

**OBJETIVOS DE LOS VOTANTES, *ACCOUNTABILITY* DE LOS POLÍTICOS:  
EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL DE LOS *VOTANTES CAMBIANTES*  
AL PSOE EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 1993  
Y LA *ACCOUNTABILITY* DEL *INCUMBENT***

Juan Rafael Morillas

Estudio/Working Paper 2000/156  
Octubre 2000

Juan Rafael Morillas es un estudiante en el *Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales* del Instituto Juan March, de Madrid, en el que está realizando su tesis doctoral sobre “The making of a disadvantaged class. The dynamics of socioeconomic risks, life chances, and class emergence: the United States and Germany since the early 1980s”.

## Introducción<sup>1</sup>

El concepto de *accountability* es de carácter relacional. Hace referencia a una relación entre dos partes. Y se caracteriza por los siguientes elementos. Una de las partes está obligada a actuar de acuerdo con los dictados de la otra. Y ésta tiene la *capacidad* de castigar o premiar la actuación de aquélla: puede evaluar su actuación y dispone de los instrumentos necesarios para castigar o aprobar la misma. Representa, pues, una relación *principal-agente*. Un actor, el principal, delega la implementación de sus intereses a otro, el agente, el cual actúa eligiendo los cursos de acción que conducen a la culminación de los mismos.

Una extendida visión de las elecciones en los regímenes democráticos mantiene que la función principal de éstas consiste en producir la *accountability* de los gobiernos antes los ciudadanos: las elecciones son la institución por medio de la cual los ciudadanos hacen que los políticos sean responsables de sus acciones ante ellos. Y ello es así porque los ciudadanos, cuando votan, lo hacen con un propósito esencialmente retrospectivo. Para Key (1966) el vocabulario que utilizan los ciudadanos en las elecciones es muy reducido. Se compone solamente de los monosílabos “sí” y “no”: los ciudadanos evalúan la actuación gubernamental y aprueban (o no) su actuación y, al emitir su voto recompensan (castigan) al *incumbent*. Fiorina (1981: 5, 6) afirma, igualmente, que el sentido del voto es retrospectivo ya que “para determinar si los *incumbents* han tenido malos o buenos resultados, los ciudadanos solamente necesitan calcular los cambios en su propio bienestar [...] Y en tanto que los ciudadanos votan de acuerdo con tales juicios, las elecciones no señalan la dirección en que se debe mover la sociedad sino que suponen una evaluación de hasta dónde ha llegado la misma”. Para Ferejohn (1986), los ciudadanos deciden su voto conforme a criterios retrospectivos. En efecto, razonando por reducción al absurdo, si no lo hicieran así y votaran según las posiciones que mantienen los partidos o candidatos ante *issues*, los políticos no tendrían incentivos para cumplir sus promesas. Y esto contradice, según Ferejohn (*vid.* pg. 7), la evidencia disponible, según la cual los políticos anticipan la evaluación de su actuación por parte de los votantes.

---

<sup>1</sup> Agradezco a José María Maravall y a José Ramón Montero sus comentarios a versiones anteriores a este trabajo.

Por tanto, de acuerdo con las interpretaciones anteriores, bien como consecuencia directa de la voz del pueblo diciendo sí o no a la permanencia del *incumbent*, bien como consecuencia de la anticipación que hacen los *incumbents* del veredicto de los ciudadanos, las elecciones son un instrumento por el cual los ciudadanos consiguen que los políticos sean *accountable* ante ellos.

La efectividad de las elecciones para cumplir la función de *accountability* del *incumbent* ante los ciudadanos está obstaculizada por múltiples factores. Aun cuando los ciudadanos votan retrospectivamente, como en toda relación entre agente y principal, la información que dispone el principal es determinante para que el comportamiento del agente consista en elegir los cursos de acción que materialicen sus intereses. En el caso de la relación entre ciudadanos y políticos, la asimetría de información es clara. Los políticos en el poder disponen de información que los ciudadanos desconocen. Además, los políticos pueden manipular la opinión pública consiguiendo modificar las preferencias de los ciudadanos y escapar así a su control (Maravall, 1999). Pero es más, poco se sabe sobre el sentido en que los ciudadanos deciden su voto: sobre si su objetivo es castigar (recompensar) al *incumbent*, o si lo que pretenden es seleccionar al mejor de los candidatos. Si bien es cierto que existen razones para pensar que las consideraciones que determinan tal decisión son de naturaleza retrospectiva (*vid.* Key, 1966; Fiorina, 1981; Ferejohn, 1986), también existen muchas otras para pensar que lo son de carácter prospectivo (*vid.* Fearon, 1998). Si los ciudadanos votan de este modo, las elecciones no producen *accountability* simplemente porque los ciudadanos no contemplan como objetivo de su voto el cumplimiento de esta función<sup>2</sup>. En cualquier caso, lo más razonable es pensar que el objetivo de los ciudadanos es doble: pretenden que los *incumbents* sean *accountable* ante ellos, pero también quieren seleccionar *buenos tipos*. Y cuando los votantes persiguen simultáneamente ambos objetivos, la consecución de la función de *accountability* es más difícil aún (Fearon, 1998; Manin, Przeworski y Stokes, 1999).

---

<sup>2</sup> Nótese que esto no significa que la actuación gubernamental no influya en la decisión del votante. Si suponemos que el votante es racional, utilizará la información pasada para actualizar sus creencias sobre qué tipo de político/partido es.

La caracterización de las elecciones como una institución por medio de la que los ciudadanos hacen a los políticos *accountable* ante ellos es, cuando menos, arriesgada. El caso que analizo en este trabajo es un ejemplo. En él se analiza un grupo de votantes que, aun valorando negativamente la actuación gubernamental y habiendo manifestado una intención de voto distinta al partido del gobierno, finalmente opta por este partido. Estudio las elecciones generales de 1993. En concreto, examino los determinantes del comportamiento de los que he llamado *votantes cambiantes* al PSOE (en adelante, *votantes cambiantes*). Estos votantes manifestaron una intención de voto diferente al PSOE antes de la campaña, debida esencialmente a su negativa evaluación de la actuación gubernamental, y finalmente le votaron.

Este estudio de caso resulta especialmente interesante para ilustrar y analizar cómo los políticos pueden escapar al control de los ciudadanos. En concreto, muestra cómo unos votantes que evalúan mal la actuación gubernamental, contradiciendo la caracterización de las elecciones como una institución por medio de la cual los ciudadanos hacen a los políticos *accountable* ante ellos, votan al *incumbent*. El perfil político de los *votantes cambiantes* se caracterizó por dos tipos de variables: las político-ideológicas y una particular valoración retrospectiva de la actuación gubernamental. Políticamente eran próximos al PSOE. Ideológicamente se situaban en una posición cercana a la que atribuían al PSOE. Además, eran ideológicamente lejanos al *challenger*, el PP, y tenían marcadas preferencias negativas hacia este partido político. Su evaluación retrospectiva de la actuación gubernamental, sin embargo, les alejaba del PSOE. Valoraban mal la actuación gubernamental, y por ello su intención de voto era distinta a este partido. Posteriormente, muestro cómo, y a través de qué mecanismos, la existencia de un *bad challenger* influyó en el comportamiento electoral de los *votantes cambiantes*. Considero dos mecanismos alternativos, recogidos en sendas hipótesis.

En la primera sección de este trabajo, planteo las dos hipótesis y explico los mecanismos contenidos en cada una de ellas. Además, planteo unas consideraciones y un sencillo modelo sobre las consecuencias de la disonancia cognitiva. Estas consideraciones, si bien laterales y complementarias, no son innecesarias para la evaluación de los mecanismos por los que los *votantes cambiantes* optaron finalmente por el PSOE. Guiarán la interpretación posterior del efecto de ciertas variables explicativas sobre las probabilidades de

cambio de voto al PSOE. La segunda sección, dedicada al análisis empírico, comienza con un modelo econométrico para determinar qué variables están asociadas con las probabilidades de cambio de voto al PSOE. A continuación se evalúa la plausibilidad de la hipótesis nula, así como la de la hipótesis alternativa<sup>3</sup>. Finalmente, se ofrecen unas breves conclusiones.

## Hipótesis y mecanismos

### 1. Las hipótesis

Según la hipótesis nula –que ya formulo-, los *votantes cambiantes* decidieron votar al PSOE a pesar de haber manifestado una intención de voto distinta debido al aumento de probabilidad de que el PP ganara las elecciones. Votaron, según esta hipótesis, de un modo estratégico, y en su decisión influyó únicamente la estimación de la probabilidad de que ganara este último. La negativa evaluación de la actuación gubernamental fue la causa de que su intención de voto fuera distinta de la del PSOE. Pero el aumento de probabilidad de que ganara el PP, resultado que les aportaba una alta des-utilidad, les condujo a optar finalmente por el PSOE a pesar de su negativa evaluación retrospectiva de la actuación del gobierno.

De acuerdo con la hipótesis alternativa, el comportamiento electoral de los *votantes cambiantes* consistió en optar finalmente por el PSOE debido al éxito de la estrategia electoral desarrollada por el *incumbent*. Ésta se basó en (1) cambiar la dirección del voto de estos ciudadanos (de retrospectivo a prospectivo), y en (2) inducir el equilibrio mediante la *manipulación* de las preferencias de los votantes, consiguiendo que el equilibrio resultante consistiera en que los *votantes cambiantes* optaran por el *incumbent*.

La explicitación de los mecanismos implícitos en estas hipótesis aclarará su contenido.

---

<sup>3</sup> Queda anticipado, pues, que el análisis empírico ha conducido al rechazo de la hipótesis nula.

## 2. Los mecanismos implícitos en las hipótesis

### 2.1. Voto estratégico

Imaginemos que el conjunto de resultados posibles en unas elecciones es  $R = \{r_i\}$ ,  $i = 1, 2, 3$ , y el conjunto de opciones de voto de un votante, o un grupo de votantes, dadas sus características políticas, está compuesto por dos opciones  $V = \{v_j\}$   $j = 1, 2$ .

