



Política

ISSN: 0716-1077

rpolitc@uchile.cl

Universidad de Chile

Chile

Navia, Patricio; Osorio, Rodrigo  
Una aproximación al estado del voto económico en América Latina  
Política, vol. 53, núm. 1, 2015, pp. 7-14  
Universidad de Chile  
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64544983001>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## *UNA APROXIMACIÓN AL ESTADO DEL VOTO ECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA*

**Patricio Navia** (patricio.navia@nyu.edu)

Universidad Diego Portales/New York University

**Rodrigo Osorio** (rosoriof@gmail.com)

Universidad de Santiago de Chile/Universidad Diego Portales

De todas las explicaciones que dan cuenta del por qué la gente vota como la hace, las explicaciones asociadas a variables de corto plazo—como las condiciones económicas del país o escándalos de corrupción—tienden a generar reacciones polémicas en la opinión pública. Porque hay electores cuyas preferencias son estables en el tiempo—en tanto se basan en atributos permanentes de los votantes, como la clase social, la raza, la religión, la zona en que viven o sus inclinaciones ideológicas—las variables de corto plazo de naturaleza económica parecieran no ser relevantes para explicar el comportamiento electoral de esas personas. Pero ya que los resultados electorales varían de una elección a otra, es evidente que, por más capacidad predictiva que tengan las variables de largo plazo para explicar las preferencias de muchos votantes, no son suficientes para explicar los resultados electorales. Aunque el porcentaje de votantes cuyo comportamiento electoral sea menos predecible y estable sea minoritario, esas personas tienden a ser los votantes decisivos. De ahí la importancia de variables de corto plazo para dar cuenta de los cambios en los patrones de votación de los distintos países.

Los modelos tradicionales que dan cuenta del comportamiento electoral enfatizan variables de largo y mediano plazo, como la condición de clase o procesos de socialización para explicar la estabilidad en las preferencias electorales. Estos modelos son especialmente útiles cuando queremos analizar patrones de votación y hacer generalizaciones sobre el comportamiento electoral. Por ejemplo, en América Latina, las personas de más ingresos tienden a votar por partidos que promueven la defensa de los derechos de propiedad, mientras que el voto de los partidos conservadores tiende a ser superior en zonas rurales, donde la iglesia católica es más fuerte. Los partidos de izquierda basan su apoyo en zonas urbanas y, normalmente, los partidos que promueven la inclusión de minorías sexuales tienden a tener más apoyo entre personas con mayores niveles de educación.

Pero aunque hay evidencia de estabilidad en las preferencias electorales en varios países—especialmente aquellos con sistemas de partidos institucionalizados—las elecciones no siempre producen los mismos resultados. Por ejemplo, aun en países cuyo electorado ha sido tradicionalmente proclive a apoyar candidatos de izquierda, a veces las elecciones las ganan candidatos de derecha. Luego, hay otras variables—de corto plazo—que necesariamente deben influir en el comportamiento electoral.

Estas variables a menudo se agrupan en lo que se conoce como voto racional. Esta escuela supone que los votantes observan ciertos hechos y deciden su comportamiento electoral a partir de cómo interpretan dichos hechos. Si bien hay un sin-número de aproximaciones al votante racional—entre las que destacan el teorema del votante mediano de Downs—la más dominante en la que corresponde al análisis del voto económico. A menudo, el voto económico es entendido como un premio o castigo al gobierno saliente a partir del desempeño de la economía. Ya que el gobierno es considerado como responsable del manejo económico del país, cuando la economía anda bien, la gente premia ese buen desempeño re eligiendo al presidente, su partido o coalición en el poder. Si en cambio los resultados de la economía han sido negativos, el electorado castiga al presidente, su partido o su coalición votando por candidatos de oposición. Si bien es una simplificación útil, el voto económico es un concepto bastante más complejo y diverso en las variables económicas que inducirían a los votantes a castigar o premiar el desempeño de los gobiernos.

Si bien este concepto—voto económico—ha sido utilizado para incluir una serie de consideraciones de corto plazo—que van más allá de variables económicas—las consideraciones sobre el desempeño de la economía en el país o en la unidad electoral relevante para los votantes siguen siendo las explicaciones prevalentes. Desde la perspectiva del voto económico, las personas incorporan consideraciones sobre el comportamiento de la economía—o al menos sus percepciones sobre el estado de la economía—al decidir su voto.

