir de la tutela de su factótum. (Cuartango, 2009)

Un ejemplo claro de ese distanciamiento puede encontrarse en el duro Editorial que El País dedica al entonces presidente Zapatero, el 16 de septiembre 2009, titulado “En la pendiente”:

Malestar que empieza a cundir en las filas socialistas; un malestar multiplicado por el hecho de que la actual dirección ha desmantelado los espacios orgánicos en los que debía desarrollarse el debate interno. Los dirigentes socialistas que discrepan del imprevisible contorsionismo desarrollado por el jefe del Ejecutivo no están teniendo, así, otro camino que el silencio resignado o el abandono de la política. [...] Zapatero ha querido actuar con los mismos criterios que como jefe de partido. El nombramiento de ministros no ha obedecido a razones políticas identificables, ni su cese. Y una vez en el cargo no se les ha reconocido una competencia exclusiva sobre su departamento, sino que han visto constantemente tapada su labor por las intervenciones de un presidente que los puentea y los desautoriza sin reparar en el coste político e institucional que esta forma de actuar representa para el máximo órgano de dirección política del país. [...] es preciso un cambio. Pero no sólo de unas políticas que no se sabe bien del todo en qué consisten, sino de una forma de decidir las y ejecutarlas que está alcanzando unos niveles de confusión sin precedentes. (El País, 2009)

El 21 de noviembre de 2011, en plena resaca electoral de unos comicios que enviaban a la oposición a los socialistas, El País dedica un duro Editorial a Zapatero, titulado “Zapatero debe dimitir como secretario general del PSOE” del que se extraen algunas líneas:

La incompetencia y falta de densidad política de Rodríguez Zapatero, en medio de la crisis global más seria que ha conocido el mundo desde hace más de medio siglo, han catapultado a Rajoy a La Moncloa. [...] Convocó elecciones con una antelación de cuatro meses, provocando un desconcierto y una inestabilidad en la vida política que pasarán a los anales como demostración de una torpeza poco común en el manejo de los tiempos. [...] Váyase José Luis Rodríguez Zapatero en buena hora de sus responsabilidades al frente del mismo y permita a los socialistas reordenar su casa antes de que los vendavales de este invierno degeneren en tornado. (El País, 2011)

Con este editorial, El País no sólo buscaba soportar sobre los hombros de Zapatero todo el peso de la derrota electoral, sino blindar la figura de Alfredo Pérez Rubalcaba, que había sido una pieza clave de las buenas relaciones entre el diario y el partido socialista, durante los Gobiernos de González. Sobre este editorial, el periodista Pablo Sebastián, publica ese mismo día bajo el pseudónimo de Marcello, una columna en la que critica el editorial de El País:

El editorial de El País rezuma una clara venganza por haber promocionado Zapatero desde Moncloa al grupo editorial de La Sexta y Público y por haber hecho migas con el director de El Mundo, lo que en opinión del Grupo Prisa tiene mucho que ver con su ruinoso situación financiera y su notoria pérdida de credibilidad e influencia. Lo que pudiendo ser verdad no exime al diario y a su grupo editorial de sus complicidades y errores al convertirse, desde la llegada de Felipe González al poder en 1982, en un periódico del PSOE. (República, 2011)

En resumen, se han planteado aquí algunas piezas de un puzle de gran tamaño, que requeriría para su montaje y comprensión de un estudio mucho más pormenorizado del caso. Estudiar los sistemas de medios de comunicación y su relación con el poder adquiere una complejidad y una dimensión que no puede ser asumida en unos pocos párrafos. De nuevo, se insiste en la limitación de los resultados obtenidos, enmarcados en el sesgo asociado a las interpretaciones cualitativas. Entiéndanse, por tanto, las líneas aquí expuestas, como un intento de comprender un supuesto comportamiento mediático que confronta con lo que podría esperarse, si se atiende a la línea editorial de los dos periódicos analizados y su tradicional vinculación con los dos grandes partidos del sistema político español. Como se ha indicado, para poder afirmar con rotundidad los escenarios de comportamiento planteados se deberá recurrir a análisis pormenorizados del caso.

CAPÍTULO VI



**CONCLUSIONES Y PRINCIPALES
HALLAZGOS**

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES Y PRINCIPALES HALLAZGOS

Este último capítulo de la presente memoria de tesis doctoral tiene como objeto realizar una recopilación de las principales conclusiones alcanzadas durante el desarrollo de la investigación. En primer lugar, se realiza una síntesis de los principales hallazgos obtenidos en los dos capítulos de análisis, para las siete sub-hipótesis planteadas en el trabajo, además de la hipótesis principal. Posteriormente, en un segundo apartado se definen las principales debilidades detectadas en el proceso de investigación, así como las limitaciones de alcance de los resultados obtenidos, no sólo desde la perspectiva técnica y estadística, sino también de las limitaciones relacionadas con la particularidad del caso estudiado. En este segundo y último epígrafe también se referencian las principales líneas de investigación que requerirían de un abordaje futuro.

1. Principales hallazgos y discusión de resultados: un repaso por las hipótesis de trabajo

En este apartado se realiza una síntesis de los principales hallazgos de la investigación, a partir de la revisión de las hipótesis planteadas en el trabajo. Se comienza por las siete sub-hipótesis planteadas para finalizar con la hipótesis principal.

La **primera sub-hipótesis** planteaba que el elector español incorpora en mayor medida la valoración prospectiva sobre el futuro de la economía, que la valoración retrospectiva de la situación económica. Esta hipótesis fue puesta a prueba a partir del modelo de voto económico reducido y planteado para el ciclo 1996-2011, a partir de siete estudios seleccionados del Centro de Investigaciones Sociológicas⁹⁴. Los resultados obtenidos en este análisis fueron bastante contundentes en términos estadísticos, en favor del voto por expectativas. Así, la evaluación retrospectiva de la economía sólo se presenta estadísticamente significativa en uno de los siete estudios en los que se pone a prueba el modelo, precisamente en el estudio del año 1998, cuando el Gobierno apenas llevaba dos años en el cargo y la capaci-

94 No pudo comprobarse en el modelo ampliado puesto a prueba en las elecciones del 2000 y 2011 por no contar en los cuestionarios con la variable referida al voto retrospectivo.

dad de análisis crítico de su gestión todavía era reducida. En el resto de estudios del ciclo (salvo en 2004, donde otras variables de carácter contextual o referidas a acontecimientos políticos pudieron estar desempeñando un papel más relevante en la racionalización del voto), la variable referente a las expectativas se presenta estadísticamente significativa y con un peso que ayuda a explicar buena parte del comportamiento electoral. El peso más fuerte, comparativamente con el resto de estudios, se produce en el marco de las elecciones del año 2000, lo que también se plasma con el modelo ampliado puesto a prueba en dicho año electoral. Los resultados económicos en el ciclo 1996-2000 fueron ciertamente positivos, especialmente los referentes a la tasa de paro, y coincidiendo con el inicio de una fase expansiva de la economía que se plasmó en un incremento de las expectativas de la ciudadanía. La asociación de ese clima positivo a la gestión realizada por el Partido Popular fue determinante para que el impacto de las expectativas económicas sobre el voto tuviera lugar con la claridad con que se muestra en el análisis realizado. En este sentido, la hipótesis inicial se cumple a tenor de estos resultados. Si bien la evidencia aquí detectada confronta con algunos de los autores más relevantes de voto económico —a los cuales se alude en el capítulo teórico (Fiorina, 1978, 1981; Nannestad y Paldam, 1993; Lewis-Beck, 1988; Key, 1958, 1966)—, no es la primera vez que el análisis del voto económico arroja este resultado para el caso español. Así, Marta Fraile también evidencia la importancia del voto prospectivo en el comportamiento electoral de los españoles, precisamente para las elecciones del año 2000 (Fraile, 2002). O el estudio elaborado por Bosch y Riba (2005), en el que también se constata la influencia de las expectativas económicas sobre el voto en el ciclo 1985-1996.