Si la utilidad que obtienen los votantes de cada resultado no depende del voto que emiten<sup>4</sup>, y el individuo incorpora en su función de utilidad la estimación (subjética) de la probabilidad de que ocurra cada resultado condicionada al voto que emite:  $\Pr(r_i|v_j)$ <sup>5</sup>, entonces las funciones de utilidad Von Neuman-Morgensten de los votantes son:

$$EU(v_j) = \sum_i \Pr(r_i | v_j) * U(r_i) \quad (1)$$

Donde  $EU(v_j)$  es la utilidad esperada de votar  $v_j$ ,  $\Pr(r_i|v_j)$  es la estimación subjética por parte del votante de la probabilidad de que ocurra el resultado  $r_i$  cuando vota  $v_j$ , y  $U(r_i)$  es la utilidad que obtiene del resultado  $r_i$ <sup>6</sup>.

Si el votante tiene en cuenta los cambios posibles de la probabilidad de que ocurra cada resultado<sup>7</sup> y los incorpora en su función de utilidad, entonces ésta queda como:

$$EU(v_j)_t = \sum_i \Pr(r_i|v_j)_t * U(r_i) \quad (2)$$

---

<sup>4</sup> O sea,  $U(r_i|v_j) = U(r_i)$  para todo  $i, j$ , donde  $i$  identifica el conjunto de resultados,  $R$ , y  $j$  un elemento del conjunto de opciones de voto  $V$  ( $i = 1, 2, 3$ ).

<sup>5</sup> Es ciertamente problemático afirmar, sin ninguna justificación, que el votante tiene en cuenta la probabilidad de los resultados electorales *condicionada a su voto*, cuando un voto no determina por sí solo el resultado de las elecciones. Es el mismo problema al que se ha enfrentado la teoría de la elección racional al explicar la decisión de votar. Sobre las “soluciones” dadas a la *paradoja de no votar*, así como varias réplicas a las mismas *vid.* Aldrich (1997).

<sup>6</sup> Puesto que he supuesto que  $U(r_i|v_j) = U(r_i)$  para todo  $i$  y  $j$ .

<sup>7</sup> Por ejemplo, como consecuencia de la publicación de resultados de encuestas de intención de voto.

El voto es de carácter estratégico cuando la estimación de las probabilidades de cada resultado en un momento  $t$ ,  $\Pr(r_i | v_j)_t$ , son tales que el resultado que hace máxima la función de utilidad del votante en ese momento no es el resultado que le aporta mayor utilidad (máx  $U(r_i)$ ), sino otro diferente.

Veamos una ilustración de este planteamiento abstracto. Imaginemos que un votante tiene dos opciones de voto. De ellas, en ausencia de restricciones externas, prefiere la primera:  $v_1$ . Las utilidades que le aportan cada resultado son  $U(r_1)= 1 > U(r_2)= 0.5 > U(r_3)= 0$ . Para ilustrar el análisis imaginemos que el votante estima las probabilidades de que ocurra cada resultado en dos momentos del tiempo. En  $t= 1$ , la probabilidad de que ocurra  $r_3$  es muy baja. En  $t= 2$  aumenta considerablemente. Supongamos unas distribuciones de probabilidad como las siguientes:

	<b>t= 1</b>			<b>t= 2</b>			
	<b>r<sub>1</sub></b>	<b>r<sub>2</sub></b>	<b>r<sub>3</sub></b>		<b>r<sub>1</sub></b>	<b>r<sub>2</sub></b>	<b>r<sub>3</sub></b>
<b>v<sub>1</sub></b>	0.35	0.00	0.05	<b>v<sub>1</sub></b>	0.20	0.00	0.20
<b>v<sub>2</sub></b>	0.15	0.25	0.00	<b>v<sub>2</sub></b>	0.20	0.20	0.10

Con estas distribuciones de probabilidad, las utilidades esperadas de cada opción en cada momento son las siguientes. En  $t= 1$ ,  $EU(v_1)= 0.400$  y  $EU(v_2)= 0.275$ . Por tanto, en  $t= 1$   $v_1$ , la opción que prefiere en primer lugar, maximiza su utilidad esperada. En  $t=2$  el aumento de  $\Pr(r_3|v_1)$  determina que esa opción de voto no maximice su utilidad esperada. Es la opción  $v_2$  la que maximiza su utilidad esperada. En efecto,  $[EU(v_1)]_2= 0.250$  y  $[EU(v_2)]_2= 0.300$ .

## 2.2. Cambio del sentido del voto e inducción de un equilibrio favorable al incumbent

Que los votantes cambiantes votaran retrospectiva o prospectivamente es una cuestión empírica. La cuestión teóricamente interesante es por qué, al decidir su voto de un modo prospectivo, votaron al PSOE. Aunque votaran de un modo prospectivo nada aseguraba que su voto consistiera en votar al *incumbent*. En efecto, éste afrontaba un importante problema de credibilidad. Si suponemos a los votantes racionales, la pasada actuación gubernamental sería utilizada por los mismos para actualizar sus creencias sobre qué tipo de político o partido es (Alesina y Rosenthal, 1995: cap. 2; Downs, 1957; Fearon, 1998). Que los votantes no decidan su voto de un modo retrospectivo no significa que la actuación gubernamental no influya en la credibilidad de las propuestas del mismo.

¿Qué puede hacer el *incumbent* para que el equilibrio resultante en la competición le sea favorable? Una vez que los ciudadanos votan prospectivamente, los políticos pueden *manipular* a los ciudadanos. Esta manipulación puede ser de dos tipos. Puede consistir en un cambio directo de sus preferencias. O sea, los políticos pueden modificar las preferencias de los votantes, pueden influir en su modelado. O pueden manipular a los ciudadanos en el sentido de Riker (1982; 1986). En este caso las preferencias de los individuos están dadas: son exógenas a las estrategias de los partidos o de otros actores políticos. Ahora bien, así y todo los partidos pueden influir en las utilidades esperadas de los votantes. Desarrollando maniobras *herestéticas*<sup>8</sup> -mediante la adición de dimensiones al espacio competitivo y/o controlando la agenda-, los políticos pueden redefinir el marco en que tiene lugar la elección de los votantes. Así, en el caso de una maniobra herestética consistente en la inclusión de una nueva dimensión al espacio competitivo, al calcular la utilidad que les aporta cada uno de los resultados, los votantes tomarán en consideración las posiciones que adoptan los partidos ante esa nueva dimensión. De este modo, los políticos, aun sin influir en el modelado, en la conformación de las preferencias de los votantes, pueden manipular a los ciudadanos, consiguiendo, si sus estrategias son exitosas, un equilibrio que les sea favorable frente a sus competidores.

---

<sup>8</sup> Riker (1990: 47) define la herestética como “el cambio del espacio o de los constreñimientos a que están sometidos los votantes de modo tal que son animados, incluso conducidos, a elegir de un modo ventajoso para el herestiticador”.

### 2.3. ¿Son todos los cambios de creencias reflejados en una encuesta consecuencia de una retórica exitosa?

Como consecuencia de causas diversas, y a través de mecanismos variados -como por ejemplo los implícitos en las hipótesis de este trabajo- el votante puede elegir una opción que no coincide con la que seleccionaría en ausencia de las mismas. Si la opción finalmente elegida es incongruente con determinadas creencias iniciales el votante puede experimentar un estado de disonancia cognitiva. O sea, los cursos de acción elegidos por el individuo no son congruentes con sus creencias. Ilustremos esta situación con un ejemplo (que es, a la vez, un adelanto del análisis empírico posterior). Recordemos las elecciones generales de 1993. Pensemos en los votantes que no tenían intención de votar al PSOE, tal y como manifestaron en la primera ola de una encuesta de panel, y que finalmente le votaron<sup>9</sup>. Estos votantes valoraban negativamente la actuación gubernamental y por ello no tenían intención de votar al PSOE. Finalmente cambiaron su voto respecto a su intención y optaron por este partido. Este hecho pudo generar un estado de disonancia cognitiva a estos votantes debido a la contradicción de su evaluación de la actuación gubernamental y su comportamiento (votar PSOE).

¿Qué consecuencias puede tener la disonancia cognitiva? ¿Puede afectar a las creencias del individuo? Planteemos el argumento en términos formales<sup>10</sup>. Y adoptemos estos dos supuestos. (1) Las personas tienen preferencias no solo sobre estados de cosas, sino también sobre sus creencias acerca de los mismos. Por tanto, los individuos no sólo tienen preferencias sobre situaciones o cuestiones materiales, sino además sobre las visiones de tales situaciones materiales. Así, un individuo prefiere una visión del mundo que no (le) genere disonancia cognitiva frente a otra que sí. (2) Las personas tienen algún control sobre sus creencias. Éstas no están totalmente determinadas, son susceptibles de modificación. Partiendo de estos supuestos, el cambio de determinadas creencias puede determinar la eliminación, o al menos la reducción, de la disonancia cognitiva.

---

<sup>9</sup> Véase la nota 11.

<sup>10</sup> Para modelizaciones de las consecuencias de la disonancia cognitiva, así como varias ilustraciones de las mismas, *vid.* Akerloff y Dickens (1982) y Rabin (1994).

Dadas unas opciones de voto,  $v_i$ , y unas creencias,  $C$ , cada opción de voto le aporta una utilidad y una desutilidad. Puesto que el individuo tiene cierto control sobre sus creencias, éstas no son fijas. Represento este hecho con un subíndice. Por tanto, la utilidad neta que obtiene el individuo en el momento  $t$  es:

$$L(v_i)_t = U(v_i) - D(v_i|C_t) \quad (3)$$

Donde  $L(v_i)_t$  es la utilidad neta que le aporta votar  $v_i$  en el momento  $t$ ,  $U(v_i)$  es la utilidad que le aporta cada opción, y  $D(v_i|C_t)$  es la desutilidad debida a la disonancia cognitiva de votar  $v_i$  dadas las creencias que mantiene en el momento  $t$ .

