

Economía y comportamiento electoral en democracias polarizadas y posmaterialistas: ¿sigue valiendo el “es la economía, estúpido”?

JOSÉ MIGUEL ROJO MARTÍNEZ*

RESUMEN

La valoración de la situación económica influye significativamente sobre el voto. Incluso en contextos polarizados que refuerzan las lealtades partidistas y los sesgos cognitivos, la economía destaca como factor explicativo del comportamiento electoral. A su vez, para explicar la percepción de la situación económica es necesario atender a las actitudes políticas de los individuos. La dirección de la relación entre ambas variables es compleja y abre un amplio debate. Vale, pues, aquel lema que se popularizó tras la campaña a las elecciones presidenciales de Bill Clinton en 1992: “*iEs la economía, estúpido!*” Ahora bien, no cabe olvidar que lo económico es político.

teamericana de 1992 (“*iEs la economía, estúpido!*”). En un momento de crisis económica, con gran incertidumbre sobre el empleo y ante una controvertida política fiscal del presidente George H. W. Bush, los demócratas comprendieron que, a pesar de los éxitos de Bush en política exterior, priorizar en la campaña electoral los asuntos económicos podría romper la hegemonía conservadora instalada en Estados Unidos desde los tiempos de Ronald Reagan.

No obstante, el diagnóstico de este consultor político no era algo realmente novedoso. Han sido muchos los procesos electorales a lo largo de la historia afectados por las coyunturas económicas. En España, en las elecciones generales del año 2000, la valoración retrospectiva positiva que hicieron los votantes de la gestión económica realizada por el primer gobierno de José María Aznar se tradujo en una mayoría absoluta para el Partido Popular (PP). Años más tarde, con la Gran Recesión iniciada en 2008 y el Movimiento 15M, el sistema de partidos se fracturó, creció el populismo y también lo hizo el movimiento independentista catalán. El sentimiento de desencanto y hartazgo que se dejó ver de forma clara desde el año 2011 no puede entenderse sin atender a la situación económica de ese momento (cifras récord de desempleo, recortes en prestaciones sociales, impagos y desahucios, reestructuración del sistema finan-

1. ECONOMÍA Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL: ELEMENTOS INICIALES PARA EL ANÁLISIS

Aunque es una frase tan popular que puede resultar manida, es difícil titular un artículo sobre la influencia de la economía en el comportamiento electoral sin hacer referencia a las palabras que el asesor de Bill Clinton, James Carville, acuñó como eslogan durante la campaña electoral nor-

* Universidad de Murcia (josemiguel.rojo@um.es).

ciero...). En la actualidad (primer semestre de 2023), la inflación y la consecuente pérdida de poder adquisitivo que sufren las familias españolas pueden considerarse dos de los grandes temas de la agenda política nacional.

Más de tres décadas después de que James Carville pronunciara esa frase, cabe preguntarse si la economía sigue siendo tan decisiva en materia electoral como siempre se ha pensado. Esta pregunta parece pertinente si se atiende a dos cambios contextuales de relevancia en las principales democracias del mundo: la creciente polarización, que intensifica el procesamiento militante de la realidad a través de mecanismos de razonamiento motivado y consolida las lealtades partidistas incluso en los peores momentos (Druckman, Peterson y Slothuus, 2013) y el auge de los valores posmaterialistas (Inglehart, 1977; Inglehart y Abramson, 1999) y de las batallas culturales de corte moral (Hunter, 1991; Ozzano y Giorgi, 2016).

Sobre la primera cuestión –la polarización–, se podría sostener que disminuye el impacto de la atribución de responsabilidad por una mala gestión económica puesto que dificulta los procesos de transferencia interpartidista, refuerza los sesgos de favoritismo endogrupal y promueve la movilización del electorado en base a un voto de rechazo. La economía, como tantas otras cosas, dejaría de pasar factura porque se odia tanto a los otros que se prefiere que sigan “los nuestros” en el poder, aunque sean malos gestores. En entornos polarizados, además, los partidos que se benefician de la dinámica de conflicto suelen tratar de posicionar en el debate temas identitarios para simplificar las decisiones del elector, desplazando las cuestiones menos emocionales o más propias del ámbito de gestión.