Cabe destacar, respecto al papel que desempeñan las expectativas económicas en el voto, la dirección del efecto que presenta esta variable con la probabilidad de votar al partido en el Gobierno. Así, si bien en las elecciones generales del año 2000 la relación es positiva respecto al voto a los populares (a mejores expectativas económicas, mayor probabilidad de voto al partido en el Gobierno); en el caso del 2011 la relación es contraria al Gobierno (PSOE) y favorable al principal partido de la oposición (Partido Popular). Como se plantea en el capítulo IV, a colación de estos resultados, la explicación que se considera más consistente, también con la teoría, es que esta divergencia de impacto se deba a que las expectativas económicas se midieron, en la encuesta poselectoral del estudio del año 2011, una vez que ya se conocía el resultado electoral a favor de los populares. Por tanto, el elector estuvo condicionado por el conocimiento del resultado electoral a la hora de realizar un diagnóstico sobre las perspectivas económicas. En este sentido, resulta de interés señalar

que en el coeficiente que presenta la variable en el modelo puesto a prueba en el año 2010, el signo es favorable al partido en el Gobierno. Es decir, que a mejores expectativas económicas, mayor probabilidad de voto al oficialismo. La idea de que las percepciones sobre la economía están condicionadas por juicios políticos previos no es nueva. De este modo, cabe citar un extracto de las conclusiones a las que llegan Maravall y Przeworski (1999) en un estudio aplicado para el caso español y que cubre el periodo 1980-1995:

Nuestra evidencia sugiere que las reacciones políticas a la economía no suelen corresponderse siempre con la lógica del voto económico. Aunque las opiniones sobre la economía pueden haber producido reacciones políticas, estas opiniones también parecen haber sido el resultado de consideraciones políticas previas. Los votantes parecen haber decidido, por las razones que sean, apoyar al Gobierno o a la oposición, y después elegir los argumentos que sostienen su decisión. Por tanto, la relación causal según la cual las opiniones sobre la economía deciden el voto ha funcionado a menudo en sentido contrario. (p. 50)

Bajo esta lógica, que también parece corroborarse para los comicios seleccionados en este trabajo, el voto económico no sería tal, sino que sería una consecuencia de un juicio político previamente arraigado en la mente del elector, que en un esfuerzo por ser consistente con sus predisposiciones políticas modularía o adaptaría su percepción sobre el estado de la economía.

Otra posible explicación, no obstante, podría residir en que la relación entre expectativas económicas y voto esté asociada al contexto económico y al carácter competitivo de las elecciones. Es decir, si el escenario de la competición electoral resulta negativo para el Gobierno, y hay un partido que aglutine la idea de cambio, unas mejores expectativas económicas implicarían una mayor probabilidad de voto a dicho partido opositor. Sin embargo, se trata de una hipótesis que no puede comprobarse con la metodología desarrollada en este estudio y para este caso, donde además los indicios, sobre todo visto el modelo aplicado en 2010, donde el escenario de competición ya se presentaba complicado para los socialistas⁹⁵, apuntan a la primera de las alternativas de explicación mencionada.

95 En las estimaciones de voto realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas, el Partido Popular supera al PSOE desde julio de 2009, donde comienza con una diferencia de 1,9 puntos de distancia. En julio de 2010, en el estudio explotado en esta investigación, la distancia entre populares y socialistas asciende a 6,3 puntos.

La **segunda sub-hipótesis** con la que se trabajaba en esta investigación planteaba que un mayor nivel de seguimiento de la información política en los medios de comunicación tradicionales influye negativamente en el voto al partido en el Gobierno, especialmente en elecciones contextualizadas en una crisis económica. La fundamentación de esta hipótesis radicaba en que el tratamiento que realizan los medios de comunicación de la situación económica, con independencia del contexto económico, adquiere un tono más negativo que positivo (Aruguete, 2015), y por ende aquellos que realizan un mayor seguimiento informativo estarán más expuestos a informaciones negativas, lo que afectaría al proceso de racionalización de su voto. Este segundo planteamiento fue corroborado a partir del análisis que se realizó de las portadas de los dos principales periódicos nacionales en las semanas previas a las elecciones generales. El balance entre noticias positivas y negativas fue negativo en ambas elecciones, si bien el tratamiento en 2011 fue indiscutiblemente más negativo que en 2000 (en el año 2000 el balance total fue de -17 puntos –diferencia entre noticias positivas y noticias negativas– y en 2011 de -63 puntos). Visto que el tratamiento informativo de la economía era negativo, al menos para los dos periódicos analizados, se incluyó en el modelo puesto a prueba en 2000 y 2011 un índice de información política que combinaba el seguimiento en radio, televisión y prensa escrita. La variable resultó no ser estadísticamente significativa en los dos casos, tanto para el partido en el Gobierno como para el principal partido de la oposición, si bien sí presentó relación bivariada significativa a partir de las pruebas *t* para muestras independientes puestas a prueba entre el índice de seguimiento informativo y las variables dependientes de la ecuación de voto (voto al Gobierno en un caso, y voto a la oposición en otro).

Para que no se produzca la relación esperada podrían encontrarse dos motivos. El primero, la escasa diferencia de los niveles de seguimiento informativo entre votantes socialistas y populares; el segundo, podría residir en los efectos de la intermediación de otras variables en la capacidad explicativa de la variable, concretamente del papel que desempeña la educación, la ideología y la valoración de la política social.

En conclusión, esta hipótesis fue refutada con los datos relativos al modelo, si bien se considera que requiere una mayor atención en estudios futuros, que además permitan cuantificar su interrelación con otras variables. El uso de la técnica de ecuaciones estructurales podría valorarse para llegar a hallazgos a este respecto. En cualquier caso, también resulta de interés continuar trabajando en la construcción de un índice que permita medir

con solvencia el seguimiento de la información política, quizás en combinación con un índice sobre conocimiento político⁹⁶.

Posteriormente, se planteaba la **tercera sub-hipótesis** de que la influencia de los factores económicos en la probabilidad de votar al PP es mayor que en la probabilidad de votar al PSOE. Esta hipótesis obtiene su fundamento en el voto temático (*policy-oriented voting*), asumiendo que en la tradición temática socialista se hayan las políticas sociales asociadas al desarrollo del Estado del bienestar, en yuxtaposición a la tradición temática de los populares, arraigada a partir de su paso por el Gobierno en la etapa 1996-2000, coherente con la de sus socios europeos y asociada a la gestión económica.

Los resultados arrojados por el modelo aplicado en las dos elecciones fundamentales para este estudio apuntan a que el peso de las variables económicas fue superior cuando se estimaba el voto al PP, que cuando se realizaba para el PSOE. Lo mismo ocurre, aunque con menor contundencia estadística, cuando se analiza el peso de las dos variables económicas en el modelo aplicado al ciclo completo. Aunque se comenta más adelante, los hallazgos en esta sub-hipótesis se relacionan con una mayor importancia del voto social cuando se estima para el PSOE que cuando se hace para el PP, a la par de un mayor peso de los factores económicos en situaciones de bonanza que en situación de crisis económica. En definitiva, los análisis realizados apuntan en la dirección planteada en la hipótesis inicial, si bien existen limitaciones derivadas de los casos que no permiten afirmar con rotundidad que la corroboración de esta hipótesis no esté siendo afectada por otros factores.

La **cuarta sub-hipótesis** planteaba que la probabilidad de voto al partido en el Gobierno está condicionada por la valoración de la hipotética gestión que realizaría la oposición si estuviera gobernando, siendo mayor la probabilidad de voto al Gobierno cuanto peor se valore la hipotética gestión que realizaría la oposición en materia económica. Esta variable presentó una alta significatividad estadística en los modelos puestos a prueba en 2000 y

96 Dos estudios que abordan desde una perspectiva interesante el conocimiento político de los españoles son los elaborados por Ferrín y Fraile (2014) y Fraile (2016). Para una revisión más completa de la incorporación de la información y conocimiento político a los procesos de decisión del voto, resulta imprescindible referirse a Popkin (1991) y Anthony Downs (1957), como pioneros en la incorporación de los procesos heurísticos en la decisión electoral, así como las aportaciones de Markus y Zajonc (1985) donde evidencian la limitada capacidad de los electores para procesar la información necesaria para determinar el voto (en contraposición a lo que postula el modelo canónico).

2011, en la misma dirección planteada en la hipótesis. El peso de esta variable fue relevante para explicar el comportamiento electoral en ambas elecciones, pero con un efecto agregado distinto: el Partido Popular se presentó a las elecciones generales del año 2000 con una consolidada valoración positiva de su gestión económica, como consecuencia de los buenos resultados que presentaba la economía española, en buena medida condicionados por el impulso europeo. El Partido Socialista, por el contrario, se presentó a dicha elección con el recuerdo negativo de la gestión económica de la última época al frente del Gobierno, especialmente a partir de la crisis de 1992-1993. La valoración positiva de la gestión de los populares sobre la economía, unida a la mala reputación que arrastraban los socialistas en dicha materia, ocasionó que dicha variable fuera clave en la explicación del voto para dicha elección. En el caso de las elecciones generales del 2011 el escenario económico cambió por completo, aunque los actores políticos reforzarían los imaginarios creados en la sociedad española durante los noventa: el PSOE se ve desbordado por una situación económica que arrasa con la estructura de trabajo, complica la relación con los actores sociales, y condena a su ideario político y tradición temática como consecuencia de las políticas de ajuste ordenadas por la dirección europea. La modificación del artículo 135 de la Constitución Española, la congelación de las pensiones y el ajuste salarial a los empleados públicos, unido a la suspensión de otros derechos sociales, aboca a los socialistas a la necesidad de adelantar los comicios. Su reputación en materia de gestión económica queda dilapidada, y su baluarte en materia social dañado, dándose inicio a un incremento de la movilización y protesta social. Los populares, por su parte, continúan viviendo de la herencia de la gestión económica de José María Aznar, y rentabilizan notablemente esa reputación, como se explica en el capítulo IV. Por tanto, la variable sobre hipotética gestión de la oposición cumplió un papel destacable en la racionalización del voto en ambos procesos, si bien fue especialmente destacable en el caso de las elecciones generales del 2000, a favor del Partido Popular.