Para simplificar el análisis, los modelos de voto económico normalmente suponen que la gente decide si premiar o castigar al gobierno. Si deciden castigar, las opciones de los votantes dependen de las reglas del juego de cada democracia. En casos en que la participación no es obligatoria, las personas pueden castigar absteniéndose de votar o votando por algún partido de oposición. Dependiendo del sistema de partidos del país y del sistema electoral en vigencia, la cantidad de opciones que tienen los votantes descontentos para castigar al gobierno varía. De hecho, en casos de sistemas políticos multi-pardistas o reglas electorales que privilegian la representación proporcional y que permiten la voluntariedad del voto, los votantes descon-

tentos con el gobierno enfrentan problemas de coordinación. Aun si una mayoría quiere castigar al oficialismo, el gobierno bien pudiera terminar siendo el ganador de la elección si ese castigo se distribuye entre opciones políticas distintas o si se materializa en abstención electoral. Para simplificar el análisis, los modelos de voto económico a menudo asumen supuestos bastante restrictivos. Por ejemplo, supone que los que quieren castigar al gobierno pueden fácilmente coordinarse en una sola opción de oposición de tal forma que cuando hay una mayoría que quiere castigar, la oposición se queda con la victoria.

El supuesto de que las personas incorporan sus percepciones sobre la realidad económica es a su vez a menudo sometido a simplificaciones que facilitan el análisis. Muchos estudios suponen que la realidad económica es fácilmente observable y que las percepciones que tienen las personas reflejan dicha realidad. Pero sabemos que las percepciones que tienen las personas no siempre son correctas u objetivas. Esto se puede dar porque la gente enfrenta problemas de información asimétrica y no pueden evaluar adecuadamente la realidad de la economía nacional—como cuando un gobierno aumenta en exceso el gasto antes de una elección produciendo la percepción de crecimiento económico pero generando un problema de inflación a mediano plazo. O bien, porque no son capaces de atribuir adecuadamente la responsabilidad por el desempeño económico—como cuando premian a un gobierno por las condiciones externas positivas de la economía o lo castigan por crisis económicas gatilladas por problemas internacionales. Es más, podemos incluso pensar que la asimetría en el acceso a la información—en lugares donde los medios de comunicación son dominados por ciertas posturas ideológicas—inducen a que las personas desarrollen percepciones equivocadas sobre el estado de la economía o sobre la responsabilidad del gobierno en el desempeño económico. Todas estas potenciales distorsiones influyen en las percepciones que tiene la gente sobre la economía y en la forma en que esas percepciones se transforman en premios o castigos al gobierno de turno.

De la misma forma, las evaluaciones que hace la gente sobre las políticas públicas que implementa un gobierno están sujetas a asimetrías de información. Las personas no tienen todos los elementos para evaluar adecuadamente la responsabilidad que tuvo el gobierno en los resultados de las políticas públicas que implementó.

Otra de las razones por las que distintas personas pueden evaluar de forma diferente el desempeño de los gobiernos responde a la influencia que tiene la ideología en la forma en que la gente interpreta el desempeño de los gobiernos. Por ejemplo, las personas con inclinación izquierdista probablemente serán más tolerantes con

un desempeño discreto de un gobierno de izquierda. Personas con posturas conservadoras en temas valóricos pudieran ser más críticos ante políticas públicas de gobiernos liberales, aunque esas políticas no guarden relación con temas valóricos.

A su vez, las características del sistema político pueden hacer más compleja la asignación de responsabilidades por el desempeño del gobierno. En un sistema presidencial con un poder legislativo fuerte, la gente puede optar por castigar al ejecutivo por el desempeño económico en circunstancias que las políticas adoptadas han sido producto de una negociación entre el presidente y el poder legislativo. En América Latina, los sistemas fuertemente presidenciales varían en los poderes y atributos que tienen los ejecutivos, pero la gente tiende a asignar al ejecutivo la responsabilidad principal por el desempeño de la economía.

Más que limitar la capacidad explicativa de los modelos de voto económico, estas potenciales objeciones han abierto importantes oportunidades para evaluar cómo distintas variables—como la asimetría de información o la discrepancia entre percepciones y realidades económicas—afectan el comportamiento de los votantes. Contrario entonces a lo que algunos pudieran pensar, estas objeciones no invalidan los modelos de voto económico sino que plantean líneas de investigación relevantes para entender cómo distintas variables influyen en la forma en que los votantes perciben el desempeño económico y ejercen su voto como una herramienta de premio o castigo.

De hecho, hay una amplia discusión sobre si los votantes consideran el desempeño económico del país (socio-trópico) o el propio (ego-trópico) al evaluar al gobierno y decidir su apoyo—como voto o como aprobación presidencial. Es más, es perfectamente razonable pensar que muchos votantes consideran cómo el desempeño económico afecta a grupos intermedios—su región, su grupo étnico o su sector económico—más que la evaluación que hagan sobre el desempeño de todo el país al decidir su voto.