Por otra parte, hablar del auge de los valores posmaterialistas exige hablar de un cambio generacional de paradigma político-cultural y de un cambio de necesidades y aspiraciones. La hipótesis posmaterialista de Inglehart sostiene que, satisfechas las necesidades materiales básicas, en parte como resultado de la expansión de los sistemas de bienestar tras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), los valores que priorizan los individuos se mueven hacia dimensiones más relacionadas con la satisfacción personal o el ámbito espiritual. Una vez conseguidos un trabajo, una casa, una pensión de jubilación y un seguro médico básico, comienza la preocupación por la calidad del aire, el multiculturalismo,

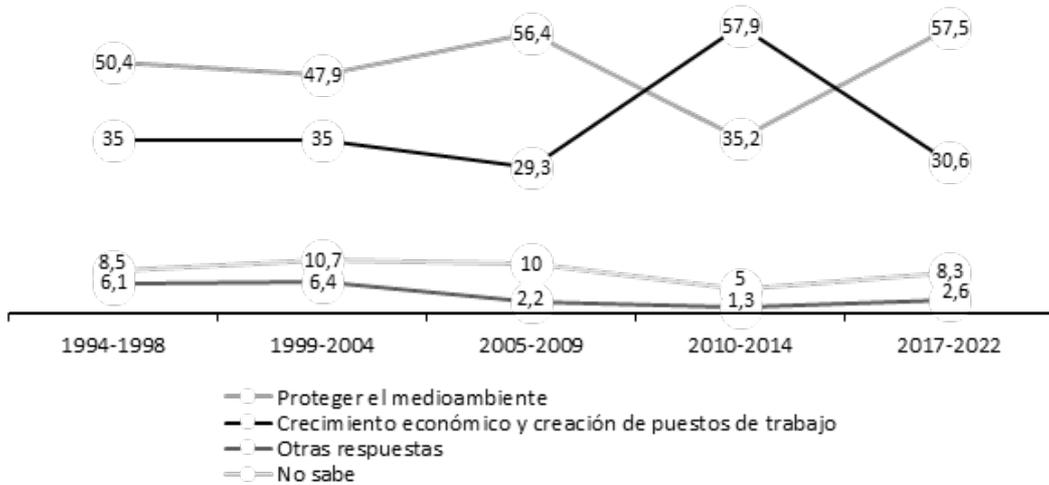
la salud mental o la ampliación de los derechos de participación política, por ejemplo. Díez Nicolás (2011: 11) resume lo anterior como una tensión entre las necesidades de supervivencia propias de “sociedades poco desarrolladas económicamente en las que la seguridad económica y personal no estaba garantizada para la mayor parte de los individuos” y las aspiraciones de mayor desarrollo personal y social una vez que lo anterior está garantizado, vinculadas a “unos valores de autoexpresión característicos de sociedades económicamente más desarrolladas”.

Esta dicotomía entre necesidades materiales básicas y autoexpresión no deja de resultar cuestionable como resumen de un sentir general de las sociedades, por varias razones. La primera es la profunda desigualdad que atraviesa a muchas de nuestras democracias. Por lo tanto, los niveles de seguridad económica y de satisfacción de las necesidades básicas no se distribuyen de forma razonablemente homogénea, de modo que podría esperarse que las inclinaciones materialistas o posmaterialistas reprodujeran una fractura (*cleavage*) de clase o de hábitat, entre otras. La segunda es que, incluso aceptando niveles de satisfacción material suficientemente altos en todos los grupos sociales, los ciclos económicos pueden reactivar aspiraciones de contenido material en detrimento de aquellas de contenido expresivo, intelectual o espiritual. En el gráfico 1 se observa con claridad cómo la preferencia por la protección del medioambiente frente al crecimiento económico disminuyó notablemente en España durante los años más duros de la crisis financiera (2010-2014). Así, los nuevos valores podrían ocupar distintos niveles de relevancia para el individuo como respuesta a eventos coyunturales. En momentos de crisis, puede que se priorice el crecimiento económico antes que ninguna otra cuestión, lo que no significa que las sensibilidades no materiales no puedan reactivarse en el futuro. Ya a principios de siglo, Díez Nicolás (2000: 294) evidenció cómo la prevalencia de valores posmaterialistas era sensible a las crisis económicas y, singularmente, a etapas de inflación. Próximas olas de la *Encuesta Mundial de Valores* permitirán valorar el impacto que ha tenido la inflación desatada a partir del año 2022 en estas dinámicas (los datos de la séptima ola 2017-2022 son previos).

Junto al debate sobre los cambios introducidos por la polarización y el posmaterialismo en la relación entre economía y comportamiento electoral, para abordar este tema es necesario

GRÁFICO 1

PREFERENCIA POR PROTEGER EL MEDIOAMBIENTE FRENTE AL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y LA CREACIÓN DE EMPLEO EN ESPAÑA (1994-2022)



Pregunta: "Aquí tiene dos afirmaciones que a veces se hacen cuando se habla de medioambiente y crecimiento económico. ¿Cuál de ellas se acerca más a su punto de vista? A. Hay que dar prioridad a la protección del medioambiente, aunque ello provoque un crecimiento económico más lento y cierta pérdida de puestos de trabajo. B. El crecimiento económico y la creación de empleo deben ser prioritarios, aunque el medioambiente sufra en cierta medida".