Como se desarrolla en el capítulo metodológico, la **quinta sub-hipótesis** de este trabajo se presenta como una adaptación al ámbito de la gestión de la política social, de la sub-hipótesis anteriormente comentada. Lo que se pretendía corroborar es la existencia de relación entre la valoración de la gestión de la política social y el voto en las elecciones generales del 2000 y 2011, considerando que el peso de la variable sería mayor al calcular la probabilidad de voto a los socialistas, que al estimarla para los populares. Además, se planteaba en una siguiente sub-hipótesis (**sexta hipótesis**), que el voto social (o el efecto de la gestión de la política social) sería mayor en contextos de crisis económica, como en el que

se enmarcan los comicios del año 2011, que en contextos de bonanza económica, como fueron los del año 2000. El planteamiento de esta hipótesis tiene su fundamentación, por un lado, en el hecho de que la gestión política aborda numerosas áreas más allá de la política económica, entre las que se destaca la política social, no sólo por su repercusión directa sobre el ciudadano en forma de políticas educativas, sanitarias, etc., sino también por ser un eje de las teorías sobre *policy-oriented voting*. También, porque tal y como se apuntaba en el planteamiento metodológico de la investigación, en España la política social ha sido empleada por el partido socialista como una herramienta de compensación al electorado (Maravall, 1999: 21). En la corroboración empírica consultada, la incorporación de esta variable a los modelos para el caso español ha presentado significatividad estadística sobre el voto. Para poner a prueba estas dos sub-hipótesis propuestas en esta investigación, se ha incorporado en el modelo de voto aplicado al año 2000 y 2011 un índice de gestión de la política social, que agrega la percepción sobre quién gestionaría mejor dichas políticas (contraponiendo al partido en el Gobierno con el principal partido de la oposición). Dicho índice se construye como una combinación simple de tres políticas públicas: la educación, la sanidad y la política de empleo.

Los resultados del análisis muestran que la política social tuvo un peso importante en el comportamiento electoral de los españoles, en las dos elecciones analizadas. La variable se presenta estadísticamente significativa para el Partido Socialista en ambos comicios (en la oposición en el año 2000 y en el Gobierno en 2011), con significativos coeficientes $\text{Exp}(B)$. Por otro lado, para el PP sólo se presenta estadísticamente significativa la variable en el año 2011 (en la oposición). En las elecciones del 2011, aunque el peso de la variable para el PSOE sigue siendo más importante que el que produce en el modelo para el PP, las diferencias se acortan considerablemente, hasta el punto de presentar el mismo diferencial en el cálculo de probabilidades extremas, tal y como se expone en el capítulo IV. La pérdida de importancia del voto social para los socialistas en 2011, frente al PP, ciertamente se ve afectada por la caída de credibilidad que sufre el PSOE para gestionar dicha política, tras las medidas de ajuste llevadas a cabo especialmente desde mediados de 2010 y que implican un fuerte recorte en materia social.

En definitiva, respecto a la sub-hipótesis número cinco, en efecto se corrobora el peso de la política social en el comportamiento electoral de los españoles, presentando una ma-

yor importancia, en términos estadísticos⁹⁷, en el voto al PSOE que al PP. En cuanto a los hallazgos para la hipótesis seis, los resultados muestran que la política social tuvo un efecto sobre el voto al partido en el Gobierno únicamente en el caso de las elecciones generales del 2011. En este sentido, los análisis realizados también confirman esta sexta sub-hipótesis planteada.

La séptima sub-hipótesis, última que se presentaba en esta investigación, planteaba la existencia de influencia entre la agenda mediática y la agenda pública, en lo que respecta a los asuntos económicos. Este planteamiento se enfrenta desde la perspectiva teórica a los autores que plantean que en las cuestiones económicas, al tratarse de asuntos experienciales del individuo, la teoría de la agenda *setting* no tiene gran efecto. Para corroborar esta última sub-hipótesis se llevó a cabo una estratégica clásica de análisis de agenda *setting* en la legislatura 2008-2011⁹⁸, si bien para establecer las correlaciones entre agendas se tuvo que incorporar, como consecuencia de la falta de variabilidad presentada por la agenda pública, estrategias analíticas ajenas al estudio de la agenda *setting*. El análisis realizado da cuenta de una alta coincidencia de rangos entre las dos agendas, con un porcentaje de coincidencia de los mismos del 75%, según la metodología de cálculo abordada. Del análisis de correlaciones Pearson se desprende que la relación entre agendas es más fuerte en términos estadísticos cuando se agrupan las dimensiones de la economía y cuando se refiere a cuestiones más alejadas de lo experiencial, como podrían ser las reformas económicas o asuntos generales del estado de la economía. En las cuestiones altamente experienciales, como puede ser el paro, la correlación fue prácticamente inexistente. La correlación Pearson más destacable que se presenta es entre la categoría “crisis” de la agenda mediática y “los problemas de índole económica” de la agenda pública (correlación 0,52). En definitiva, con los análisis desarrollados sí se observa cierta correlación del papel que ocupa la economía tanto en la agenda pública como en la agenda mediática durante el periodo de análisis abordado, si bien también queda probada la tradición teórica y empírica que asevera que los aspectos

97 Cabe mencionar, no obstante, que tanto en 2000 como en 2011 el Partido Popular está mejor valorado que el PSOE para gestionar la política social, si bien la gran diferencia de valoración reside en la política de desempleo, siendo la diferencia en las otras dos áreas muy escasa. Fuente: estudios electorales del CIS explotados.

98 Tal y como se indica en el capítulo metodológico, la inexistencia de un estudio sistemático de la agenda pública en la legislatura 1996-2000 impide realizar análisis de agenda *setting* en dicho marco temporal.

más experienciales de la realidad, como en este caso puede ser el desempleo, presentan baja o no presentan correlación alguna entre agendas. Por tanto, podría afirmarse, a la luz de los resultados que ofrece esta investigación, que la prensa escrita nacional (y como generalización, si asumimos como válidos los postulados teóricos al respecto, los medios de comunicación), desempeñaron un papel relevante en la percepción de los ciudadanos sobre la situación económica, especialmente en lo que se refiere a la construcción de la crisis económica como problema social, favoreciendo la generación de un clima de opinión colectivo que a su vez actuaría como refuerzo de las percepciones personales y afectaría, por ende, sobre el comportamiento electoral.

Otras conclusiones a destacar

Más allá del contraste de las hipótesis planteadas en esta memoria de tesis doctoral, la investigación realizada ofreció otros hallazgos que, aunque no fueron previstos, merecen ser destacados en este capítulo final de conclusiones. En este sentido, se hace referencia a tres conclusiones, consideradas de mayor interés para la investigación:

(1) **El papel de la ideología.** Los análisis del modelo aplicado a todo el ciclo 1996-2011 muestran que la ideología fue uno de los mejores prescriptores del comportamiento electoral de los españoles, destacando la relativa estabilidad del peso de la variable a lo largo del ciclo. No obstante lo anterior, se registra un descenso de su peso marginal desde la llegada de los socialistas al Gobierno. Aunque requeriría un análisis más exhaustivo de las causas de esa pérdida de capacidad explicativa, una posible respuesta podría hallarse en el progresivo acercamiento de la autoubicación ideológica entre los que no votaron al partido en el Gobierno y los que sí lo hicieron. O dicho de otro modo, a una disminución de la distancia entre la ubicación ideológica media del conjunto del electorado, y la ubicación ideológica media de los votantes del partido en el Gobierno, siendo la etapa socialista en la que menor distancia existe, lo que podría traducirse en que el PSOE era el partido político que más se parecía, en términos ideológicos, a la sociedad española. Los resultados, aun así, confirman algo que la corroboración empírica ya venía constatando en el caso español, y es que la ideología continúa siendo, pese a los nuevos factores que inciden sobre el voto, una variable clave para comprender el comportamiento electoral y político de los españoles. La ideología no sólo tiene un efecto directo, sino que además supone uno de los principales filtros o atajos de análisis que posee el elector para enfrentarse a los fenómenos políticos y sociales.

(2) **El papel de los liderazgos colegiados.** Junto al relevante papel que desempeñó la ideología en el comportamiento electoral de los españoles, en esta investigación también destacaron los hallazgos sobre el papel de liderazgo. El liderazgo al que se hace alusión no es un liderazgo individual, representado por los dirigentes políticos más destacados de las dos principales formaciones políticas del panorama político español, sino que se refiere al liderazgo en términos colegiados. En el modelo de voto aplicado para todo el ciclo electoral se midió el papel que desempeñó en el comportamiento electoral, el Gobierno y el principal partido de la oposición, medidos a partir de la valoración de su gestión. En este sentido, se buscaba conocer la influencia de la percepción global de la labor desempeñada por los partidos que encarnan la responsabilidad de gobierno y el liderato de la oposición, en lugar de centrarse en el papel de las cualidades del líder, cuyo efecto ha sido suficientemente contrastado en el caso de estudio (Rico, 2009). Los resultados obtenidos muestran que la valoración sobre la gestión del Gobierno fue capital en el proceso de decisión del voto. Si se hace referencia a las diferencias de probabilidades de voto al partido en el Gobierno en las categorías extremas, la variable se presentó como la más relevante desde 2004 hasta 2010, siendo la segunda en importancia en el ciclo 1998-2004, por detrás de la ideología. Por otro lado, si se hace referencia exclusivamente a los valores (B) de los modelos, se concluye que la variable presenta los valores más elevados, lo que se traduce en que fue la variable que más peso aportó al modelo de voto. La valoración de la oposición, no obstante, no desempeñó un papel especialmente relevante como prescriptora del voto al Gobierno, si bien en los modelos estimados para la oposición se desempeñó de nuevo con alto impacto.