Adicionalmente, las percepciones sobre el desempeño económico pueden tener una dimensión temporal. Como discuten varios artículos de este volumen, los votantes pueden evaluar el desempeño pasado del gobierno, el actual o las expectativas futuras. Por ejemplo, un votante de un país que vivió una crisis económica en los últimos dos años, que actualmente está pasando por una recuperación y que tiene expectativas de volver a caer en crisis tiene tres elementos posibles de análisis para construir sus percepciones económicas. Si bien la literatura tiende a agrupar las consideraciones en retrospectivas y prospectivas, el rango de tiempo que se utiliza para

construir los análisis basados en ambas miradas puede variar para distintos votantes. Nuevamente, más que constituir un problema para el voto económico, estas diferencias se convierten en oportunidades para investigar cómo y de qué magnitud es el efecto del voto económico. Como queda en evidencia en los 6 artículos incluidos en este número especial, hay una gran varianza en la forma de aproximarse al voto económico y en el foco de las distintas investigaciones que se enmarcan en este creciente campo de análisis.

Los estudios sobre el efecto del voto económico van más allá de las explicaciones sobre resultados electorales. Una forma fácil de entender la importancia de variables de corto plazo es la existencia de campañas electorales. Si la decisión de los votantes respondiera solo a cuestiones de mediano o largo plazo, no tendría sentido que los candidatos y partidos hicieran campaña antes de una elección. Porque las decisiones de los votantes combinan consideraciones de largo y mediano plazo con cuestiones de corto plazo, los candidatos buscan presentar mensajes que inclinen a los votantes hacia sus propuestas y candidaturas.

Si las explicaciones dominantes sobre el comportamiento electoral se centraran en variables de largo y mediano plazo, las campañas electorales debieran solo aspirar a despertar inclinaciones preexistentes en los votantes, no a convencer votantes. Pero ya que los candidatos dedican una enorme cantidad de tiempo y recursos en las campañas a convencer votantes—y no solo a motivar a simpatizantes o desmotivar a simpatizantes de sus rivales—podemos suponer que los propios candidatos creen que hay personas cuyo voto puede variar en cada elección, o al menos que hay personas que, estando inclinadas a votar de una forma, no han decidido si abstenerse o concurrir a votar en la próxima elección. De hecho, la creciente literatura sobre el efecto de las campañas incorpora las consideraciones del voto económico como variables relevantes para explicar por qué los votantes indecisos—swing voters—deciden sus opciones de la forma que lo hacen.

La importancia de los estudios sobre voto económico ha alcanzado también a América Latina. Si bien históricamente los estudios sobre el comportamiento electoral en la región se enmarcaron en el contexto de explicaciones que hacían uso de variables de largo y mediano plazo—como los clivajes sociales o la socialización política—estudios recientes han comenzado a usar herramientas y técnicas asociadas al voto económico para explicar el comportamiento electoral en la región. En un esfuerzo por contribuir a ese cuerpo de literatura, hemos convocado a un grupo de investigadores que han trabajado el tema para este número especial de la Revista Política.

En el primer artículo de este volumen, Mathew Singer evalúa el efecto de las percepciones sobre el desempeño económico en la intención de voto por el partido o coalición oficialista, usando datos de LAPOP del año 2014 en 18 países de América Latina. Singer muestra la presencia de voto económico en la región, pero también muestra que hay otras variables que inciden en la intención de voto por el oficialismo. El efecto del voto económico es distinto entre países, lo que apunta a la existencia de otras dinámicas que explican la intención de voto. Con todo, la gente tiende a castigar a los gobiernos cuando hay un mal desempeño económico, especialmente cuando los votantes se ven directamente afectados—no solo cuando se producen resultados dañinos para el país. Cuando los votantes tienen más capacidad de asociar el mal desempeño económico con las decisiones que ha tomado el gobierno, el castigo tiende a ser más evidente. En su evaluación de 18 países, Singer muestra importantes varianzas en la forma en que se presenta el voto económico en cada país.

En el segundo artículo, José Miguel Cabezas, al igual que Singer, destaca las diferencias que existen entre países en la prevalencia del voto económico. Utilizando datos de LAPOP de 2010 y 2012, Cabezas compara 24 países de América Latina y el Caribe. Con sofisticados modelos estadísticos, muestra la presencia de heterogeneidad en la forma en que se presenta el voto económico. Destaca que los votantes que se identifican con partidos—una minoría en la región—presentan menos inclinación a evaluar a los gobiernos a partir del desempeño y de las expectativas económicas. Pero el voto económico aparece más prevalente en electores que no se identifican políticamente, aunque hay diferencias importantes entre países.