Fuente: Encuesta Mundial de Valores (WVS).

revisar otros dos grandes aspectos. En primer lugar, la distinción entre votantes egotrópicos y sociotrópicos, y la conexión entre situación económica personal y situación económica del país. En segundo lugar, la propiedad simbólica de los temas (*issue ownership*) y la teoría del establecimiento de la agenda (*agenda setting*).

especialmente en momentos adversos y como efecto de un análisis retrospectivo de la gestión (Wlezien, Franklin y Twiggs, 1997; Mora, 2017). Según esta hipótesis, una mala situación económica se traducirá en una derrota del partido en el gobierno¹. Esta "mala situación"

¹ Para entender en profundidad las dinámicas "premio-castigo" en torno a la economía, véase: Fraile (2002: 129-151). En este artículo, la autora señala que la gestión económica permite explicar la derrota del PSOE en 1996, pero más aún la victoria del PP en el año 2000 (tras cuatro años de gobierno en minoría). Por tanto, no siempre el voto económico actúa como castigo a una mala gestión en forma de valoración retrospectiva. El resultado de una buena gestión, además de activar un premio, permite una valoración prospectiva sobre la capacidad futura de un partido para afrontar los retos derivados de esta materia. Asimismo, el hecho de que la cuestión económica tuviera más peso en el año 2000 que en el año 1996 en lo relativo al voto a favor del partido en el gobierno nos recuerda que es difícil aislar una simple relación entre dos variables para explicar el comportamiento electoral. En 1996, la corrupción y el agotamiento del proyecto socialista jugaron en contra de la reelección de González (Fraile, 2002: 148). Más que la economía como variable aislada, se generó una "tormenta perfecta" que reforzó los efectos de las diferentes variables. La suma de variables contextuales, en definitiva, es fundamental para explicar con precisión el comportamiento electoral.

2. ¿VOTANTES EGOTRÓPICOS O SOCIOTRÓPICOS?

La llamada "hipótesis de la responsabilidad", que parte de los trabajos de V. O. Key (1966), explica hasta qué punto los electores "pasan factura" a los gobiernos atendiendo a la situación económica, es decir, hasta qué punto establecen una relación causal entre la actuación gubernamental y el devenir económico (Bosch y Riba, 2005). Desde esta perspectiva, la economía desplegaría sus efectos electorales

hace referencia, fundamentalmente, a las cifras de desempleo e inflación y a su evolución (Díez Nicolás, 2000).

Ante una situación económica desfavorable, la responsabilidad del gobierno no escapa a intentos de traslación de la culpa que reduzcan el voto retrospectivo de castigo. Uno de los más usuales es la inserción del escenario nacional en una dinámica global: si todos los países del mundo atraviesan un mal momento económico, es más difícil validar la relación causal entre gestión gubernamental y situación económica. Esta narrativa cobra vigencia, sobre todo, en un mundo globalizado en el que sucesos relativamente ajenos pueden terminar teniendo un gran impacto en las economías nacionales. Por supuesto que, con frecuencia, la oposición puede responder que los niveles de impacto son peores en este país que en otros del entorno y que esos niveles sí se derivan de estrategias erróneas de afrontamiento o de prevención por parte del gobierno. Por otro lado, la conexión entre decisiones gubernamentales y rendimiento de la economía podría verse debilitada dependiendo del grado de control efectivo que cada Estado tenga sobre la política monetaria y fiscal, así como del margen de regulación del mercado que, dentro de una determinada tradición institucional, se entienda por admisible. Otros autores señalan, como factores atenuantes de la responsabilidad, la dispersión competencial multinivel, la complejidad del entramado institucional o la ausencia de mayorías parlamentarias sólidas que sustenten la acción del poder ejecutivo (Mora y Moreno, 2019: 29).

La “hipótesis de la responsabilidad” presupone que el elector es capaz de tomar decisiones racionales que penalicen la mala gestión, superando la mera identidad partidista o ideológica como principal elemento explicativo del voto. El elector capaz de atribuir responsabilidad a un gobierno y actuar en consecuencia deja a un lado sus lealtades y cambia su voto de acuerdo con un análisis de los resultados de la acción gubernamental. Sin embargo, como ya se apuntó previamente, los climas de polarización pueden poner en duda la validez de esta hipótesis, al menos entre los sujetos más polarizados. Para Wilson, Parker y Feinber (2020), la polarización como estrategia sirve para garantizar la adhesión de las bases de cada partido. Es un “pegamento” en tiempos de desafección y