(3) **El papel de la prensa escrita nacional.** En el proceso de contraste de la hipótesis de trabajo número siete, relativa al análisis de agenda *setting* en la legislatura 2008-2011, y tras verificar la existencia de determinadas correlaciones entre agenda pública y mediática para los asuntos económicos, se realizó un análisis de portadas de periódicos en los meses previos a las elecciones objeto de este trabajo: las elecciones de los años 2000 y 2011. El objetivo era tratar de determinar, por un lado, la importancia de la temática económica en ambos contextos y, por otro, tratar de definir qué tipo de clima de opinión (favorable o desfavorable sobre la situación económica) posibilitó cada medio analizado. La recolección de datos se realizó a partir de la técnica de análisis de contenido, siguiendo un libro de códigos que no sólo incluía variables objetivas sobre la temática de la noticia, sino que además hacía referencia a una variable interpretativa relativa al tono que recogía el titular, distinguiendo

entre tono positivo (posibilitaba una imagen positiva de la realidad económica), negativa (contraria a la anterior), o neutra (no se podía determinar un tono concreto).

Desde una perspectiva global, para ambos medios y en el periodo analizado, las temáticas que con mayor frecuencia se abordaron en las portadas hacían referencia a la economía (18%), terrorismo (13%) y corrupción y fraude (7%). Cuando se observa la evolución de las temáticas en las que se puso el foco mediático en el año 2011 respecto al año 2000, se observa alguna diferencia significativa entre ambos medios, pues El País incrementó en 14,1 puntos las noticias referentes a economía, frente al escaso incremento de 8,1 puntos de crecimiento que experimentó esta temática en el diario, El Mundo. En definitiva, este primer acercamiento cuantitativo del tratamiento mediático daba cuenta de que El País había prestado una mayor atención a la economía que El Mundo, en el marco de un contexto determinado por la crisis económica, principal tema del debate político y electoral. En cuanto a las temáticas económicas concretas que se cubrieron en ambos periódicos, no se registraron grandes diferencias entre los medios de comunicación analizados. En este sentido, cabe destacar que en torno al 70% de las noticias sobre economía en 2011 se referían a la crisis económica, sea desde una perspectiva positiva o negativa. Lo más interesante del análisis realizado que, como se expone en el capítulo V, debe leerse con la prudencia que la perspectiva cualitativa y el carácter claramente exploratorio que este análisis requiere, se refiere al tono abordado por los titulares de las noticias. Contrariamente a lo que cabría esperar si se atiende a las líneas editoriales de ambos periódicos⁹⁹, el análisis realizado apunta a que el diario El País pudo presentar un balance económico más positivo que El Mundo en el año 2000, y más negativo en el año 2011. Dicho de otro modo, este análisis primario hace plantear la hipótesis de que los dos grandes medios de comunicación, especialmente El País, podrían haber posibilitado a partir de la priorización de noticias en sus portadas, la creación de un clima de opinión en materia económica contrario a lo que la identificación ideológica de sus líneas editoriales haría esperar. Estos posibles efectos sobre la percepción del clima económico adquieren una notable importancia, más aún si asumimos que los medios de comunicación desempeñan un papel relevante sobre las actitudes, pues “los atributos y la valencia que predominan en las coberturas noticiosas [...] influyen en cómo

99 En el capítulo V se hace referencia a las características ideológicas de los lectores de ambos periódicos, así como a las relaciones entre dichas direcciones y los principales líderes de las dos formaciones políticas nacionales.

pensar y juzgar determinadas situaciones, temas o figuras públicas” (Aruguete, 2015: 151), así como sobre las conductas, dado que “los cambios la relevancia de objetos y atributos en una agenda terminan repercutiendo en la conducta de la gente” (Ibíd.,152).

1.1. Conclusiones generales sobre la hipótesis principal

Es importante recordar que este trabajo perseguía poner a prueba la hipótesis principal de la asimetría del voto, con objeto de aportar una mayor evidencia empírica de esta cuestión para los procesos electorales analizados. Como se indica en el capítulo metodológico, esta teoría fue refutada para el caso español por Marta Fraile (2005), reportando resultados que evidenciaban un mayor peso de los factores económicos en el voto para las elecciones del año 2000 que para las del año 1996. Tal y como se argumentaba, la complejidad de las condiciones políticas y sociales del contexto en el que se desarrollan las elecciones de 1996 pudieron estar afectando a dicho análisis, pues la economía no se presentaba como el factor fundamental de la discusión política, sino que la caída de reputación del Presidente del Gobierno socialista, condicionada por escándalos asociados a su Gobierno, pudieron estar afectando al estudio del fenómeno. Por esta cuestión, se consideraba que las elecciones del 2011 suponían un escenario idóneo para volver a poner a prueba esta teoría para el caso español. Sin embargo, contrariamente a los resultados esperados, el análisis aquí realizado vuelve a evidenciar un mayor peso de las variables económicas en el caso del año 2000 que en el año 2011, cuando el modelo se estima para el partido en el Gobierno. Así ocurre en las tres variables de contenido económico que se han medido. Resulta difícil teorizar sobre las causas de este rendimiento contrario a la teoría de la asimetría del voto para el caso español, si bien una posible explicación se halle en la importancia que adquiere el propio contexto económico en la forma de relacionarse los individuos con la situación económica, así como la mediación de otros aspectos contextuales.

Respecto al efecto del contexto económico, tal y como sostienen las bases teóricas del voto económico, cuando la situación económica es negativa, los electores castigan al partido en el Gobierno como consecuencia de su gestión (Key, 1966). Ahora bien, en situaciones en las que la economía no adquiere un lugar privilegiado de confrontación en la arena política, ni es causa de preocupación social, los juicios que se hacen sobre la economía son meras racionalizaciones de predisposiciones políticas previas. Ésta es precisamente una de las principales críticas que se realiza a las teorías del voto económico: la posibilidad de que

las evaluaciones sobre la economía sean racionalizaciones *ex post* de un comportamiento ya definido con anterioridad por factores más anclados como la ideología o la afinidad partidista. Por tanto, las conclusiones que aquí se presentan vienen a apoyar las tesis postuladas por Marta Fraile (2005) y Maravall y Przeworski (1999). Por último, en lo que se refiere a otras variables del contexto y sus efectos sobre las elecciones de estudio seleccionadas, podría ocurrir que el buen rendimiento que obtienen las variables económicas sobre el voto al Gobierno en las elecciones del 2000 no sea en exclusiva fruto de un premio al ejecutivo de Aznar, sino que dichas valoraciones estén condicionadas por la delicada situación reputacional en la que se encontraban los socialistas¹⁰⁰, tras una salida del Gobierno en 1996 enmarcada en el escándalo. Dicha salida podría haber acarreado el desalineamiento de buena parte del electorado socialista con la organización política, fruto de una creciente desafección hacia la misma.

2. Debilidades del trabajo y futuras líneas de investigación

A lo largo de este trabajo se han ido exponiendo las distintas limitaciones encontradas en el desarrollo de la investigación. Estas limitaciones tienen consecuencias no sólo analíticas, sino también sobre el alcance de algunos de los resultados y su capacidad de inferencia. Buena parte de las limitaciones que se han ido anunciando tienen su origen en el encorsetamiento derivado de la explotación de datos de carácter secundario, en cuyo proceso de definición de objetivos y su correspondiente operacionalización conceptual fue imposible participar. La consecuencia inmediata de esta cuestión ha sido la necesidad de medir algunas variables útiles para la investigación de una forma necesariamente constreñida, adaptada a la disponibilidad de categorías de análisis inicialmente previstas, y huyendo de grandes construcciones estadísticas que se alejaran de lo realmente medido con el instrumento. Aunque en la práctica totalidad de variables se ha llevado a cabo un proceso de recodificación con objeto de adaptar las categorías iniciales a las necesidades propias del análisis estadístico y a la variable teórica que se perseguía medir, lo cierto es que en algunos casos, como por ejemplo ocurre con “el nivel de seguimiento informativo” o “la valoración de la política social”, las características de la medición real han desvirtuado el objeto teórico que justifica la inclusión de dichas variables en los modelos. Además, también se

100 Esta hipótesis sería consistente con la alta importancia estadística que adquiere en el modelo de voto del 2000 la hipotética gestión de la economía por parte de la oposición.

han detectado algunos problemas derivados de la ruptura del carácter estandarizado en los cuestionarios del Centro de Investigaciones Sociológicas, no solamente modificando la formulación concreta de la pregunta en diversos estudios, afectando a la comparabilidad de resultados, sino también modificando la posición de una pregunta en las olas de una investigación con estructura panel. Todas estas limitaciones tienen implicaciones a la hora de generar iteraciones entre variables en el seno del modelo estadístico, aunque dichos efectos se han tratado de reducir siguiendo estrategias de recodificación o combinación de variables que incurrieran en pocas pérdidas de casos y que no rompieran con la lógica de las preguntas iniciales y su interpretación.