Imaginemos una situación en la que el votante obtiene una utilidad mayor eligiendo  $v_1$  pero finalmente elige  $v_2$ . Si en el momento  $t=1$  sus creencias son tales que si vota  $v_1$  no experimenta disonancia cognitiva y si vota  $v_2$  sí, entonces la utilidad neta es mayor si vota  $v_1$  que  $v_2$ . En efecto, puesto que  $U(v_1) > U(v_2)$  y  $D(v_1|C_1) = 0$  y  $D(v_2|C_2) > 0$ , es inmediato que  $L(v_1) > L(v_2)$ . Por tanto, la opción que elige debido a la influencia de la dinámica competitiva,  $v_2$ , no es óptima pues no maximiza su utilidad neta.

Ahora bien, si modifica sus creencias puede conseguir que la elección  $v_2$  sea óptima. Imaginemos que en  $t=2$  modifica sus creencias,  $C_2$ , de modo tal que votar  $v_2$  no le produzca disonancia cognitiva y votar  $v_1$  sí:  $D(v_1|C_2) > 0$  y  $D(v_2|C_2) = 0$ . Las utilidades que obtiene de cada voto son las mismas que en la situación anterior:  $U(v_1) > U(v_2)$ . En esta situación es inmediato que si  $D(v_1|C_2) > [U(v_1) - U(v_2)]$  entonces la elección  $v_2$ , además de no ser disonante, es óptima, pues la utilidad neta de  $v_2$  es mayor que la de  $v_1$ :  $L(v_1) < L(v_2)$ .

Estas consideraciones tienen importantes implicaciones prácticas para evitar interpretaciones apresuradas de los cambios de creencias y de actitudes medidos en encuestas de panel. Esta es la conclusión principal que se extrae de este comentario. Estas diferentes actitudes y creencias reflejadas en encuestas de panel (por ejemplo, el autopoicionamiento en la escala izquierda-derecha) no tiene por qué ser consecuencia exclusiva de un cambio autónomo de creencias/actitudes, independiente de las acciones previamente adoptadas. Y lo que es más importante, estos cambios de actitudes/creencias no tienen por qué ser *causa* de

una acción (por ejemplo votar a un partido determinado), sino que pueden ser una *consecuencia* de tal acción (por ejemplo, pueden ser la consecuencia de la racionalización del voto emitido).

### **Análisis empírico: el comportamiento electoral de los *votes* cambiantes al PSOE en las elecciones de 1993.**

Las elecciones generales de 1993 estuvieron marcadas, principalmente, por tres hechos. En primer lugar, el clima de corrupción política y de crisis económica que comenzó en la segunda mitad de 1992. En segundo, la aguda dinámica competitiva entre PSOE y PP. La intención de voto al PP aumentó considerablemente. Así, la diferencia de más de diez puntos porcentuales que separó a PSOE y PP en las elecciones de 1989 se redujo hasta el empate. Incluso el PP llegó a superar al PSOE en intención de voto. Finalmente, el resultado de las elecciones fue la victoria del PSOE al obtener casi un 4 por ciento más de votos.

Estos tres elementos conforman un puzzle. Cómo pudo ganar el PSOE las elecciones con esa ventaja cuando la intención de voto mostraba un empate, y especialmente en una situación de crisis económica y aparición de casos de corrupción política. La solución: el comportamiento de los votantes que no tenían intención de votar al PSOE y finalmente lo hicieron (*vid.* Arango y Díez, 1993). La mayoría de estos votantes estaban indecisos o pensaban optar por la abstención, votar en blanco o votar a otros partidos *menores*. Finalmente, votaron al PSOE.

En esta sección presento en primer lugar un modelo econométrico para determinar qué variables están asociadas con el cambio de voto al PSOE<sup>11</sup>. Y en segundo lugar evalúo la plausibilidad de las dos interpretaciones alternativas que presenté en la segunda sección de este trabajo. En concreto, examinaré la hipótesis nula según la cual comportamiento de los

---

<sup>11</sup> La encuesta a que me refiero y en que baso el análisis empírico que presento en este trabajo es la encuesta española de la serie CNEP (Comparative National Election Project). Está dirigida por R. Gunther y J.R. Montero. Es una encuesta de panel con dos olas: la primera se realizó un mes anterior a las elecciones de 1993 y la segunda es posterior a las elecciones.

*votantes cambiantes* fue de carácter estratégico. O sea, exploraré si el cambio de su voto respecto a su intención fue una consecuencia exclusiva del aumento de la probabilidad de que el PP ganara las elecciones. Una vez que muestre que no es posible aceptar esta hipótesis nula, mostraré la plausibilidad de la hipótesis alternativa: que el comportamiento de estos electores fue consecuencia i) del cambio del sentido de su voto: las consideraciones prospectivas sustituyeron a las de carácter retrospectivo en la formación de su decisión, y ii) de que al votar prospectivamente el equilibrio resultante fue favorable al PSOE. La tesis que defenderé es que la causa de ambos fenómenos –cambio del sentido del voto, y equilibrio favorable al PSOE- fue el éxito de la estrategia electoral desarrollada por el PSOE.

### *1. Un modelo econométrico para explicar el cambio de voto al PSOE.*

El modelo de regresión logística que presento en este epígrafe tiene como propósito estudiar qué variables están asociadas con el cambio de voto al PSOE. Constituye un paso previo al examen de los mecanismos alternativos especificados en las hipótesis, consistente en determinar las variables con que está asociado el cambio de voto al PSOE. La variable endógena del modelo, *VPS*, es una variable dicotómica que adopta el valor 1 cuando el encuestado manifestó una intención de voto distinta al PSOE y, finalmente, votó a este partido. Adopta el valor 0 cuando no manifestó intención de votar al PSOE y finalmente, coincidiendo con su intención, no le votó. Por tanto, quedan fuera del análisis los individuos que manifiestan intención de votar al PSOE.

La selección de las variables explicativas del modelo responde a estos criterios. En primer lugar, se han incluido variables que permitan contrastar la plausibilidad de la capacidad explicativa de los mecanismos alternativos presentados en la sección anterior. Así, se han incluido variables que miden el efecto de la campaña electoral, los cambios en la ubicación en la escala ideológica de los partidos políticos principales (PSOE, PP e IU), así como variables que miden el papel de las consideraciones de tipo estratégico en la decisión final de estos votantes. En segundo lugar, he incluido variables adicionales a las estrictamente necesarias para evaluar los mecanismos alternativos (objeto de este trabajo) para conseguir

que el modelo esté completamente especificado y de este modo la estimación de los parámetros sea insesgada. Finalmente, respecto a las preguntas que coinciden en las dos olas del panel, he incluido las variables de la primera ola y la diferencia entre el valor de la variable de la segunda ola y el de la primera. Además he incluido la interacción de esta diferencia con una variable *dummy* que mide el efecto de la campaña electoral.

Así, las variables explicativas que he considerado son las siguientes:

(1) Valoración de los líderes de los tres principales partidos: *ANGUITA1*, *AZNAR1* y *FELIPE1*. Medidas en una escala de 0 a 10 en la que el sentido ascendente representa una opinión más favorable.

Cambio de valoración de los líderes: *ANGUITA21*, *AZNAR21* y *FELIPE21*. Éstas variables son la diferencia entre la valoración del líder en la segunda ola y la valoración expresada en la primera. Por tanto, los signos positivos denotan un aumento de valoración y los signos negativos una disminución de valoración.

(2) Proximidad a los tres principales partidos: *PROXIU1*, *PROXPP1* y *PROXPSOE1*. Medida en una escala de 4 valores. La he recodificado de modo que el sentido creciente indique mayor proximidad y el decreciente, pues, menor.

Cambio de proximidad a estos tres partidos políticos, *PROXIU21*, *PROXPP21* y *PROXPSOE21*: diferencia entre la proximidad al partido en la segunda ola y en la primera. Los signos positivos, por tanto, indican aumentos de proximidad y los negativos disminuciones.

(3) Ubicación de los tres principales partidos políticos en la escala ideológica y autoubicación ideológica: *LRIU1*, *LRPP1*, *LRPSOE1* y *LRSELF1*. Medidas en una escala de 1 a 10, donde el valor 1 representa extrema izquierda y el valor 10 extrema derecha.

Diferencia de ubicación ideológica de los partidos políticos y de la autoubicación ideológica entre las olas segunda y primera: *LRIU21*, *LRPP21*, *LRPSOE21* y *LRSELF21*. Calculadas restando la ubicación en la segunda ola a la ubicación en la primera. Los signos positivos, por consiguiente, indican que el encuestado sitúa más a la derecha al partido (o su posición ideológica) en la segunda ola; los signos negativos indican que los sitúa más a la

izquierda; el valor cero indica que no cambia la posición que le atribuye al partido o a su posición ideológica.

(4) *PERFORMANCE* es una variable construida sobre la suma de tres variables ordinales que varían de 0 a 4 que miden la evaluación de la actuación gubernamental (preguntas 25, 26 y 27 del cuestionario correspondiente a la primera ola del panel). He recodificado la variable para que el sentido ascendente indique mejor valoración de la actuación gubernamental<sup>12</sup>.

(5) Variable *DECIDE*. Es una variable categórica de cinco categorías que mide cuándo se decidió la opción final de voto (variable de la segunda ola). Los valores son: (4) el día antes de las elecciones, (3) unos días antes de las elecciones, (2) una semana o dos antes de las elecciones, (1) un mes antes de las elecciones, (0) mucho antes de las elecciones (ésta es la categoría de referencia utilizada en los modelos econométricos que se ha estimado) (en la *Tabla 1* aparecen representados por los valores entre paréntesis).

(6) Las siguientes variables *dummies*:

*WHOWINPP* adopta el valor 1 si el encuestado manifestó en la primera ola que pensaba que el PP ganaría las elecciones y 0 en caso contrario.

*VOTE89PS*: 1 si votó al PSOE en las elecciones generales de 1989 y 0 si no le votó.

*FAMSAME* vale 1 si los miembros de la familia votaron al mismo partido y 0 en caso contrario.

*SPOUSAME*<sup>13</sup> vale 1 si el compañero/a votó igual, 0 en caso contrario. *CAMINT* vale 1 si el encuestado manifestó que siguió la campaña electoral con mucho interés o con bastante interés y 0 si la siguió con ni mucho ni poco, con poco o con ningún interés.