Ryan Carlin y Katherine Hunt analizan la presencia de voto económico en Uruguay con una serie de tiempo de datos mensuales entre 2007 y 2013. Esta serie nunca había sido usada para estudiar los determinantes de la aprobación presidencial en Uruguay. Utilizando la metáfora de los campesinos y banqueros—que, para tomar sus decisiones, analizan la situación presente y futura respectivamente—Carlin y Hunt sugieren que los votantes uruguayos son más bien ahorristas (una mezcla entre banqueros y campesinos), que consideran su situación económica personal y las expectativas personales en vez de las condiciones futuras del país o sus condiciones personales pasadas. Los autores especulan sobre cómo las condiciones económicas en las últimas décadas pudieran haber llevado a los uruguayos a comportarse en una especie de mitad de camino entre electores menos sofisticados (campesinos) y aquellos que la literatura considera como más sofisticados (banqueros).

En un artículo que analiza la evolución en el apoyo a Ollanta Humala, desde su candidatura presidencial en 2011 hasta su tercer año en el poder en 2014, Rodrigo Osorio muestra la presencia de voto económico en el Perú. Dialogando con una amplia literatura que ha estudiado los determinantes de la aprobación presidencial desde comienzos de los 90, Osorio muestra que el voto económico tiene mayor poder explicativo sobre la aprobación del Presidente Humala que sobre la intención de voto por el candidato Humala en 2011. Para Osorio, los peruanos parecen sacar a relucir su ideología en las elecciones presidenciales pero, dado su sistema de partidos débil, a la hora de evaluar a los presidentes, la ideología es remplazada por consideraciones económicas de corto plazo. Más que el estado de la economía, los peruanos parecen decidir su apoyo al presidente a partir de su percepción sobre cómo le está yendo al país.

El quinto artículo de este número especial analiza la aprobación presidencial en Chile en los gobiernos de Michelle Bachelet (2006-2010) y Sebastián Piñera (2010-2014). Lucas Perelló muestra que la teoría del voto económico no fue un buen predictor de la aprobación presidencial en estos dos gobiernos. Pese a las malas condiciones de la economía hacia fines del periodo de Bachelet, los chilenos aprobaron fuertemente su gestión. De hecho, mientras más se deterioraba la economía, mayor fue la aprobación a la Presidenta Bachelet. En cambio, pese a que la situación económica mejoraba bajo su gobierno, el Presidente Piñera tuvo niveles más bajos de aprobación. Perelló muestra la importancia de la identificación política de los chilenos en el apoyo o rechazo que brindan a sus presidentes.

El último artículo de este volumen analiza una aparente paradoja, también en Chile. Patricio Navia e Ignacio Soto Castro analizan la intención de voto por el candidato presidencial oficialista en las elecciones de 1999, 2005, 2009 y 2013. Las cuatro elecciones tuvieron combinaciones distintas de situación económica en el país y de aprobación por el presidente saliente. En 1999, con una mala situación económica y un presidente saliente impopular, el candidato oficialista ganó la elección. En 2005, con un presidente saliente popular y una buena situación económica, la candidata oficialista también ganó. En 2009, con una mala situación económica y una presidenta saliente con alta popularidad, el candidato oficialista fue derrotado. En 2013, con una buena situación económica y un presidente saliente impopular, la candidata oficialista también perdió. Navia y Soto Castro destacan la importancia de la identificación política como determinante del voto, aunque también identifican la importancia del voto socio-trópico como explicación de por qué la gente vota como lo hace.

Los seis artículos de este volumen destacan distintas formas de abordar el voto económico. Las comparaciones entre países, a través del tiempo y dentro de los países constituyen distintas formas de evaluar la presencia de voto económico. Si bien hay heterogeneidad regional, diferencias en el tiempo y dentro de los propios países, también es evidente que el voto económico constituye una variable importante—ciertamente no la única—que explica las preferencias y actitudes políticas de las personas en América Latina. A menudo en interacción y tensión con otras variables que también influyen en las percepciones y visiones políticas que tiene la gente, la aplicabilidad de la teoría del voto económico subraya la sofisticación y complejidad que se puede observar en los patrones de votación y en las dinámicas de aprobación presidencial de la región. Si bien los latinoamericanos no son votantes cuyo comportamiento se explique exclusivamente por el voto económico, las herramientas que ofrece esta teoría ayudan a entender mejor cómo votan los latinoamericanos y por qué se producen las variaciones en la popularidad de los presidentes y los cambios en las preferencias electorales que a menudo observamos en Latinoamérica.