Más allá de estas limitaciones, que tienen su origen en cuestiones técnicas y su repercusión en el ámbito teórico, otra de las debilidades de esta investigación nace del carácter mayoritariamente cuantitativo de la metodología abordada. Comprender un fenómeno tan complejo como es el comportamiento electoral de los individuos a partir de estrategias estrictamente cuantitativas implica limitar la comprensión del objeto de estudio, pues no permiten profundizar en los procesos de decisión que llevan a un individuo a tomar una decisión electoral u otra. Más aún en una investigación que, como esta, trata de superar el carácter estructural del comportamiento, e incluye como prescriptores cuestiones que afectan a la forma de interpretar y relacionarse a los individuos con el contexto. En este sentido, procede señalar el interés que adquiere para investigaciones futuras abordar el estudio del comportamiento electoral con estrategias de triangulación, incorporando diferentes enfoques metodológicos que permitan obtener una visión holística del fenómeno estudiado. La combinación de técnicas cuantitativas con técnicas cualitativas adquiere especial interés cuando se trata de comprender procesos de decisión en los que intervienen y se correlacionan una pluralidad tan amplia de variables como en este caso. Así, hubiera adquirido un interés especial analizar grupos de discusión y entrevistas realizadas en el contexto estudiado, que permitiese comprender los discursos de los electores sobre la crisis económica y la valoración del papel de las élites en su gestión, así como detectar otras posibles pautas de comportamiento que pudieran complementar las explicaciones aquí obtenidas. En consecuencia, la coexistencia de una multiplicidad de factores recomienda la combinación de técnicas analíticas para su mejor abordaje, también para la comprensión de las interrelaciones que se producen entre dichos factores. A este respecto, también convendría en investigaciones futuras incluir técnicas de análisis estadístico que permitan comprender las relaciones no sólo de una serie de variables independientes y de control

respecto a una variable dependiente, sino también la relación que se establece entre dichas variables, como puede ser el uso de ecuaciones estructurales, por ejemplo.

Más allá de las posibles mejoras en el enfoque metodológico del estudio a partir de la combinación de técnicas de análisis, los hallazgos obtenidos en esta investigación alientan el interés sobre diferentes líneas de investigación. Así, una de las principales aportaciones que ofrece esta investigación radica en la combinación del análisis individual del voto con la comprensión del papel que desempeñan los medios de comunicación en la construcción de climas de opinión, cuestión que requeriría construcciones teóricas y abordajes metodológicos más complejos para alcanzar evidencias más robustas. Del mismo modo, conviene continuar trabajando en la operacionalización del voto social y su interacción con el voto económico, si bien resultaría necesario poder intervenir en la definición del cuestionario de las encuestas a explotar, para poder medir dicha variable con arreglo a la formulación teórica definida. Otra futura línea de investigación la constituye la puesta a prueba de análisis similares en arenas diferenciales, pues continúan siendo escasos los estudios de comportamiento electoral, en general, y de voto económico, en particular, desde una perspectiva multinivel.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bibliografía

- Alonso, S., Volkens, A. y Gómez, B. (2012). *Análisis de contenido de textos políticos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Anderson, C. (1995). *Blaming the Government: Citizens and the Economy in Five European Democracies*. New York: M.E. Sharpe.
- Andreu, J. (2008). Establecimiento de la agenda: un análisis longitudinal sobre la influencia de la prensa en los barómetros del CIS. *Metodología de Encuestas*, 10, 93-113.
- Anduiza, E. y Oñate, P. (2002). Los efectos de la campaña sobre los electores. En I. Crespo, *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto: las elecciones generales de 2000 en España* (Vol.2. 395-439). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Anduiza, E. y Bosch, A. (2007). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Ariel.
- Anduiza, E., Crespo, I. y Méndez, M. (2009). *Metodología de la ciencia política*. Madrid: CIS.
- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda* (1st ed.). Buenos Aires: Biblios.
- Balcells-Ventura, L. (2003) “Elecciones y Accountability Económica de los Gobiernos: un Estudio Transnacional del voto al Incumbent en la Unión Europea. Paper presentado en el VI Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración. Barcelona 18, 19 y 20 de Septiembre.
- Barreiro, B. y Sánchez-Cuenca, I. (1998). Análisis del cambio de voto hacia el PSOE en las elecciones de 1993. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 82, 191-211.
- Bartolini, S. y Mair, P. (1990). *La identidad, competencia y disponibilidad Electoral. La estabilización de los electorados europeos, 1885-1985*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bartolini, S., Cotta, M., Morlino, L., Panebianco, A. y Pasquino, G. (1998). *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza editorial.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P., y Macphee, W. (1954). *Voting. A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berlanga, V. y Vilà, R. (2014). Cómo obtener un Modelo de Regresión Logística Binaria con SPSS. *Revista d’Innovació i Recerca en Educació*, 7(2), 105-118.

- Bobbio, N. y Matteucci, N. (1981). *Diccionario de política*. México: Siglo XXI.
- Boix, C. y Riba, C. (2000). Las bases sociales y políticas de la abstención en las elecciones generales españolas: recursos individuales, movilización estratégica e instituciones electorales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 90, 95-128.
- Bosch, A., Díaz, A. y Riba, C. (1999). Las funciones de popularidad: Estado de la cuestión y principales debates. *Reis*, (85), 171-197.
- Bosch, A. y Riba, C. (2005). Coyuntura económica y voto en España, 1985-1996. *Papers*, 75, 117-140.
- Bourdieu, P. (1987). What Makes a Social Class? On The Theoretical and Practical Existence Of Groups. *Berkeley Journal Of Sociology*, 32, 1-17.
- Bouza, F. (2012). Las metodologías de Agenda en el estudio de la Opinión Pública como base de la Comunicación Política. *Redmarka*, 8, 41-54.
- Budge, I. (1982). Electoral volatility: Issue effects and basic change in 23 post-war democracies. *Electoral Studies*, 1(2), 147-168.
- Calvo, K. y Montero, J. (2002). Cuando ser conservador ya no es un problema: religiosidad, ideología y voto en las elecciones generales del 2000. *Revista Española De Ciencia Política*, 6, 17-56.
- Campbell, A., Converse, P., Millar, W. y Stokes, D. (1960). *The American Voter*. Nueva York: Wiley.
- Campillo, A. (2015). Desafección política. *Diccionario enciclopédico de comunicación política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Canel, M., Llamas, J., y Rey, F. (1996). El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los “problemas más importantes” de la ciudad de Pamplona. *Communication&Society*, 9(1 y 2), 17-37.
- Canel, M. (2008). La popularidad de los gobiernos. Análisis teórico y empírico de las percepciones de los españoles (1992-2006). En M. Gurrionero y M. J. Canel, *Estudios de comunicación política* (pp. 151-176). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Canel, M. (2009). El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles. *Análisis*, 38, 219-236.
- Cannon, W. (1915). *Bodily changes in pain, hunger, fear and rage: An account of recent researches into the function of emotional excitement*. New York: Appleton.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2011). *El discurso de los españoles sobre la relación entre economía y política*. Estudio 2.865. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Coleman, J. (1982). Introduction. En P. Kendall, *The varied sociology of Paul F. Lazarsfeld*. New York: University of Columbia Press.
- Colomer, J. (1991). *El utilitarismo: una teoría de decisión racional*. Barcelona: Montesinos.
- Converse, P. (1964). The nature of belief systems in mass publics. En D. Apter, *Ideology and Discontent*. Nueva York: Free Press.
- Cordero, G. (2014). La activación del voto religioso en España (1979-2011). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 147, 3-20.
- Cortes Generales (2010). *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados. IX Legislatura. Sesión plenaria núm. 153*. Madrid, p.44.
- Crespo, I. (2002). *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto*. Valencia: Tirant lo Blanch. Vol 1.
- Crespo, I., Garrido, A., Carletta, I. y Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña*. Buenos Aires: Biblios.
- Crespo, I. y Mora, A. (2016). Los efectos del liderazgo en el comportamiento electoral en las elecciones de 2011 en España. La importancia de los atributos. *Elecciones*, 14(15), 146-170.
- Dalton, R. (1984). Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies. *The Journal of Politics*, 46(1), 264-284.
- Del Castillo, P. (1990). Aproximación al estudio de la identificación partidista en España. *Revista de Estudios Políticos*, 70(125-141).
- Diz, I., Lois, M. y Novo, A. (2000). *Ciencia política contemporánea* (1st ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Dorantes, G. (2008). Opinión pública, medios y construcción de la agenda política. *Revista Mexicana De Opinión Pública*, 4, 43-72.
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: the issue-attention cycle. *The Public Interest*, 28, 38-50.
- Downs, A. (1973). *Teoría económica de la democracia*. Madrid: Aguilar.
- Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43(3): 51-58.
- Espuelas, S. (2013). *La evolución del gasto social público en España, 1850-2005*. Estudios de Historia Económica Nº 63. Madrid: Banco de España.