---

<sup>12</sup> En la segunda ola del panel no hay preguntas sobre la evaluación de la actuación gubernamental. Por ello no se puede medir el cambio de valoración de la actuación gubernamental.

<sup>13</sup> La inclusión simultánea de las variables *FAMSAME* y *SPOUSAME*, se puede sospechar, crea un problema de multicolinealidad en el modelo. El test de multicolinealidad demuestra que no es así: todos los valores de tolerancia son superiores a 0.4.

(7) Finalmente he incluido la interacción de la variable CAMINT con las siguientes variables:

(7.1) Con el cambio de ubicación de los partidos políticos en la escala ideológica (LRPIU21, LRPSOE21 y LRPP21) para poder determinar la (posible) influencia de la campaña electoral sobre los cambios de ubicación ideológica de los partidos. Así, he estimado la significatividad de la asociación con VPS (cambio de voto al PSOE) de las siguientes interacciones: *CAMINT\*LRPIU21*, *CAMINT\*LRPP21*, *CAMINT\*LRPSOE21*.

(7.2) Interacción con la variable WHOWINPP: *CAMINT\*WHOWINPP*

En un primer momento he estimado un modelo con todas estas variables. He aplicado diversos Tests de WALD<sup>14</sup> a este modelo. Los resultados de estos tests han conducido al modelo definitivo en que baso el análisis posterior (Modelo 1). Presento, además del Modelo 1, cuatro modelos más para mostrar que ciertas variables no están asociadas con el cambio de voto al PSOE (Modelos 2, 3, 4 y 5).

El modelo definitivo (Modelo 1) ajusta y predice muy bien. El coeficiente Nagalkerke-R<sup>2</sup> es muy alto (91,1 por ciento). Las variables independientes predicen correctamente el 98 por ciento de los casos en que la variable endógena adopta el valor 1 y el 90 por ciento de los casos en que su valor es 0. Los coeficientes son significativos para niveles de confianza muy altos (alternativamente, para niveles de significación muy bajos): mayores del 99 por ciento en la mayoría de los coeficientes y del 95 por ciento en el resto (salvo para LRPP21 que es significativo para un N.C. del 94 por ciento, la interacción de CAMINT\*WHOWINPP que lo es al 89 por ciento y las categorías de DECIDE distintas de (2), que no son estadísticamente significativas). Como ya se ha dicho, el modelo no tiene problemas de multicolinealidad.

---

<sup>14</sup> La hipótesis nula de este test mantiene que los coeficientes de una variable o de un conjunto de variables explicativas son iguales a cero. O sea, que estas variables no están significativamente asociadas con la variable endógena. La aceptación de esta hipótesis lleva a estimar un modelo que no incluye las variables explicativas examinadas, el cual cumple la propiedad de que los parámetros obtenidos tras su estimación son insesgados.

**TABLA 1.** Modelos de regresión logística para explicar el cambio de voto al PSOE.

<b>Modelo 1</b>	B	Sig
FELIPE21	0,7702	,0029
PROXIU1	4,1055	,0062
PROXPS1	-7,1609	,0015
PROXPS21	-6,7806	,0011
FAMSAME	4,9836	,0052
SPOUPSOE	9,1998	,0008
VOTE89PS	3,5899	,0141
DECIDE(1)	-0,3418	,8023
DECIDE(2)	4,1609	,0128
DECIDE(3)	0,6085	,9299
DECIDE(4)	3,3393	,4340
WHOWINPP	4,7603	,0400
LRIU21	-0,7914	,0276
LRPP21	0,4567	,0606
LRSELF1	-1,8157	,0061
LRSELF21	-1,6345	,0104
CAMINT	-2,5113	,0441
CAMINT*	3,1143	,1105
WHOWINPP		
Constante	-2,1840	,5760

R<sup>2</sup>= 91.15 %

Casos 1 predichos= 98 %

Casos 0 predichos= 90%

<b>Modelo 2</b>	B	sig
FELIPE21	0,8186	,0032
PROXIU1	4,3548	,0068
PROXPS1	-7,6553	,0021
PROXPS21	-7,2812	,0016
FAMSAME	5,3348	,0016
SPOUPSOE	9,7752	,0016
VOTE89PS	3,5638	,0202
DECIDE(1)	-0,4879	,7295
DECIDE(2)	4,3119	,0132
DECIDE(3)	1,0604	,8868
DECIDE(4)	3,3592	,4937
WHOWINPP	4,8619	,0461
LRIU21	-0,7597	,0503
LRPP21	0,4486	,1031
LRSELF1	-1,9291	,0072
LRSELF21	-1,7612	,0108
CAMINT	-2,8376	,0428
CAMINT	3,7579	,0808
*WHOWINPP		
CAMINT*	-0,5457	,3614
LRIU21		
CAMINT*	-0,1358	,7787
LRPP21		
Constante	-1,9971	,6203

R<sup>2</sup>= 91.3 %

Casos 1 predichos= 98 %

Casos 0 predichos= 92%

<b>Modelo 3</b>	B	sign
FELIPE21	0,7122	,0024
PROXIU1	2,9875	,0016
PROXPS1	-5,8548	,0004
PROXPS21	-5,2675	,0004
FAMSAME	3,6769	,0035
SPOUPSOE	7,1073	,0001
VOTE89PS	2,1439	,0373
DECIDE(1)	-1,0930	,3632
DECIDE(2)	2,6656	,0354
DECIDE(3)	0,2074	,9525
DECIDE(4)	1,2851	,6539
WHOWINPP	1,8539	,1901
LRSELF1	-1,4166	,0077
LRSELF21	-1,2984	,0131
CAMINT	-2,8539	,0353
CAMINT*	3,9761	,0580
WHOWINPP		
CAMINT*	-0,9673	,1141
LRIU21		
CAMINT*	0,1235	,7845
LRPP21		
Constante	1,3228	,6413

R<sup>2</sup>= 89.8 %  
Casos 1 predichos= 98 %  
Casos 0 predichos= 90%

<b>Modelo 4</b>	B	sig
FELIPE21	0.7206	0.0066
PROXIU1	4.2202	0.0071
PROXPS1	7.0999	0.0018
PROXPS21	6.7427	0.0012
FAMSAME	5.0597	0.0049
SPOUPSOE	9.2921	0.0010
VOTE89PS	3.6445	0.0159
DECIDE(1)	-0.3583	0.7917
DECIDE(2)	4.1009	0.0179
DECIDE(3)	0.7841	0.9057
DECIDE(4)	3.5290	0.4289
WHOWINPP	4.9602	0.0403
LRIU21	-0.8450	0.0266
LRPP21	0.4641	0.0614
LRSELF1	-1.7810	0.0067
LRSELF21	-1.6509	0.0103
CAMINTDU	-2.7341	0.0402
CAMINT*	3.2593	0.1026
WHOWINPP		
PERFORMANCE	0.0690	0.8321
Constante	-3.3573	0.5430

R<sup>2</sup>= 91.1 %  
Casos 1 predichos= 98 %  
Casos 0 predichos= 90 %

<b>Modelo 5</b>	<b>B</b>	<b>sig</b>
FELIPE21	0,7188	,0083
PROXIU1	4,6867	,0122
PROXPS1	-7,6431	,0026
PROXPS21	-7,1214	,0020
FAMSAME	5,0091	,0066
SPOUPSOE	9,9404	,0024
VOTE89PS	3,7986	,0184
DECIDE(1)	-0,8942	,5447
DECIDE(2)	3,9601	,0247
DECIDE(3)	0,9618	,9295
DECIDE(4)	3,3091	,5820
WHOWINPP	4,8598	,0571
LRIU21	-0,8416	,0374
LRPP21	0,4380	,0856
LRSELF1	-1,9687	,0083
LRSELF21	-1,9057	,0142
CAMINT	-6,4573	,1588
CAMINT*	3,7470	,0795
WHOWINPP		
PERFORMANCE	-0,2684	,5941
CAMINT*	0,6467	,3852
PERFORMANCE		
Constante	-1,4480	,8076

R<sup>2</sup>= 91.3 %  
Casos 1 predichos= 98 %  
Casos 0 predichos= 95%

¿Qué variables están asociadas con el cambio de voto al PSOE? El modelo de regresión logística (Modelo 1) permite ofrecer una respuesta. En primer lugar, las disposiciones iniciales fueron importantes. En concreto, la proximidad al PSOE y la lejanía a IU (como se observa por los signos de los parámetros). Además, la ideología tuvo una influencia significativa. El signo negativo del coeficiente muestra que la autoubicación a la izquierda aumenta la probabilidad de votar finalmente al PSOE<sup>15</sup>. En segundo lugar, muestra la influencia de la congruencia con el voto del compañero/a y del resto de miembros de la familia, resultado conforme con la importancia de los grupos primarios de pertenencia en el comportamiento electoral (Lazarsfeld *et al.*, 1968). En tercer lugar, varias variables muestran que la cercanía al PSOE hizo posible que estos votantes, finalmente, cambiaran su voto

<sup>15</sup> Para un análisis más preciso de la influencia de la autoubicación ideológica en el cambio de voto, *vide* Barreiro y Sánchez-Cuenca (1998). Su análisis descompone la variable ideología en varios grupos y muestran qué grupos ideológicos particulares están asociados con cambiar de voto respecto a la intención inicial a favor del PSOE.

respecto a su intención inicial. Así lo muestra la variable, PROXPSOE1. También fue importante el aumento de valoración del líder del PSOE (FELIPE21) y el aumento de proximidad al PSOE (PROXPSOE21)<sup>16</sup>. Además, haber sido antiguo votante del PSOE aumenta la probabilidad de votar al PSOE pese a no haber tenido intención de hacerlo. Y, en cuarto lugar, la afirmación en la primera ola de que el PP ganaría las elecciones (WHOWINPP= 1) aumenta la probabilidad de cambiar de voto al PSOE. El coeficiente de esta variable es muy alto, lo que indica su gran influencia en la opción final por el PSOE. La significación de esta variable muestra que las consideraciones estratégicas fueron importantes en la determinación del comportamiento electoral de estos votantes. Pensar que el PP ganaría las elecciones está asociado de un modo significativo con cambiar la opción de voto elegida inicialmente y votar al PSOE. Además, la interacción de esta variable con la de interés en el seguimiento de la campaña, CAMINT\*WHOWINPP, aumenta la probabilidad de votar al PSOE<sup>17</sup>.