desalineamiento. Al alejar mucho al contrario, se rompe cualquier puente que pudiera actuar como vía de comunicación con la otra parte en una coyuntura que resulte adversa para un partido político. Esta es una de las razones más poderosas para explicar por qué las estrategias de polarización tientan a las élites: las elecciones –al menos a nivel de bloque ideológico– se vuelven más predecibles, y los gobiernos, más “irresponsables”. En el peor de los casos, el elector puede optar por la desmovilización como forma de manifestar su enfado, pero será inusual que apueste por una opción totalmente rival. En el campo económico, las malas decisiones gubernamentales podrían llegar a ser perdonadas o relativizadas al privilegiar componentes identitarios y morales.

Volviendo a los presupuestos de V. O. Key, habría que preguntarse en qué aspecto concreto se produce la atribución de responsabilidad. ¿Castigo al gobierno porque personalmente me va mal o lo hago porque, si bien a mí no me va mal, al país, en un sentido macroeconómico, sí le va mal? La bibliografía sobre voto económico se ha planteado frecuentemente esta pregunta y, para responderla, ha trazado dos perfiles de votantes: los egotrópicos y los sociotrópicos. Los votantes egotrópicos priorizan su situación económica personal a la hora de valorar la situación económica general –y atribuir responsabilidad sobre ella–, mientras que los votantes sociotrópicos analizan el contexto macroeconómico con relativa independencia de su posición personal (Mora, 2017: 66). A pesar de que el votante no esté sufriendo ningún efecto adverso, puede ser sensible a un clima de opinión sobre las cifras económicas negativas creado por agentes mediáticos y políticos. Según señalan Castillo y Sáez Lozano (2007: 384), el voto económico egotrópico se consideró durante mucho tiempo el “paradigma de referencia” ante las limitaciones de los votantes para obtener información completa sobre la realidad macroeconómica del país y juzgar de acuerdo a este referente. Sin embargo, Mora (2017: 93) recuerda que no se puede obviar el poder que las agendas (política, mediática y pública) y los climas de opinión tienen en el comportamiento electoral. En un mundo saturado de información y estímulos, no es descabellado pensar que un individuo tenga indicios de una realidad macroeconómica adversa, aunque no la esté sufriendo en primera persona. De hecho, este autor apuesta por destacar el elemento sociotrópico como “una impresión del

CUADRO 1

VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL ACTUAL SEGÚN LA VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA GENERAL DE ESPAÑA (SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2022)

| <i>Valoración de la situación económica general de España</i> | <i>Valoración de la situación económica personal actual</i> | | | | |
|---|---|--------------|----------------|-------------|-----------------|
| | <i>Muy buena</i> | <i>Buena</i> | <i>Regular</i> | <i>Mala</i> | <i>Muy mala</i> |
| Muy buena | 2,3 | 0,6 | 0,6 | 0,1 | 1,0 |
| Buena | 28,8 | 23,7 | 10,6 | 9,1 | 7,1 |
| Regular | 4,9 | 7,9 | 21,8 | 4,1 | 5,1 |
| Mala | 38,3 | 46,9 | 40,0 | 49,2 | 30,2 |
| Muy mala | 25,0 | 19,4 | 23,9 | 36,2 | 54,6 |

Preguntas: “¿Cómo calificaría Ud. su situación económica personal en la actualidad: muy buena, buena, mala o muy mala?” y “Refiriéndonos a la situación económica general de España actualmente, ¿cómo la calificaría Ud.: muy buena, buena, mala o muy mala?”.

Nota: Porcentajes verticales. Restos hasta llegar a 100 por ciento se corresponden con las categorías no sabe y no contesta.

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio 66091222 del CIS (n= 15.242).

estado general” de la economía que se forma a través de los medios de comunicación (Mora, 2017: 59).

En relación con esta controversia sobre la prevalencia del votante egotrópico o sociotrópico, los barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) muestran cómo un alto porcentaje de encuestados valoran positivamente su situación económica personal y, al mismo tiempo, un alto porcentaje de esos mismos encuestados valoran negativamente la situación económica del país. Detengámonos un poco más en esta cuestión utilizando para ello la fusión de barómetros del CIS realizados entre septiembre a diciembre de 2022, con un total de 15.242 entrevistas². Esta muestra tiene un tamaño suficiente para extraer algunas conclusiones de interés.