- Ferrín, M. y Fraile, M. (2014). La medición del conocimiento político en España: problemas y consecuencias para el caso de las diferencias de género. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (247), 53-72.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, Ill. [u.a.]: Row, Peterson.
- Fiorina, M. (1981). *Retrospective Voting in American nacional Elections*. New Haven: Yale University Press.
- Fraile, M. (2002). El voto económico en las elecciones de 1996 y 2000: una comparación. *Revista Española de Ciencia Política*, 6, 129-151.
- Fraile, M. (2005). *Cuando la economía entra en las urnas. El voto económico en España (1979-1996)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Fraile, M. (2006). *Cuánto saben los ciudadanos de política*. Madrid: Fundación Alternativas. Recuperado de http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/laboratorio_documentos_archivos/xmlimport-GhIdFt.pdf
- Fraile, M. y Lewis-Beck, M. (2014). ¡Es la economía y es la Austeridad estúpido! Las consecuencias electorales de las políticas de recesión en las elecciones de 2011. En E. Anduiza, A. Bosch, L. Orriols y G. Rico, *Elecciones generales 2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- González, J. (1996). Clases, ciudadanos y clases de ciudadanos. El ciclo electoral del pos-socialismo (1986-94). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 74, 45-76.
- González, J. y Bouza, F. (2009). *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid: Catarata.
- Goodhart, C. y Bhansali, R. (1970). Political Economy. *Political Studies*, 18(1), 43-106.
- Gramacho, W. (2006). Partidos Políticos versus Voto Económico. Un primer análisis comparado. Avance de Investigación. Universidad de Salamanca.
- Green, D. y Shapiro, I. (1994). *Pathologies of rational choice theory*. New Haven: Yale University Press.
- Gunther, R. y Montero, J. (1995). Los anclajes del partidismo un análisis comparado del comportamiento electoral en cuatro democracias del sur de Europa. En P. Del Castillo, *Comportamiento político y electoral* (pp. 467-548). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hall, P. (1993). *El gobierno de la economía: implicaciones políticas de la intervención estatal en la economía en Gran Bretaña y Francia*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

- Hester, J. y Gibson, R. (2003). The Economy and Second-Level Agenda Setting: A Time-Series Analysis of Economic News and Public Opinion about the Economy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80 (1), 73-90.
- Humanes, M. (2013). *Agenda setting y temas de campaña en las elecciones generales de 2008 en España*. Ponencia, X Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política.
- Inglehart, R. (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas* (1st ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Iyengar, S. y Kinder, D. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion (American Politics and Political Economy Series)*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jaime, A. (2000). Familia y socialización política. Las transmisiones de orientaciones políticas en el seno de la familia española. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 92, 71-92.
- Jaime, A. (2007). Atribución de la responsabilidad y voto económico. El caso de España. *El Trimestre Económico*, 74(294), 379-413.
- Justel, M. (1992). Edad y cultura política. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 58, 57-96.
- Key, V. O. (1949). *Southern politics in State and Nation*. New York: A. A. Knopf.
- Key, V. O. (1964). *Politics, parties and pressure groups*. New York: Crowell.
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*. Cambridge: Harvard University Press.
- Key, V. O. y Munger, F. (2016). Social Determinism and Electoral Decision: The Case of Indiana. En E. Burdick y A. Brodbeck, *American Voting Behavior* (1st ed., pp. 281-299). Glencoe: Free Press.
- Kiewiet, D. (1981). Policy-Oriented Voting in Response to Economic Issues. *The American Political Science Review*, 75(2), 448-459.
- Kiewiet, D. (2000). Economic retrospective voting and incentives for policymaking. *Electoral Studies*, 19(2-3), 427-444.
- Kinder, D. y Kiewiet, D. (1979). Sociotropic Politics: The American Case. *British Journal of Political Science*, 11(02), 129-161.

- Kiousis, S. (2004). Explicating media salience: a factor analysis of New York Times issue coverage during the 2000 U. S. presidential election. *Journal of Communication*, 54(1), 71-87.
- Kirchheimer, O. (1966). The Transformation of the Western European Party System. En J. LaPalombara y M. Weiner, *Political Parties and Political Development*. Princeton: Princeton University Press.
- Klapper, J. (1960). *The effects of mass communication*. Nueva York: Free Press.
- Kramer, G. (1971). Short-Term Fluctuations in U.S. Voting Behavior, 1896-1964. *American Political Science Review*, 65(01), 131-143.
- Krippendorff, K. (2002). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lago, I. (2005). *El voto estratégico en las elecciones generales en España (1977-2000) Efectos y mecanismos causales en la explicación del comportamiento electoral*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Lago, I. y Lago, S. (2011). Descentralización y voto económico en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 136, 111-126.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante* (1st ed.). Madrid: Editorial Complutense.
- Lasswell, H. (2016). The structure and function of communication in society. En L. Bryson, *The communication of idea*. New York: Institute for Religious and Social Studies.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., y Gaudet, H. (1962). *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral* (1st ed.). Buenos Aires: Paidós.
- Lewis-Beck, M. (1988). *Economics and elections. The Major Western Democracies*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, M. y Paldam, M. (2000). Economic voting: an introduction. *Electoral Studies*, 19(2-3), 113-121.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Lipset, S. (1987). *El hombre político: las bases sociales de la política*. Madrid: Tecnos.
- Lipset, S. y Rokkan, S. (1967). *Party systems and voter alignments: cross-national perspectives*. New York: Free Press.
- Llera, F. (1989). Continuidad y cambio en la política vasca: Notas sobre identidades sociales y cultura política. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 47, 107-135.
- Lozano, J. (2002). La decisión del elector: partidismo, racionalidad-economía y estructura social. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (98), 139-169.

- Lupia, A., McCubbins M. D. y Popkin S. L. (2000). *Elements of Reason: Cognition, Choice, and the Bounds of Rationality*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Lupia, A. y McCubbins, M.D. (2000). Computational Experiments in Electoral Behavior. En M. Lodge y K. M. McGraw, *Political Judgment. Structure and Process*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Manza, J., Hout, M. y Brooks, C. (1995). Class Voting in Capitalist Democracies Since World War II: Dealignment, Realignment, or Trendless Fluctuation. *Annual Review Of Sociology*, 21(1), 137-162.
- Maravall, J. (1997). *Regimes, politics, and markets*. Oxford: Oxford University Press.
- Maravall, J. y Przeworski, A. (1999). Reacciones políticas a la economía. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 87, 11-52.
- Maravall, J. y Fraile, M. (2000). Desempleo y política. *Revista Española de Ciencia Política*, 1(2), 7-42.
- Markus, H. y Zajonc, R. (1985). The Cognitive Perspective in Social Psychology. En G. Lindzey y E. Aronson, *Handbook of Social Psychology*. New York: Radom House.
- Martínez, A. (2006). *Representación y calidad de la democracia en España*. 1st ed. Madrid: Tecnos.
- Martínez, V., Juanatey, Ó. y Costa, C. (2012). “Agenda setting” y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 18(1), 147-156.
- Mayhew, D. (1974). *Congress: The Electoral Connection*. New Haven: Yale University Press.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos explorando una nueva dimensión de la “agenda setting”. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Montero, J., Calvo, K., y Martínez, Á. (2008). El voto religioso en España y Portugal. *Revista Internacional de Sociología*, LXVI (51), 19-54.
- Mora, A. (2015). Comportamiento político y electoral. *Diccionario enciclopédico de comunicación política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Moreno, C. (2015). Desalineamiento. *Diccionario enciclopédico de comunicación política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

- Moreno, C. y Mora, A. (2015). Los efectos de la ideología en el comportamiento electoral de los españoles. En A. Martínez y F. Villaplana, *La influencia de la ideología en las campañas electorales. El caso de España*. (pp. 15-46). Madrid: Fragua.
- Mueller, J. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*, 64(01), 18-34.
- Nannestad, P. y Paldam, M. (1995). It's the government's fault! A cross-section study of economic voting in Denmark, 1990/93. *European Journal Of Political Research*, 28(1), 33-62.
- Navarro, V. (2012). ¿Por qué y cómo surgió el 15-M? *ATTAC España*. Recuperado de: <http://www.attac.es/2012/05/12/%C2%BFpor-que-y-como-surgio-el-15-m/>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, (24), 43-54.
- Noelle-Neumann, E. (1978). El doble clima de opinión la influencia de la televisión en una campaña electoral. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (4), 67-101.
- Nohlen, D. (2015). *Gramática de los sistemas electorales* (1st ed.). Madrid: Tecnos.
- Norris, P. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O'Donnell, G. (1998). Horizontal Accountability in New Democracies. *Journal of Democracy*, 9(3), 112-126.
- Ortega, C. y Montabes, J. (2011). Identificación partidista y voto: las elecciones autonómicas en Andalucía (2004-2008). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 134, 27-54.
- Ortega, C. y Trujillo, J. (2015). Un estudio ecológico del voto socialista en el medio rural-urbano andaluz, 1999-2012. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 152, 143-166.
- Ortiz, P., Millán, A. y García, J. (2015). El discurso ideológico en los medios de comunicación. En A. Martínez y F. Villaplana, *La influencia de la ideología en las campañas electorales. El caso de España*. (pp. 137-162). Madrid.: Fragua.
- Palau, A. y Davesa, F. (2013). El impacto de la cobertura mediática de la corrupción en la opinión pública española. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 144, 97-126.
- Paldam, M. y Nannestad, P. (2000). What do voters know about the economy? *Electoral Studies*, 19(2-3), 363-391.
- Pando, V. y San Martín, R. (2004). Regresión logística multinomial. *Cuadernos Sociedad Española de Ciencias Forestales*, 18, 323-327.