Los parámetros de los cambios de ubicación ideológica entre las olas segunda y primera de la posición del votante y de la que atribuye a IU y PP son estadísticamente significativos (LRIU21, LRPP21 y LRSELF21). El signo de los mismos indica que situar a IU más a la izquierda, al PP más a la derecha y ubicarse en la segunda ola más a la izquierda aumentan la probabilidad de cambiar el voto al PSOE. La interpretación de este resultado es bastante incierta. Puesto que el panel tiene solamente dos olas, una anterior y otra posterior a las elecciones, no es posible determinar de un modo definitivo cuál de estas dos vías causales recoge la influencia de las variables de polarización ideológica: (a) Los encuestados cambian su *visión* espacial -sitúan a IU más a la izquierda, al PP más a la derecha, y ellos se ubican más a la izquierda- y por ello deciden votar al PSOE, o (b) en oposición a su intención inicial, deciden votar al PSOE y, tras ello, racionalizan su decisión modificando su visión de la situación en el continuo izquierda-derecha de los partidos IU y PP, así como su propia ubicación<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Este efecto se caracterizó en términos periodísticos como el “tirón de Felipe González”.

<sup>17</sup> En los epígrafes siguientes se explora las implicaciones sustantivas de estas asociaciones.

<sup>18</sup> Este es un caso de un fenómeno más general que afecta a la interpretación de la relación entre voto y autoposicionamiento de los votantes en escalas ideológicas o de posición ante *issues*. La racionalización del voto consiste en que los votantes sitúan a los partidos que tienen intención de votar más cerca de su autoubicación. Por ello, la dirección de la causalidad no queda determinada: no se puede determinar si el voto

Finalmente, el interés por la campaña electoral, por sí solo, tiene un efecto negativo sobre la probabilidad de cambio de voto al PSOE. Mostrar más interés en campaña disminuye la probabilidad de votar finalmente al PSOE<sup>19</sup>. Ahora bien, pensar que el PP ganaría las elecciones y tener interés por la campaña aumenta la probabilidad de votar al PSOE. O sea, aun pensando que el PP ganaría las elecciones, la intención de voto era distinta de PSOE<sup>20</sup>. Sin embargo, la influencia de la campaña hace que si se piensa que va a ganar el PP se cambie el voto al PSOE. Respecto a la relación entre las variables LRPP21 y LRIU21 y la variable que mide el efecto de la campaña, se podría pensar que ambas variables interactúan. Pero no es así. Las interacciones de la variable CAMINT con LRIU21 y LRPP21 no son significativas (Modelos 2 y 3). Por tanto, aceptando la variable CAMINT como *proxy* de la influencia de la campaña, la polarización de IU y PP no afectó al cambio de voto al PSOE de un modo diferente a los votantes influidos por la campaña y a los no influidos. Por tanto, el aumento de polarización de estos partidos no parece ser consecuencia de la campaña electoral del PSOE.

En conclusión, las vinculaciones políticas (ideología, valoración de Felipe González) y personales (congruencia con el voto familiar y de la pareja) tienen una importancia enorme en el aumento de probabilidad de cambiar el voto al PSOE. Además, las consideraciones de carácter estratégico, como apuntan algunas variables explicativas del modelo, fueron importantes. La indecisión duró bastante: hasta una o dos semanas antes de las elecciones<sup>21</sup>. Muy interesante es que la valoración de la actuación gubernamental no influye en la decisión

---

sigue a la posición de los partidos en la escala o, al contrario, le precede. *Vid.*, por ejemplo, Markus y Converse (1979).

<sup>19</sup> Ciertamente, medir la influencia de la campaña electoral con esta variable es problemático. También lo es con una variable que mida la exposición a la campaña. No parece que, por ejemplo, estar sentado delante del televisor durante horas sin prestar atención alguna tenga una influencia importante. También tiene enormes problemas medir el efecto de la campaña basándose en el cambio que experimentan algunas variables medidas en las dos olas del panel (por ejemplo, Finkel, [1993]; Finkel y Schrott [1995]; Fernández [2000]; Barreiro y Sánchez-Cuenca [1998]. Por ejemplo, polarizar la situación de un partido en la escala ideológica puede ser consecuencia de factores distintos a la campaña. Por ejemplo, racionalización del voto. Ahora bien, parece plausible pensar que si el votante manifiesta interés en el seguimiento de la campaña electoral, ésta puede influir más en su opción electoral que la de otro votante que manifiesta no tener ningún interés en seguir la campaña

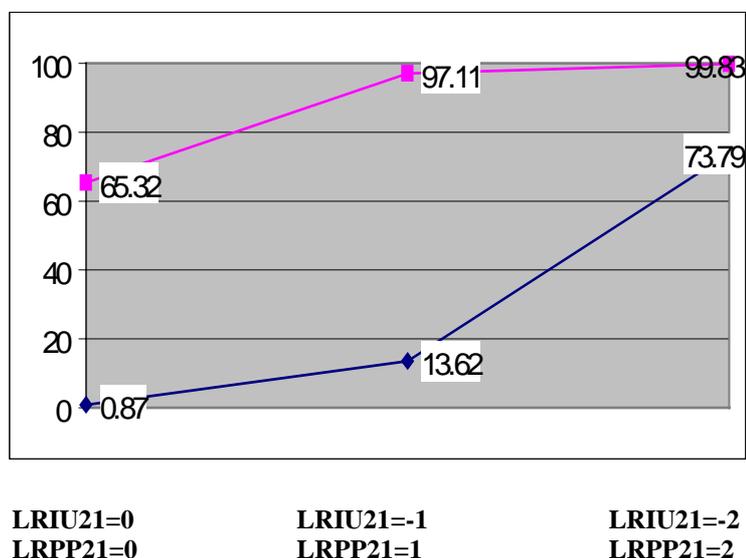
<sup>20</sup> Recuérdese que la variable WHOWINPP pertenece a la primera ola.

<sup>21</sup> Esto contradice una extendida interpretación en ciertos medios periodísticos según la cual estos votantes manifestaron intención de no votar al PSOE porque se sentían avergonzados de que se conociera su intención real, que era votar a este partido.

de votar al PSOE (Modelos 4 y 5). La valoración de la actuación gubernamental, precisamente, determinó que la intención de voto de estos electores fuera distinta al PSOE. La creencia de que el PP ganara las elecciones, por sí misma, así como interactuando con la campaña, también aumentó la probabilidad de cambio de voto al PSOE.

Especialmente llamativa es la influencia de la polarización ideológica. Con independencia del mecanismo causal que canaliza su influencia, veamos qué nos indica el modelo estadístico. Pensemos en un individuo de izquierdas, que ocupa una posición de 3.5 en la escala ideológica. Los valores del resto de variables del modelo para este individuo coinciden con la media, salvo los del resto de *dummies* que son cero. (1) Cuando este individuo no tiene interés por la campaña electoral ni piensa que el PP vaya a ganar las elecciones, si no cambia la ubicación de IU ni de PP, la probabilidad de que cambie su voto al PSOE es del 9 por ciento. Si sitúa a IU y un punto más a la izquierda y al PP un punto más a la derecha, la probabilidad aumenta hasta el 14 por ciento. Si aumenta estas variables en dos unidades, la probabilidad es del 74 por ciento. (2) Y cuando tiene interés por la campaña electoral y piensa que el PP ganará las elecciones, estas probabilidades son del 65 por ciento (cuando no cambia la ubicación de IU ni de PP), del 97 por ciento (cuando sitúa a IU una unidad más a la izquierda y a PP una más a la derecha) y del 99 por ciento (cuando lo hace en dos unidades). Finalmente, nótese que la variable PERFORMANCE no está asociada con el cambio de voto al PSOE (Modelo 4). Tampoco lo está la interacción de ésta con la variable CAMINT. Por tanto, la evaluación retrospectiva de la actuación gubernamental no influyó en el cambio de voto al PSOE.

**GRÁFICO 1. Probabilidad de cambiar el voto al PSOE. Efecto combinado de la campaña, creencia sobre la victoria electoral del PP y la polarización en las posiciones de PP e IU.**



**A:** CAMINT=0 y WHOWINPP=0. Individuos que no siguieron con interés la campaña electoral y que no pensaban que el PP fuera a ganar las elecciones.

**B:** CAMINT=1 y WHOWINPP=1. Individuos que siguieron con interés la campaña electoral y que pensaban que el PP fuera a ganar las elecciones.

## 2. Los mecanismos alternativos para explicar el comportamiento electoral de los votantes cambiantes al PSOE

### 2.1. La hipótesis nula: voto estratégico

Recordemos la expresión (2) (en la sección segunda de este trabajo). La utilidad esperada de la elección del votante depende de la estimación que éste hace de la probabilidad de cada resultado condicionada al voto que emite, así como de la utilidad que obtiene de cada resultado. Los cambios de estimación de aquellas probabilidades, puesto que las utilidades que obtiene de cada resultado son fijas, pueden determinar cambios en la elección que hace máxima la utilidad esperada en un momento  $t$ . En efecto, el comportamiento estratégico

consiste en que un cambio de la probabilidad de que ocurra un resultado no deseado hace que se elija una opción de voto que no es la más preferida. Este comportamiento es consecuencia exclusivamente de los cambios en las probabilidades de cada resultado, y no de cambios en las utilidades asociadas a los resultados.

¿Se puede caracterizar el comportamiento electoral de los *votantes cambiantes* como *voto estratégico*? ¿Votaron finalmente al PSOE, cambiando su intención inicial, debido únicamente a que aumentó su estimación de la probabilidad de que ganara el PP las elecciones?