Según estos datos, durante el último trimestre de 2022 el 64,6 por ciento de los españoles calificó su situación económica personal en ese momento como “muy buena” o “buena”. Sin embargo, solo un 19,4 por ciento asignó esta misma calificación a la situación económica general de España. El cuadro 1 evidencia esa discrepancia entre la valoración de

la situación económica general y la valoración de la situación personal. Entre los que califican su situación económica personal como muy buena, un 38,3 por ciento afirma que, por el contrario, la situación de la economía española es mala, e incluso un 25,0 por ciento, la tilda de muy mala. Una tendencia similar, pero más acentuada, se produce entre los que sostienen que la situación de su economía personal es buena. Entre quienes valoran su situación económica personal como mala o muy mala, cuando se les pregunta por la situación económica general la concentración de respuestas en similares categorías de respuesta es evidente. Se puede concluir, entonces, que cuando la economía personal va mal, la coherencia con la percepción de la situación del país es alta; pero la percepción positiva de que la propia economía no garantiza una valoración positiva de la situación a nivel macroeconómico. El razonamiento es, en cierto modo, “contrainductivo”.

A la luz de este perfil sociotrópico mayoritario entre los votantes españoles, algunos responsables políticos podrían pensar que priorizar la implementación de ayudas individuales que protejan el poder adquisitivo de los individuos o aumenten su renta disponible no conseguiría frenar eficazmente el voto de castigo frente a una situación económica adversa, siempre que la valoración del panorama económico gene-

² Centro de Investigaciones Sociológicas, estudio 66091222.

ral influya en el voto. El argumento es sencillo: si a pesar de que a buena parte de la gente le va bien personalmente, algunas grandes cifras siguen siendo malas y los medios transmiten pesimismo sobre la economía, ¿cuál es el incentivo para priorizar acciones microeconómicas, centradas en la protección de los individuos, y no intervenciones macroeconómicas centradas en equilibrar los mercados y estabilizar los grandes números? Es un debate de calado al que no se debería responder desde los siempre poderosos parámetros de rentabilidad electoral, sino que necesita ser abordado incorporando una dimensión ética, ideológica y de análisis económico profundo.

Antes de comprobar la influencia de la valoración de la situación económica en el voto por el partido en el gobierno, debemos preguntarnos hasta qué punto el análisis del entorno económico está mediado por sesgos cognitivos relacionados con las identidades partidistas o ideológicas. ¿Valoro peor la economía cuando mi partido no está en el gobierno? ¿Soy más catastrofista cuando no son “los míos” los que ostentan el poder de gobernar? O, por el contrario, ¿la economía es una cuestión tan objetiva y racional que supera los filtros del partidismo? Según Dickerson (2016), el procesamiento de la información económica que realizan los ciudadanos busca confirmar sus predisposiciones políticas; esto es, el análisis del entorno económico se realiza, por lo general, bajo una función de minimización de la disonancia cognitiva. Lo político sería más poderoso que lo económico (“¡Es la identidad política, estúpido!”). Cuando el contexto es claramente negativo, la tensión aumenta y los ciudadanos se abren a posturas más críticas. Sin embargo, en cuadros macroeconómicos que invitan a interpretaciones ambivalentes, las actitudes políticas generan más efectos en las percepciones económicas que a la inversa (Dickerson, 2016: 1055-1057). Esta es una evidencia respaldada ampliamente. Entre los autores que confirman la importancia de las actitudes políticas a la hora de evaluar la economía se encuentran Evans y Anderson (2006) o Macdonald y Heath (1997).

Se presentan a continuación dos análisis para explorar brevemente la relación entre actitudes políticas y económicas en el caso español:

- (1) una sencilla prueba de asociación bivariada sobre diferencias de medias de autoubicación ideológica por cate-

gorías de valoración de la situación económica del país (la autoubicación ideológica se mide en una escala 1-10, de izquierda [1] a derecha [10]);

- (2) un análisis de regresión logística binaria (RLB) para tratar de explicar los determinantes de la percepción negativa de la situación económica del país³.

Comenzando por la primera cuestión, como se aprecia en el gráfico 2, la categoría con una media de autoubicación ideológica más a la derecha coincide con una percepción muy negativa de la economía española ($M=5,88$, $DT=2,513$, $n=3.485$). A su vez, la categoría con los individuos de media más izquierdistas coincide con una percepción buena ($M=3,77$, $DT=2,091$, $n=2.780$)⁴. También los que creen que la situación es mala se autoubican más a la derecha que los que piensan que es buena⁵. No es arriesgado afirmar que la ideología de los individuos podría constituirse como filtro cognitivo a la hora de evaluar la economía. Las personas de izquierdas juzgan la situación económica de forma más benévola justo en un momento en el que gobierna la izquierda⁶. Puede dudarse, en todo caso, de la consistencia teórica de afirmar que a las personas de izquierdas, en lo económico, les va mejor la vida.

³ Este es un ejercicio innovador, por cuanto esta variable se suele utilizar en los modelos de análisis como elemento explicativo, y no como elemento explicado.