- Paramio, L. (2000). Clase y voto: intereses, identidades y preferencias. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 90, 79-93.
- Petrone, F. (2009). *Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y abordajes posibles*. Ponencia, V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Pitkin, H. (1967). *The Concept of Representation*. Berkeley: Univ. of California Press.
- Poguntke, T. y Webb, P. (2005). *The Presidentialization of Politics: A Comparative Study of Modern Democracies* (1st ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Popkin, S. (1991). *The reasoning voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Powell, G. y Whitten, G. (1993). A Cross-National Analysis of Economic Voting: Taking Account of the Political Context. *American Journal of Political Science*, 37(2), 391-414.
- Przeworski, A. (1998). Democracia y representación. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 10, 7-31.
- Rico, G. (2009). *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Riker, W. y Ordeshook, P. (1968). A Theory of the Calculus of Voting. *The American Political Science Review*, 62(01), 25-42.
- Riker, W. y Ordeshook, P. (1973). *An Introduction to Positive Political Theory*. Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Riva, C. y Pedró-Solanet, A. (1995). *Strategic Behaviour in Proportional Electoral Systems: The Case of Spain*. Presentado en la 1995 ECPR Joint Session of Workshops, Burdeos.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Rospir, J. (2004). Lazarsfeld in memoriam. The people's choice y voting cumplen sesenta y cincuenta años. *Doxa Comunicación*, 2, 27-40.
- Rourke, L., Anderson, T., Garrison, D. y Archer, W. (2001). Methodological issues in the content analysis of computer conference transcripts. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 12, 8-22.
- Ruiz, M. (2007). *La imagen de los partidos políticos. El comportamiento electoral en España durante las Elecciones Generales de 1993 y 1996*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Sánchez-Cuenca, I. y Barreiro, B. (2000). *Los efectos de la acción de gobierno en el voto durante la etapa socialista (1982-1996)*. Opiniones y actitudes; 29. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Sanders, D., Ward, H., Marsh, D. y Fletcher, T. (1987). Government Popularity and the Falklands War: A Reassessment. *British Journal Of Political Science*, 17(03), 281-313.
- Santa, A. (2014). *La decisión de votar. Homo economicus versus homo sociológicus*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Sartori, G. (1980). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza editorial.
- Sartori, G. (1992). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza.
- Schumpeter, J. (1984). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Ediciones Folio.
- Schwartz, T. (1987). Your vote counts on account of the way it is counted: An institutional solution to the paradox of not voting. *Public Choice*, 54(2), 101-121.
- Torcal, M. (2011). El significado y el contenido del Centro Ideológico en España. Madrid: Fundación Alternativas.
- Torcal, M. y Medina, L. (2002). Ideología y voto en España 1979-2000: los procesos de reconstrucción racional de la identificación ideológica. *Revista Española de Ciencia Política*, 6, 57-96.
- Torres Gordillo, J. y Perera Rodríguez, V. (2009). Cálculo de la fiabilidad y concordancia entre codificadores de un sistema de categorías para el estudio del foro online. *Revista de Investigación Educativa*, 27(1), 89-103.
- Varona, D. y Gabarrón, N. (2015). El tratamiento mediático de la violencia de género en España (2000- 2012): agenda setting y agenda building. *Indret Revista para el Derecho*, 2, 1-50. Recuperado de <http://www.indret.com/pdf/1123.pdf>
- Wattenberg, M. (1991). *The rise of candidate-centered politics* (1st ed.). Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Zucker, H. (1978). The variable nature of news media influence. En B. D. Ruben, *In Communication Yearbook* (pp. 225-240). New Brunswick: NJ TransAction.

2. Archivos de datos empleados

Preelectoral Elecciones Generales 2000. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Postelectoral Elecciones Generales 2000. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Preelectoral Elecciones Generales 2011. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Postelectoral Elecciones Generales 2011. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 1998. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2000. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2002. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2004. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2006. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2008. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Barómetro julio 2010. [Archivo de datos]. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

3. Referencias en medios de comunicación

Casqueiro, J. (1996). Aznar y sus amigos, en Carabaña. *El País*. [online] Disponible en: http://elpais.com/diario/1996/04/07/espana/828828002_850215.html [Consultado el 8 Julio. 2016].

Cuartango, P. (2009). Nada será igual entre el PSOE y Prisa. *El Mundo*. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/09/20/consejoeditorial/1253441426.html> [Consultado el 8 de Julio. 2016].

El Mundo, E. (2014). Las manifestaciones más multitudinarias en España. *El Mundo*. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/03/13/espana/1079142574.html> [Consultado el 4 Julio. 2015].

El País, (2009). En la pendiente. [online] Disponible en: http://elpais.com/elpais/2009/09/16/opinion/1253090339_850215.html [Consultado el 19 de Agosto. 2016].

- El País, (2011). Zapatero debe dimitir como secretario general del PSOE. [online] Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2011/11/21/actualidad/1321837670_085570.html [Consultado el 8 Agosto. 2016].
- Olmo, J. (2014). Pedro Jota, el hombre que nunca se conformó con ser sólo periodista. *InfoLibre*. [online] Disponible en: http://www.infolibre.es/noticias/medios/2014/01/30/pedro_jota_hombre_que_nunca_conformo_con_ser_solo_periodista_12961_1027.html [Consultado el 19 Agosto. 2016].
- Pedro J. Ramírez despedido por Juan Tomás de Salas tras una editorial llamando “Capullo” al Ministro Semprún. (n.d.). [Blog] *La hemeroteca del Buitre*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/pedro-j-ramirez-despedido-diario16-por-juan-tomas-de-salas-tras-un-editorial-llamando-capullo-al-ministro-semprun-alfonso/> [Consultado el 12 de Agosto. 2016].
- Pérez, J. y Garrido, Ó. (2007). Crece el nerviosismo en Prisa: Zapatero, dispuesto a consolidar La Sexta como grupo mediático alternativo. *El Confidencial*. [online] Disponible en: http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2007-02-09/crece-el-nerviosismo-en-prisa-zapatero-dispuesto-a-consolidar-la-sexta-como-grupo-mediatico-alternativo_513684/ [Consultado el 22 de Agosto. 2016].
- República, (2011). ‘El País’: “¡Váyase Zapatero!”. [online] Disponible en: <http://www.republica.com/las-pesquisas-de-marcello/2011/11/21/el-pais-vayase-zapatero/> [Consultado el 8 Agosto. 2016].
- RTVE.es. (2011). *Más de seis millones de españoles han participado en el Movimiento 15M - RTVE.es*. [online] Accesible en: <http://www.rtve.es/noticias/20110806/mas-seis-millones-espanoles-han-participado-movimiento-15m/452598.shtml> [Consultado 29 Febrero. 2016].
- Serrano, P. (2014). Lo que no se cuenta de Pedro J. Ramírez y “El Mundo”. *Público*. [online] Disponible en: <http://www.publico.es/actualidad/no-cuenta-pedro-j-ramirez.html> [Consultado el 3 Agosto. 2016].

4. Otras webs consultadas

Banco de España: www.bde.es

Centro de Investigaciones Sociológicas: www.cis.es

El Mundo: www.elmundo.es

El País: www.elpais.es

Eurostat: ec.europa.eu/eurostat

Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es

Ministerio del Interior: www.interior.gob.es

Servicio Público de Empleo estatal: www.sepe.es

Sociedad de Tasación: www.st-tasacion.es

DECLARACIÓN DE FINANCIACIÓN

Esta memoria de tesis doctoral ha sido posible gracias a la obtención de una beca de Formación del Profesorado Universitario del Ministerio de Educación Cultura y Deporte de España (Resolución de 29 de marzo de 2012, de la Secretaría de Estado de Educación, Formación Profesional y Universidades). Dicha beca fue desarrollada entre el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset - Fundación Ortega Marañón (2012-2014), y la Universidad de Murcia (2014-2016).

Del mismo modo, una parte de los datos de investigación aquí explotados fueron cedidos por los doctores Fermín Bouza y Juan Jesús González, directores del Proyecto de Investigación, “Agenda de los medios y agenda ciudadana: análisis temporal desde un enfoque cualitativo”, financiado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ANEXO



ANEXO 1.
LIBRO DE CÓDIGOS.
ANÁLISIS DE AGENDA SETTING¹.