El perfil de estos votantes se caracteriza por dos elementos: son críticos con la actuación del gobierno y son políticamente próximos al PSOE. En las elecciones generales de 1993, el conjunto de resultados posibles que podían prever los votantes, basándose en los resultados de las encuestas de intención de voto publicadas antes de las elecciones, fue el siguiente:  $R = \{r_1, r_2, r_3\}$ .  $r_1$ : gana PSOE, pero con una ventaja reducida,  $r_2$ : PSOE gana con mayor margen y  $r_3$ : PP gana las elecciones. Las opciones de voto de los votantes cambiantes fueron básicamente dos:  $V = \{v_1, v_2\}$ ;  $v_1$ : no votar al PSOE para mostrar su descontento con la actuación gubernamental (lo que en términos periodísticos se llamó *voto de castigo*) y  $v_2$ : votar al PSOE, dado su perfil político.

Para contrastar empíricamente si votaron estratégicamente necesitamos conocer, primero, las utilidades que aportaban a estos votantes cada resultado, y después si cambió la estimación de la probabilidad de que el PP ganara las elecciones en el caso de que su opción de voto continuara siendo  $v_1$  (*voto de castigo*)<sup>22</sup>. No disponemos de datos que permitan calcular las funciones de utilidad de los votantes ni conocer las probabilidades subjetivas de ocurrencia de los resultados  $r_1$ ,  $r_2$  y  $r_3$ . Ahora bien, es posible inferir ambos grupos de variables a partir del perfil político de los *cambiantes* y de la evolución de las estimaciones de intención de voto de encuestas previas a la fecha de las elecciones.

---

<sup>22</sup> Véase la nota 4.

(1) El perfil de los votantes cambiantes al PSOE - los votantes recogidos en el valor 1 de la variable VPS- ha sido analizado por Barreiro y Sánchez-Cuenca (1998). Las conclusiones de su análisis empírico indican que (i) valoraban negativamente la actuación gubernamental (su valoración coincide con la de los electores que no votaron al PSOE) y (ii) eran políticamente cercanos al PSOE. En efecto, (iii) su ubicación en la escala ideológica es la izquierda, entre el centro-izquierda y la extrema izquierda; (iv) valoran positivamente a Felipe González; (v) muchos eran antiguos votantes del PSOE en 1989; (vi) situaban al PP muy a la derecha; la ubicación media del PP por parte de estos votantes es 8.5 y su autoubicación es 3.7 (datos de la segunda ola): están muy alejados ideológicamente del PP. Además, tienen marcadas preferencias negativas hacia el PP (Marí-Klose, 1997); (vii) finalmente, las personas de su entorno social eran votantes del PSOE.

Por tanto, parece plausible que las utilidades que aportan a estos votantes cada uno de estos resultados están ordenadas así:  $U(r_1) > U(r_2) > U(r_3)$ . En efecto, el resultado  $r_1$  (gana el PSOE pero por un escaso margen) es coherente con su evaluación negativa de la gestión gubernamental y con sus características políticas. El resultado  $r_2$  es coherente con sus características políticas, pero no su evaluación (negativa) retrospectiva de la actuación gubernamental. Finalmente, el resultado  $r_3$  es el que les aporta menor utilidad dada su lejanía política del PP.

(2) La publicación de encuestas de intención de voto fue cambiando la estimación de las probabilidades de ocurrencia de cada resultado. El análisis de la evolución de la intención de voto así lo muestra<sup>23</sup>.

(2.1) Desde las elecciones de 1989 hasta finales de 1991 la distancia en intención de voto entre PSOE y PP coincidió con la diferencia porcentual de votos obtenidos por cada partido en las elecciones de 1989 (entre un 13 y un 14 por ciento).

(2.2) Desde los primeros meses de 1992 hasta el primer trimestre de 1993 el PP redujo considerablemente su distancia respecto al PSOE. Esta reducción de la distancia en intención

---

<sup>23</sup> Sigo a Arango y Díez (1993).

de voto coincidió con el desarrollo de evaluaciones muy críticas de la situación económica y política, así como de la actuación gubernamental. Los votantes del PSOE en 1989 que no tenían intención de votarle de nuevo en las elecciones de 1993 mostraron la misma actitud crítica. Así y todo, todavía en marzo de 1993 más de la mitad de los electores pensaba que el PSOE sería el ganador de las elecciones<sup>24</sup>. Por tanto, la situación en este período se caracterizó por la valoración negativa de la actuación gubernamental, la disminución de la intención de voto al PSOE y la creencia de que el PSOE ganaría las elecciones. Por ello, parece claro que la valoración negativa de la actuación gubernamental determinó que estos votantes cambiantes y/o críticos del PSOE decidieran no volver a votar al PSOE. Puesto que la estimación subjetiva de la probabilidad de que el PSOE ganara las elecciones era alta, esta decisión no tendría el coste de que el PP ganara las elecciones. Por tanto, cuando la estimación de la probabilidad de que el PP ganara las elecciones era baja, la elección de la opción que maximizaba su utilidad esperada era  $v_1$  ('voto de castigo' al PSOE).

(2.3) En el primer trimestre de 1993 la diferencia de intención de voto entre PSOE y PP se redujo tanto que en marzo ambos partidos estaban empatados. Incluso el PP aventajó al PSOE en algunos momentos (ver Tabla 2). La posibilidad de que el PP ganara las elecciones era real. La evaluación subjetiva de los resultados mostró a principios de Mayo que solo el 38 por ciento de los encuestados consideró que el PSOE volvería a ganar las elecciones<sup>25</sup>. La evolución de la intención de voto refleja una ligera ventaja del PP sobre el PSOE desde marzo hasta principios de mayo, momento en que empatan. A mediados de Mayo el PSOE obtiene una ligera ventaja y finalmente gana las elecciones al obtener un 3.9 por ciento más de votos que el PP. En la Tabla 2 se observa que la abstención disminuyó desde marzo. Igual ocurre con la indecisión sobre el voto a emitir. La comparación de las intenciones de voto con el voto final en la encuesta de panel DATA93 indica que la mayoría de indecisos y abstencionistas, según manifestaron antes de las elecciones, terminaron votando al PSOE.

---

<sup>24</sup> El dato que debería utilizar es la evaluación subjetiva de los resultados de las elecciones por parte de los *votantes cambiantes*. No dispongo de ese dato. Ahora bien, no existen razones poderosas para suponer que este grupo de votantes tuvo una percepción diferente al resto de electores.

<sup>25</sup> Véase nota anterior.

**TABLA 2.** *Evolución de la intención de voto.*

	Marzo	Abril	Mayo-I	Mayo-II	Resultado 93
PSOE	33.2	33.5	33.8	35.4	38.7
PP	34.5	34.5	33.8	34.0	34.8
Abstención	32.0	29.0	28.0	27.6	23.0
Indecisos	16.4	14.0	11.0	8.2	--

Fuente: Arango y Díez (1993: 14).

Por tanto, parece existir una asociación entre aumento del porcentaje de votos al PSOE, reducción abstención y de la indecisión, y cambio de la valoración subjetiva de la probabilidad de que el PSOE o el PP ganaran las elecciones (en marzo un 61 por ciento de encuestados pensaba que el PSOE ganaría las elecciones; a comienzos de mayo solo un 38 por ciento). Según la hipótesis nula, el aumento de probabilidad de que el PP ganara las elecciones si seguían optando por emitir un voto de castigo al PSOE determinó que los *votantes cambiantes*, finalmente, optaran por votar al PSOE ( $v_2$ ). Según esta interpretación, la  $\Pr(r_3|v_1)_2 > \Pr(r_3|v_1)_1$ ; e incorporando estos cambios en el cálculo de la utilidad esperada de cada opción de voto  $U[(v_1)]_2 < U[(v_2)]_2$ . Por ello, estos votantes eligieron  $v_2$ : votar al PSOE.

Es cierto, como muestran los datos de la Tabla 2, que existe una *asociación* entre intención de voto al PSOE, disminución de la indecisión y de la abstención y aumento de los votos PP. Ahora bien, ¿existe una relación de *causalidad* entre estas variables: entre el aumento de la intención de voto al PP y cambiar el voto respecto a la intención? ¿El mecanismo que conecta el aumento de probabilidad de que ganara el PP las elecciones y cambiar el voto al PSOE consiste simplemente en el implicado en el *voto estratégico*? Por tanto, ¿no podemos *rechazar* la hipótesis nula?

La interpretación de los parámetros del modelo econométrico presentado conduce a todo lo contrario: el rechazo de la hipótesis nula. En efecto, la variable *WHOWINPP*, que pertenece a la primera ola del panel, aumenta la probabilidad de cambiar de voto al PSOE sin haber tenido intención de votar a este partido. O sea, inicialmente, en la primera ola del panel –antes de las elecciones– los *votantes cambiantes* simultáneamente (1) pensaban que el PP

ganaría las elecciones, y (2) no tenían intención de votar al PSOE. Además, (3) valoraban mal la actuación gubernamental, razón por la que su intención de voto era – a pesar de su perfil político-ideológico- distinta del PSOE. Por tanto, aun pensando que el PP ganaría las elecciones, no mostraron intención de votar al PSOE. La causa de ello: la negativa evaluación de la actuación gubernamental. Si la hipótesis de voto estratégico fuera cierta, pensar que el PP ganaría las elecciones y manifestar una intención de voto diferente al PSOE no podrían suceder simultáneamente. En efecto, de acuerdo con la interpretación según la cual el comportamiento de los votantes cambiantes se puede caracterizar como voto estratégico, éstos votaron al PSOE modificando su intención porque la posibilidad de que el PP ganara las elecciones les condujo a elegir su segunda opción de voto: votar al PSOE.

En la segunda ola, el modelo econométrico informa que ya desaparece la compatibilidad entre pensar que el PP ganaría las elecciones ( $WHOWINPP=1$ ) y no votar al PSOE. Si bien en un primer momento pensar que el PP ganaría las elecciones fue compatible con no tener intención de votar al PSOE, en la segunda ola pensar que el PP sería el vencedor aumenta la probabilidad de votar al PSOE. Por tanto, entre las dos olas del panel algo ocurrió para que pensar que la creencia de que el PP ganara las elecciones hiciera a estos votantes optar por el PSOE renunciando a su intención inicial. Además así lo muestra la significatividad y el signo positivo del parámetro de la interacción de la variable efecto de campaña y la variable que mide pensar que ganaría el PP ( $CAMINT*WHOWINPP$ ). Por tanto, podemos rechazar la hipótesis nula: la interpretación del comportamiento de los *votantes cambiantes* como voto estratégico no es plausible.