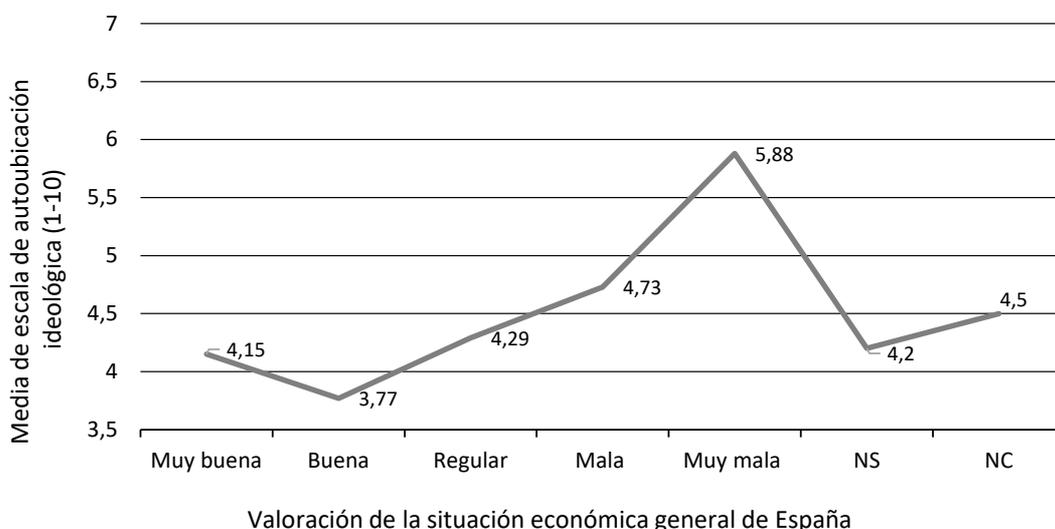
⁴ La linealidad total de la relación hipotética esperada –es decir, que las categorías coincidan con una media más de derechas conforme evidencien una valoración menos positiva– no se cumple de forma perfecta en el extremo positivo, tal vez por el escaso número de casos que suma la categoría “muy buena” cuando se cruza por la autoubicación ideológica de sus individuos (solo 84). Esto podría explicar que, la media de autoubicación de los que valoran la situación económica del país como muy buena (media=4,15, desviación típica=2,813) esté situada algo menos a la izquierda que la siguiente categoría (media=3,77, desviación típica=2,091). A pesar de todo, las categorías positivas se sitúan en posiciones más de izquierda que las categorías negativas.

⁵ Media = 5,88; desviación típica = 2,513.

⁶ Según Whitten y Palmer (1999: 50), los gobiernos de derechas sufren más las consecuencias de la inflación mientras que los de izquierdas sufren más las del desempleo. En la actualidad (primer semestre de 2023), la tasa de paro no es el principal problema económico de España. Esto podría contener el castigo por parte de los votantes de izquierdas a sus partidos y, a la vez, aportaría otro argumento más (junto a la hipótesis del sesgo cognitivo del partidismo o de la ideología) para comprender por qué la izquierda evalúa mejor la situación económica actual del país que la derecha. En un escenario de elevado desempleo, de acuerdo con esta teoría, las actitudes económicas de la izquierda serían más críticas, al margen de sus preferencias partidistas.

GRÁFICO 2

DIFERENCIA DE MEDIAS DE AUTOUBICACIÓN IDEOLÓGICA (1-10), POR CATEGORÍAS DE VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA GENERAL DE ESPAÑA (SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2022)



Preguntas: “Refiriéndonos a la situación económica general de España actualmente, ¿cómo la calificaría Ud.: muy buena, buena, mala o muy mala?” y “Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. Situándonos en una escala que va del 1 al 10, en la que 1 significa “lo más a la izquierda” y 10 “lo más a la derecha”, ¿en qué casilla se colocaría Ud.?”

Nota: La prueba ANOVA para diferencia de medias entre grupos arroja significatividad estadística (F=232.836, Sig.<0,01).

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio 66091222 del CIS (n= 3.485).