Fecha de publicación de la noticia: Año/mes/día/trimestre.

2. Periódico que publica la noticia:

1. El País (Madrid).
2. El Mundo (Madrid).

3. Género de la noticia:

1. Portada.
2. Editorial.

4. Tipo de noticia (presentación):

1. Principal.
2. No principal.

5. Titular de la noticia. Se copiará el titular íntegro de la noticia.

6. Ámbito de la noticia:

1. Nacional.
2. Regional.

7. Tema:

Economía: Noticias referidas a la situación económica del país (“Zapatero dibuja ahora una economía anémica hasta 2015”; “El PP dice que la caja gallega es un éxito y que la defenderá ante el Gobierno”; “El Gobierno presenta los presupuestos más duros de la democracia”).

¹ Extracto del libro de códigos empleado en el estudio: “Agenda de los medios y agenda ciudadana: análisis temporal desde un enfoque cualitativo” de los investigadores F. Bouza y J. J. González.

Paro, crisis: Noticias centradas específicamente en el paro o en la crisis económica. La diferencia entre Economía y Crisis es que las segundas no serían noticia de no existir la crisis, y habitualmente incluyen la palabra “crisis” en el titular (Por ejemplo, los PGE aparecen en la prensa cada año, con independencia de la crisis económica, por eso entran en la categoría Economía). La diferencia definitiva entre una categoría y otra, en última instancia, la determina el propio periódico con su enfoque. (Paro: “Corbacho deja casi el doble de paro que cuando llegó en 2008”; “El paro cae por debajo del 20%, el primer descenso en tres años”. Crisis: “Zapatero se ha quedado sin ideas para sacar a España de la crisis”; “Unidad contra la crisis”; “Sin excusas frente a la crisis”).

Reformas: incluye las noticias referidas al diálogo social y medidas para la salida de la crisis. No sólo se refiere a las reformas aplicadas, también incluye las propuestas y los debates en torno a las mismas (“ZP aprobará la reforma laboral en dos semanas con pacto entre la patronal y los sindicatos o sin él”; “La falta de pacto laboral obligará al Gobierno a actuar”; “Salgado cede y da otro mes a sindicatos y patronal para negociar la reforma laboral”; “Más impuestos contra los que más tributan”).

Partidos políticos: Incluye las noticias relativas a la crispación política, alianzas y tensiones intra e interpartidarias. (“Zapatero niega ante su ejecutiva el adelanto electoral o un nuevo Gobierno”; “Rajoy ve imposible una gran coalición si sigue Zapatero”; “Zapatero reta al PP con la moción de censura y Rajoy le pide anticipar las elecciones”; “El PNV se inclina por salvar a Zapatero si López le garantiza sus feudos de poder”).

Terrorismo (ETA): Incluye las noticias relativas, además del terrorismo, a la negociación con ETA y procesos de legalización de Batasuna y sus distintas vertientes. (“El PP avala la política de dar permisos a presos que abandonan ETA”; “ETA lleva meses desconectada de la izquierda ‘abertzale’”; “Rubalcaba no debe jugar con los presos de ETA”; “El Gobierno promete al PP llevar a Sortu ante el Tribunal Supremo”; “El ‘caso Faisán’, ‘caso Rubalcaba’”).

Corrupción: Incluye los casos de corrupción y espionaje en los partidos políticos. (“El Supremo considera que Camps recibió regalos de forma opaca y repetida”; “El PP ataca al fiscal para evitar que el ‘caso Gürtel’ vuelva a Valencia”; “Chaves cambió una norma para ayudar a la empresa de su hija”).

Elecciones: Incluye las noticias relativas a la campaña y elecciones autonómicas, municipales, europeas y generales, así como los sondeos electorales. (“28N · Montilla escoge el día de la verdad”; “Zapatero y Gómez se retan en las primarias tras un tenso cara a cara”; “Montilla busca a la desesperada movilizar a 300.000 indecisos”; “El PP da el vuelco y saca más de 4 puntos al PSOE”).

Autonomías: Incluye las noticias relativas al modelo de Estado: Ley de Financiación Autonómica, Estatut, debate sobre las autonomías, etc. (“Zapatero amplía la capacidad de las autonomías para modificar impuestos y beneficios fiscales”; “El ‘plan Zapatero’ de financiación prima a las autonomías más ricas”; “Zapatero vaticina un final feliz para el Estatut”).

Justicia: Incluye las noticias referidas a la Administración de la Justicia. (“Un candidato al TSJ irrita a los jueces al desvelar un fraude para cobrar pluses”; “La principal asociación de jueces critica que Zapatero ‘desacate’ al TC con un ‘regate’”; “Garzón cae por investigar el franquismo”; “Los jueces alientan el paro contra el Gobierno para defender a Tirado”).

Temas sociales: Incluye las noticias relativas a la educación, inmigración, temas morales (aborto, etc.), conflictos lingüísticos, huelga general, vivienda e inseguridad ciudadana. (“El PSOE abre el aborto a niñas de 16 años sin el consentimiento paterno”; “Corbacho pide que se reabra el debate de la inmigración”; “El PP recurre ante el Constitucional la ley catalana de educación por la lengua”; “Un pacto necesario sobre la educación”; “El Gobierno retirará las ayudas a las viviendas sociales a partir de 2011”; “Zapatero se convierte en la diana de la huelga general”).

Otros: Incluye las noticias referidas a otros temas que quedan fuera de las categorías anteriores pero que forman parte de la actualidad política nacional o regional; por lo general son asuntos coyunturales que entran y salen de la agenda mediática en función de la actualidad (“De la Vega ve injustas ciertas críticas por el “Alakrana” y se va a Argentina”; “Zapatero se rinde ante Rabat y Haidar afirma que “morirá””; “Blanco quiere abaratar tasas recortando el sueldo de los controladores”; “Zapatero ofrece seis cazas F-18, buques y bases para la misión”).

8. Subtema:

1. Reforma laboral.
2. Déficit público, reforma fiscal.
3. Pensiones y seguridad social

9. Tema otro (literal): Recoge las noticias centradas en otros temas pero referidas a la situación política nacional/regional.

ANEXO 2.
LIBRO DE CÓDIGOS.
ESTUDIO COMPARATIVO PORTADAS 2000 – 2011

1. Número de noticia.
2. **Fecha** de publicación de la noticia: Año/mes/día.
3. **Periódico** que publica la noticia:
 1. *El País* (Madrid).
 2. *El Mundo* (Madrid).
4. **Tema 1:** Tema principal de la unidad de análisis:
 1. Economía / Paro / Crisis económica.
 2. Terrorismo nacional e internacional.
 3. Corrupción y fraude.
 4. Educación.
 5. Sanidad.
 6. Racismo.
 7. Inmigración.
 8. Nacionalismo.
 9. Administración de Justicia.
 10. Funcionamiento de los servicios públicos.
 11. Otros problemas sociales.
 12. Crisis de valores.
 13. Pensiones.

14. Drogas.
 15. Infraestructuras.
 16. Viviendas.
 17. Agricultura, ganadería y pesca.
 18. La violencia y problemas relacionados con la mujer.
 19. Medioambientales.
 20. Coaliciones y negociaciones entre partidos.
 21. Sondeos electorales.
 22. Eventos de campaña: entrevistas, debates, visitas a instituciones.
 23. Competencia partidista: enfrentamiento político-electoral.
 24. Organización de campaña desde los partidos: debates internos, primarias, programas, candidaturas, listas electorales.
 25. Movilizaciones sociales / Participación ciudadana.
 26. Otros: especificar.
 27. No procede.
5. **Tema 2:** Tema secundario de la unidad de análisis. Aplica los mismos códigos que en Tema 1.
6. **Tema 3:** Tema terciario de la unidad de análisis. Aplica los mismos códigos que en Tema 1.
7. **Tema económico.** ¿Es la economía el principal tema de la unidad de análisis (problemas económicos / paro / crisis económica)?:
1. Sí >> Pasa a P8.
 2. No >> Pasa a P9.
8. **Especificación economía:** ¿A qué dimensión de la economía se refiere?:
1. Los problemas relacionados con la calidad del empleo.

2. Reforma Laboral.
3. “Los recortes”.
4. Los bancos.
5. La subida del IVA.
6. El Euro.
7. Los desahucios.
8. El fraude fiscal/corrupción/evasión/despilfarro público.
9. Las hipotecas/tipos de interés.
10. El paro/empleo.
11. Seguridad social y Hacienda.
12. Otro (Especificar).
13. Mejora económica (creación de empresas, entrada de capital, inversiones).
14. Inflación/precios.
15. Bolsa/prima de riesgo.
16. Cuestiones empresariales (alianzas, beneficios empresariales).
17. Propuestas económicas.
18. Empeoramiento económico.

9. Titular. Se copia aquí el titular completo de la noticia.

10. Tono de la noticia. Evaluación de la posible percepción generada en el lector de la noticia:

1. Positivo.
2. Neutro.
3. Negativo.