## 2.2. Una hipótesis alternativa

En efecto, algo tuvo que ocurrir para que creer que el PP ganaría las elecciones dejara de ser compatible con *no* votar al PSOE. Como se observa en el Modelo 1 (Tabla 1), además de  $WHOWINPP$ , la interacción de esta variable con la que mide interés en el seguimiento de la campaña,  $CAMINT$ , contribuye positivamente y de un modo significativo a aumentar la probabilidad de votar al PSOE pese a no haber tenido intención de hacerlo. Este

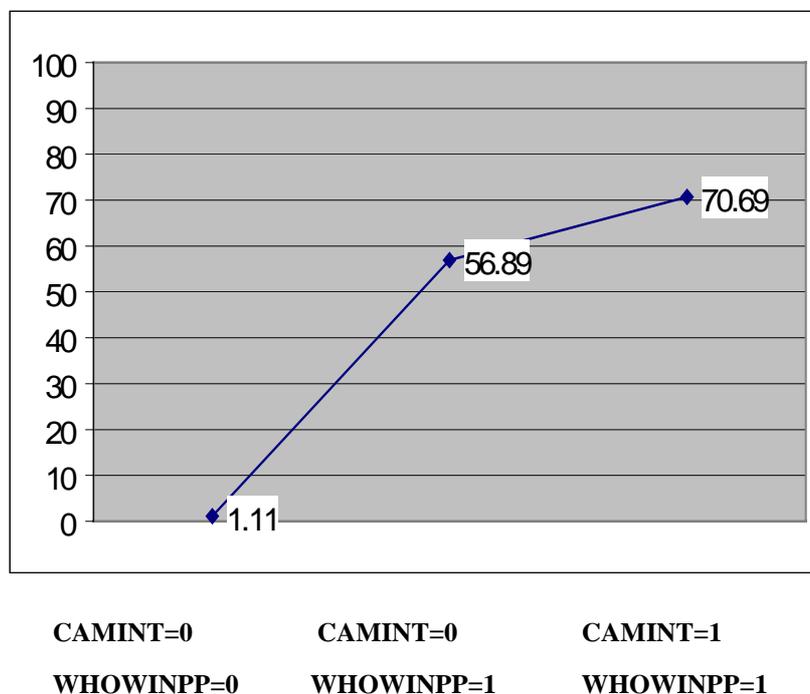
efecto de la campaña consiste, pues, en hacer que los que pensaban que el PP ganarían las elecciones cambiaran su intención y votaran finalmente al PSOE.

Algunos análisis de las elecciones generales de 1993 –replicando la recuperación de las ideas de Lazarsfeld *et al.* (1968) realizada en los trabajos de Finkel (1993) y Finkel y Schrott (1995)- han concluido que el comportamiento electoral de los *votantes cambiantes* fue una consecuencia de la campaña electoral del PSOE. Ésta, simplemente, *activó* a estos votantes: despertó sus disposiciones políticas iniciales (recuérdese la descripción del perfil político de estos votantes, en concreto su cercanía al PSOE) y éstos votaron conforme a las mismas (*vid.* Fernández, 2000; Barreiro y Sánchez-Cuenca, 1998). El problema de esta interpretación consiste en que no ofrece una explicación de por qué la evaluación retrospectiva de la actuación gubernamental deja de importar para explicar el voto final al PSOE, y son solamente esas disposiciones políticas iniciales las determinantes. La mala evaluación de la actuación del gobierno fue la causa de que su intención de voto fuera distinta del PSOE. Y en el momento de las elecciones, a pesar de esa mala evaluación de la actuación gubernamental votan al PSOE. Además, de acuerdo con el modelo de regresión logística presentado, no son solamente esas disposiciones iniciales las que importan.

Ciertamente, y de acuerdo con el modelo de regresión logística presentado, la campaña electoral influyó en la probabilidad de cambio de voto al PSOE. Pero su efecto no consistió en una simple *activación*, en apretar un botón y encender unas disposiciones políticas que estaban apagadas. Mediante su efecto, pensar que el PP ganaría las elecciones deja de ser compatible con *no* votar al PSOE. En efecto, la interacción CAMINT\*WHOWINPP está asociada con un aumento significativo de la probabilidad de cambiar el voto respecto a la intención y optar por el PSOE. Además, la variable PERFORMANCE (Modelo 4) deja de importar en la explicación del comportamiento electoral. En la primera ola, la mala evaluación retrospectiva de la actuación gubernamental es la causa de que aun pensando que el PP ganaría las elecciones, la intención declarada por estos votantes sea distinta al PSOE. Pero en la segunda ola, tal evaluación de la actuación gubernamental deja de ser incompatible con votar al PSOE, y pensar que el PP ganaría las elecciones pasa a ser incongruente con no votar a este partido. O sea, una pareja se une - negativa evaluación actuación gubernamental y votar al PSOE-, y otra se separa: pensar que

el PP ganaría y *no* votar al PSOE. En el Gráfico 2 se observa la influencia de las variables CAMINT y WHOWINPP en las probabilidades de votar al PSOE pese a no haber manifestado intención de hacerlo. Para un individuo caracterizado por variables explicativas que adoptan el valor de la media en las variables explicativas continuas, y cero en las variables *dummies*, este efecto es el siguiente: (1) Cuando no piensa que el PP ganará las elecciones y tampoco ha seguido con interés la campaña electoral, su probabilidad de votar finalmente al PSOE es muy baja: 1 por ciento. (2) Si pensó que el PP ganaría las elecciones, esta probabilidad aumenta hasta el 57 por ciento. (3) Pero si además siguió la campaña con interés, esta probabilidad alcanza el 71 por ciento.

**GRÁFICO 2. Probabilidad de cambiar el voto al PSOE. Efecto combinado de la campaña y la creencia en la victoria electoral del PP.**



La interpretación de la decisión de estos votantes no es inmediata. No dispongo de las variables necesarias para dar una respuesta definitiva<sup>26</sup>. Ahora bien, aunando la información que aporta el modelo econométrico y la información cualitativa sobre la campaña electoral del PSOE<sup>27</sup> es posible ensayar una interpretación. Así, la interpretación que aquí se ofrece de las asociaciones encontradas en el Modelo 1 es la siguiente. Un primer efecto de la campaña consistió en cambiar el sentido del voto: en la formación de la decisión de los votantes tuviera lugar de un modo prospectivo y no retrospectivo. Ahora bien, aun si esta interpretación es correcta, no explica por qué votaron al PSOE: por qué el equilibrio, para estos votantes, consiste en votar PSOE. La cuestión, en efecto, no es baladí. No se puede responder, sin más, que el equilibrio implicaba votar al PSOE. Esta apresurada interpretación olvida que aunque el sentido del voto sea prospectivo, la pasada actuación gubernamental influye en la *credibilidad* de las propuestas del *incumbent* (Alesina y Rosenthal, 1995: cap. 2; Downs, 1957; Fearon, 1998). Queda, pues, por responder u ofrecer una interpretación de por qué el equilibrio implicaba para estos votantes elegir al PSOE, no obstante los importantes problemas de credibilidad que afrontaba este partido.

Nuevamente tengo que recurrir a la combinación de las conclusiones del modelo regresión con información cualitativa sobre la campaña del PSOE. La campaña del PSOE incidió en la existencia de un programa oculto del PP. Según esta interpretación de los líderes del PSOE, una vez que el PP llegara al gobierno, si resultaba elegido, desarrollaría un programa no de centro sino de derecha. Además, el PSOE insistió en la naturaleza y las señas de identidad del PP: era un partido de *derechas*. Traduciendo estas acciones a lenguaje de las teorías que estoy utilizando, especialmente la teoría espacial del voto, el PSOE (1) incluyó la dimensión izquierda-derecha para marcar las identidades de los partidos. De este modo la competición por el voto, una vez conseguido que el sentido de éste fuera prospectivo, era

---

<sup>26</sup> El cuestionario de DATA 93 no incluye preguntas que permitan construir variables que midan el sentido del voto –retrospectivo o prospectivo–, ni variables que midan la posición ante issues de los partidos políticos y de los votantes.

<sup>27</sup> Me baso en el detallado análisis de contenido realizado por Mari-Klose (1997), basado en el seguimiento campaña realizado por *El País*. Dos elementos caracterizaron esta campaña: conseguir que los votantes tomaran su decisión de un modo prospectivo y resaltar la naturaleza y las señas de identidad del PP. El título de la campaña del PSOE, *Votar Futuro*, revela el primer elemento. El segundo se materializó en los mensajes transmitidos en la campaña del PSOE.

favorable al PSOE<sup>28</sup>. (2) E incidió en disminuir la credibilidad del PP, para así compensar la merma de su propia credibilidad debida a su (pasada) actuación gubernamental.

La influencia de la inclusión de la dimensión izquierda-derecha pudo ser efectiva gracias a dos mecanismos -discutidos en la primera sección del trabajo-: retórica o herestética. ¿Cuál de los dos fue el que indujo el equilibrio hacia el PSOE? El modelo econométrico nos informa que situar al PP más a la derecha en la segunda ola del panel aumenta la probabilidad de votar al PP<sup>29</sup>. Una interpretación precipitada atribuiría este efecto a que el PSOE hizo creer a los votantes cambiantes que el PP era más de derechas: modificó sus preferencias y, como consecuencia, estos votantes prefirieron votar al PSOE. O sea, la retórica del PSOE convenció a los *votantes cambiantes*. Ahora bien, ésta no es la única respuesta posible. Puede ocurrir que situar a PP más a la derecha no sea una *causa*, sino una *consecuencia*, de cambiar el voto hacia el PSOE. O sea, que se decida cambiar el voto y, posteriormente, se racionalice esa decisión.