Para profundizar en la relación entre actitudes políticas y económicas, en este trabajo se estima un modelo de regresión logística binaria, técnica estadística que permite medir la influencia de distintas variables sobre la valoración de la situación económica del país. En los modelos RLB, la variable dependiente o fenómeno que se trata de explicar se dicotomiza, agrupando en el código 0 las categorías “muy buena” y “buena” (n=2.959), y en el código 1 las categorías “mala” y “muy mala” (n=10.721). Se consideran valores perdidos al resto de las categorías de respuesta (“regular”, “no sabe” y “no contesta”). Por lo tanto, el modelo estima la probabilidad de evaluar la situación económica del país como mala o muy mala entre aquellos que han expresado un juicio claro, en función de determinadas variables. En concreto, el modelo incluye elementos sociodemográficos que podrían contribuir a obtener una explicación “no política” del fenómeno con elementos actitudinales de corte político:

Valoración de la situación económica nacional actual = Valoración como líder de Pedro Sánchez + Valoración como líder de Yolanda Díaz + Ideología + Voto más Simpatía + Ingresos netos del hogar + Situación laboral + Sexo + Edad + Nivel de estudios + Valoración de la situación económica personal actual⁷.

⁷ La codificación de las variables del modelo se ha realizado de la siguiente forma. Las escalas de valoración de líderes se mantienen en un nivel métrico 0-10. La variable “ideología” también se mantiene como escala original 1-10. La variable “voto+simpatía” se dicotomiza entre los dos partidos que, desde enero de 2020, forman la coalición gubernamental (PSOE y Unidas Podemos) y el resto de los partidos. La variable “ingresos netos” se presenta como una escala 1 a 5, donde 1 representa el mayor nivel (más de 5.000 euros al mes), y 6, el menor nivel (menos de 1.100 euros al mes). La variable “situación laboral” se dicotomiza entre ‘trabaja’ y ‘resto de categorías’ (estudiante, en paro buscando el primer empleo, en paro habiendo trabajado antes, jubilado/pensionista habiendo trabajado antes, pensionista sin haber trabajado antes, trabajo doméstico no remunerado y otras situaciones). La variable “nivel de estudios” distingue entre estudios

CUADRO 2

MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA SOBRE LA PROBABILIDAD DE VALORAR COMO MALA O MUY MALA LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS

| | | |
|--|-------------------|-------|
| Valoración Pedro Sánchez | -0,268 (.24) | *** |
| Valoración de Yolanda Díaz | -0,148 (.022) | *** |
| Nivel de ingresos netos del hogar | -0,067 (.039) | |
| Edad | -0,009 (.003) | *** |
| Sexo (Ref. Mujer) | -0,905 (.095) | *** |
| Autoubicación ideológica | 0,033 (.021) | |
| Situación económica personal (Ref. Negativa) | -1,274 (-116) | *** |
| Estudios (Ref. Superiores) | 0,185 (0,095) | ** |
| Situación laboral (Ref. Trabaja) | -0,058 (0,098) | |
| Voto (Ref. voto partidos gobierno) | 0,389 (0,119) | *** |
| Constante | 5,183 | *** |
| R ² de Cox y Snell (bondad de ajuste) | | 0,254 |
| R ² de Nagelkerke (bondad de ajuste) | | 0,380 |

***p<0,01, **p<0,05.

Nota: Errores estándar entre paréntesis. El modelo logra clasificar al 92,5 por ciento de los casos con "valoración negativa".

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio 66091222 del CIS (n= 15.242).

Según los resultados expuestos en el cuadro 2, determinadas variables políticas influyen significativamente en la valoración de la situación económica nacional, una vez controlado el efecto del resto de las variables consideradas. El hecho de votar o tener simpatía por un partido que no forma parte del gobierno incrementa la probabilidad de tener una visión negativa de la situación económica del país (con una *odds ratio* de 1,475, lo que significa que votar por un partido que no está dentro del gobierno multiplica por 1,475 la probabilidad de tener

'superiores' y 'no superiores', y la valoración de la situación económica personal actual se categoriza según una escala 1-5, siendo 1 'muy buena' y 5 'muy mala'. La variable "sexo" distingue entre 'hombre' y 'mujer', mientras que la variable "edad" no está recodificada en tramos; es decir, se toma la variable original.

una visión negativa de la economía). La ideología pierde capacidad explicativa al considerar la adscripción partidista. Asimismo, se observa que cuando los individuos valoran negativamente a los líderes del gobierno nacional, también aumenta la probabilidad de manifestar una percepción negativa de la situación económica del país. De igual forma, es posible afirmar que ser hombre reduce la probabilidad de una valoración negativa y que, por el contrario, tener estudios superiores, frente a no tenerlos, la aumenta.

Finalmente, la valoración positiva de la situación económica personal reduce la probabilidad de evaluar la situación del país como negativa. En los análisis bivariados del cuadro 1

ya se constató que cuando la economía personal se percibe de forma negativa se da una alta correspondencia respecto a la percepción de la situación del país, lo que explica este coeficiente, aunque también un porcentaje considerable de personas valoran con categorías diferentes la economía personal y nacional. Ahora se comprueba que la relación entre estas variables también se da cuando se controla por otros factores y que la percepción positiva de la economía personal disminuye la probabilidad de evaluar negativamente la situación económica del país.