No es posible saber de un modo definitivo qué refleja la variable LRPP21. Para ello sería necesario una observación más, previa a las elecciones, en la encuesta de panel para determinar si el cambio de ubicación en la escala ideológica precedió o sucedió al cambio de voto<sup>30</sup>. Con todo, utilizando la evidencia estadística y lógica disponible es posible ofrecer una interpretación.

En primer lugar, la probabilidad de votar finalmente al PSOE no está asociada de un modo positivo solamente con situar al PP más a la derecha. También situar a IU más a la izquierda hace más probable que el votante cambie su voto. La campaña del PSOE se centró en marcar la identidad de derecha del PP y no se refirió a la naturaleza de la coalición IU.

---

<sup>28</sup> Siempre suponiendo que los votantes cambiantes resultaran influidos por este mensaje.

<sup>29</sup> Igual ocurrió con situar más a la izquierda con IU. En efecto, como el coeficiente del parámetro de LRIU21 es negativo, situar a IU más a la izquierda (LRIU21) determina aumentos de la probabilidad de votar a IU.

<sup>30</sup> Para ser más precisos, sería necesaria una observación más, previa al momento en que el individuo toma su decisión (final) de voto.

Entonces, si situar al PP más a la derecha y a IU fueron consecuencia del mismo mecanismo, éste no pudo ser la retórica desarrollada durante la campaña electoral<sup>31</sup>.

En segundo lugar, las interacciones de las variables LRIU21 y LRPP21 con CAMINT no son significativas (Modelo 2). Se podría pensar que es así porque estas interacciones son colineales con las variables sin interacciones. Por ello he estimado un modelo con solo las interacciones (Modelo 3). Como se puede observar en la Tabla 1, estas interacciones no son significativas. O sea, la influencia de extremar la posición en la escala ideológica de estos partidos sobre la probabilidad de cambio de voto no fue diferente para los votantes influidos por la campaña electoral que para los inmunes a la misma.

Finalmente, la decisión de estos *votantes cambiantes* pudo generarles disonancia cognitiva (*vid.* Akerloff y Dickens, 1982; Rabin, 1994). Recordemos las consideraciones del epígrafe I.3 acerca de la eliminación de la disonancia cognitiva, en concreto la expresión (3). Partiendo del supuesto de que las creencias de los individuos no están totalmente determinadas, sino que éstos tienen cierto control sobre las mismas, en esta expresión se observa cómo el cambio de creencias puede permitir al individuo eliminar la disonancia de una acción y determinar que la utilidad neta que obtiene de la misma sea mayor que la que tenía antes de tal cambio. La decisión de los *votantes cambiantes* fue el resultado de una tensión enorme entre la evaluación de la actuación gubernamental y la necesidad de tener que votar al “mejor tipo”. Su decisión final de votar al PSOE no fue simplemente una opción por la coherencia con sus características y disposiciones políticas (por ejemplo, Barreiro y Sánchez-Cuenca, 1998), como consecuencia de la *activación* de la campaña electoral (p.ej. Fernández, 2000). Si finalmente decidieron votar al PSOE fue por el cambio del sentido del voto de retrospectivo a prospectivo, y porque el equilibrio fue favorable al PSOE. Ahora bien, que la evaluación retrospectiva de la economía no influyera en su decisión final de voto no implica que olvidaran su negativa evaluación retrospectiva de la misma. Y tampoco que la campaña electoral la mejorara<sup>32</sup>. En efecto, como señalan Arango y Díez (1993: 15), estos

---

<sup>31</sup> Obviamente, podría haber ocurrido que las causas de la polarización de PP e IU hubieran sido diferentes.

<sup>32</sup> En efecto, de acuerdo nuevamente con el modelo econométrico, la interacción del efecto de la campaña con la evaluación de la actuación gubernamental no está asociada de un modo significativo con el cambio de voto (Modelo 5).

votantes “se veían confrontados a una búsqueda subjetiva del sentido de su voto para que éste no fuera disonante con su valoración de la situación (económica y política) ni con sus ideas políticas”. En esta situación es muy probable que estos votantes racionalizaran su opción final. Y qué mejor que hacerlo a través de una variable determinante del comportamiento electoral en España como la ideología (Gunther y Montero, 1993; Lancaster y Lewis-Beck, 1986; Sani y Montero, 1986).

Ahora bien, aun si la variable que recoge la polarización ideológica del PP no es un efecto de la retórica, eso no quiere decir que la inclusión de esta dimensión en la campaña no influyera en la decisión final de los votantes cambiantes. Su efecto pudo acomodarse a mecanismos propios de maniobras herestéticas. Una vez conseguido que el voto fuera prospectivo, el equilibrio fue favorable al PSOE gracias a la incidencia en la falta de credibilidad del PP, y a la introducción de la dimensión izquierda-derecha en la competición.

## **Conclusión**

En este trabajo se ha presentado un análisis detallado de un caso. Se ha mostrado cómo un partido evita ser *accountable* ante los ciudadanos. Explotando la existencia de un *challenger* lejano a un grupo de votantes, consigue cambiar el *sentido* del voto de estos ciudadanos -que los criterios prospectivos sustituyan a los retrospectivos en la formación su decisión- y desarrolla maniobras herestéticas consistentes en resaltar la dimensión ganadora: la dimensión por la que estos ciudadanos están tan alejados del *challenger*. De este modo el *incumbent* indujo un equilibrio que le fue favorable.

Este resultado constituye un primer paso para el análisis de las dificultades de concebir las elecciones como una institución que produce la *accountability* de los gobiernos ante los ciudadanos. En concreto, para el desarrollo teórico de las implicaciones de la existencia de un *challenger* que es considerado un “mal tipo” por el electorado o por un conjunto del mismo. Este desarrollo debería partir de una especificación estratégica de la decisión del votante. Ésta consistiría en la especificación de las utilidades esperadas que

obtiene el individuo cuando vota en un sentido retrospectivo y cuando lo hace prospectivamente. Partiendo de esta especificación, habría que realizar análisis de estática comparativa para determinar la influencia sobre el sentido del voto de la combinación de una mala evaluación retrospectiva de la actuación del *incumbent* y la existencia de un *challenger* considerado un “mal tipo”. Pero esto excede el propósito de este trabajo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Akerloff, G. y W. Dickens (1982), "The Economic Consequences of Cognitive Dissonance", *American Economic Review*, 72.3: 307-319.
- Aldrich, J. (1997), "When is it Rational to Vote?", en D. Mueller (ed.), *Perspectives on Public Choice: A Handbook*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Alesina, A. y H. Rosenthal, (1995), *Partisan Politics, Divided Governments, and the Economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Arango, J. y M. Díez (1993), "6-J: El sentido de una elección", *Claves de Razón Práctica*, 36: 10-18.
- Barreiro, B. e I. Sánchez-Cuenca (1998), "Análisis del cambio de voto hacia el PSOE en las elecciones de 1993", *REIS*, 82: 191-211.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York: Harper and Row.
- Fearon, J. (1998), "Electoral Accountability and the Control of Politicians: Selecting Good Types Versus Sanctioning Poor Performance" en A. Przeworski, B. Manin y S. Stokes eds., *Democracy, Accountability and Representation*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ferejohn, J. (1986), "Incumbent Performance and Electoral Control", *Public Choice*, 50: 5-25.
- Fernández, M. (2000). *¿Para qué sirven las campañas electorales? Los efectos de la campaña electoral española de 1993*, Estudio/Working Paper 2000/148, Madrid, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones.
- Finkel, S. (1993) "Campaign Effects on Voter Choice in the German Election of 1990", *The Journal of Politics*, 55.1: 1-21.
- Finkel, S. y P. Schrott (1995) "Campaign Effects on Voter Choice in the German Election of 1990", *British Journal of Political Science*, 25.3: 349-378.
- Fiorina, M. (1981), *Retrospective Voting in American National Elections*, New Haven: Yale University Press.
- Gunther, R. y J.R. Montero (1993), "Los anclajes del partidismo. Un análisis comparado del comportamiento electoral en cuatro democracias del sur de Europa", en P. del Castillo (ed.), *Comportamiento político y electoral*, Madrid: Centro de Investigaciones Científicas.

- Key, V.O. (1966), *The Responsible Electorate*, New York: Vintage Books.
- Lancaster, Th. Y M. Lewis-Beck (1986), "The Spanish Voter: Tradition, Economics and Ideology", *The Journal of Politics*, 48: 648-674.
- Lazarsfeld, P. *et al.*, (1968)[1944], *The People Choice*, New York: Columbia University Press.
- Manin, B., A. Przeworski y S. Stokes (1999), "Elections and Representation" en A. Przeworski, B. Manin y S. Stokes eds., *Democracy, Accountability and Representation*, Cambridge: Cambridge University Press
- Maravall, J.M. (1999). "Accountability and Manipulation", en A. Przeworski, B. Manin y S. Stokes (eds.) *Democracy, Accountability and Representation*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Marí-Klose, P. (1997), "Elecciones críticas, votantes críticos, campañas críticas. Consecuencias electorales de la campaña del PSOE en 1993", manuscrito.
- Markus, G. y P. Converse (1979), "A Dynamic Simultaneous Equation Model of Electoral Choice", *American Political Science Review*, 73: 1055-70.
- Rabin, (1984) "Cognitive dissonance and social change", *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 23.2: 177-94.
- Riker, W. (1982), *Liberalism Against Populism. A Confrontation of the Theory of Democracy and the Theory of Social Choice*, San Francisco: W.H. Freeman.
- \_\_\_\_\_ (1986), *The Art of Political of Political Manipulation*, New Haven: Yale University Press.
- \_\_\_\_\_ (1990), "Heresthetic and Rethoric in the Spatial Model", en J. Enelow y M. Hinich (eds.), *Advances in the Spatial Theory of Voting*, Cambridge: CUP.
- Sani, G. y J.R. Montero (1986), "El espectro político: izquierda, derecha y centro", en J.J. Linz y J.R. Montero (eds.), *Crisis y cambio. Electores y partidos en la España de los años ochenta*, Madrid: CEC.