No deja de resultar llamativo que variables como las de “ingresos” o “situación laboral” no contribuyan a explicar la percepción de la economía del país, y sí lo hagan el voto de la persona o su valoración de los líderes políticos de los partidos. A tenor de estos resultados, conviene remitirse al inicio de este epígrafe para reafirmar, a partir de los datos recogidos en el cuadro 1, el cuadro 2 y el gráfico 2, que en España predomina el modelo sociotrópico de votante en la evaluación de la economía, que, por otra parte, es el que mayor consenso genera en la Ciencia Política a partir de los años ochenta del siglo pasado (Mora y Moreno, 2019: 29). Si los votantes juzgan la economía del país con relativa independencia de su situación particular, su percepción del contexto va a depender tanto del clima de opinión que trasladen los medios (Mora y Moreno, 2019: 31) como de los sesgos políticos con los que procesa la información del entorno. El procesamiento de los datos y la asunción del clima, en definitiva, no son sucesos asépticos y desprovistos de atajos cognitivos que refuercen desde la economía las predisposiciones políticas. Como ya se ha afirmado, el despliegue de este razonamiento de motivación económica será tanto mayor cuanto más ambivalente sea el contexto.

3. LA PROPIEDAD SIMBÓLICA DE LOS TEMAS (*ISSUE OWNERSHIP*) Y LA TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA (*AGENDA SETTING*)

Si para analizar el voto económico es importante considerar los sesgos políticos con los que se procesa la información y se percibe la situación económica general, en un modelo de votante sociotrópico no menos relevante es

atender al papel que la propiedad simbólica de los temas y la agenda mediática pueden desempeñar. “Cuando la economía es un tema de debate y un problema, la derecha sube. Al hablar de temas sociales o de batallas culturales, es la izquierda la que se beneficia (Iyengar, 2023: 176-178)”. Esta afirmación constituye un lugar común en el análisis de la realidad política española y parte de la asunción de que hay temas que son más favorables a unos candidatos o partidos que a otros. Con el mero hecho de ser enunciados, incluso con independencia del contenido, estos temas ya activan marcos de interpretación que premian a una opción política concreta. Por eso, los partidos realizan grandes esfuerzos por posicionar y “desposicionar” los temas dentro de la agenda mediática; cada partido busca que los ciudadanos otorguen relevancia decisional a aquellos asuntos en los que él cuenta con más crédito, con una posición comparativamente mejor que la de sus adversarios políticos.

Según Petrocik (1996), la ventaja de un candidato o partido respecto a un tema se basa en su reputación con relación a la capacidad de gestionarlo. Es una teoría que reside en la creencia sobre el desempeño prospectivo a partir del comportamiento previo de los actores. La apropiación de un tema se produce siempre en sentido comparativo con el resto de los competidores⁸ y cuando existen evidencias razonables de que se logrará resolver mejor un reto específico o que el compromiso del partido con ese tema ha quedado demostrado a lo largo de los años (Petrocik, 1996: 826). Es un análisis, de nuevo, racional, como si al votar se reprodujera una especie de proceso de selección laboral y se buscaran los mejores atributos o la mejor experiencia para resolver ciertos problemas recurrentes en el puesto a cubrir.

Ya se ha descrito de manera preliminar una distribución de la propiedad de los temas en España: la derecha gana en lo económico y la izquierda en lo social. Esta distribución no es ajena a la realidad histórica y se ha consolidado gracias a evidencias favorables a lo largo del tiempo. El papel del Partido Socialista Obrero

⁸ Por ejemplo, según resultados del estudio 2382 del CIS (Estudio Preelectoral sobre las elecciones generales del año 2000), tan solo un 10,9 por ciento de los entrevistados consideraba que el PSOE lo habría hecho mejor en materia económica que el PP.

CUADRO 3a

PARTIDO MÁS CAPACITADO PARA AFRONTAR DIFERENTES TEMAS (2011)

| | <i>El empleo</i> | <i>La educación</i> | <i>La sanidad</i> | <i>La economía</i> | <i>La Unión Europea</i> | <i>La política social</i> |
|---------|------------------|---------------------|-------------------|--------------------|-------------------------|---------------------------|
| PSOE | 16,1 | 28,5 | 28,9 | 15,1 | 22,2 | 33,2 |
| PP | 38,1 | 31,2 | 29,8 | 42 | 32,1 | 25,8 |
| Otros | 2,7 | 3,1 | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 3,1 |
| Ninguno | 25,5 | 18,3 | 18,1 | 22,9 | 18,2 | 17,6 |

Pregunta: "Y en general, ¿qué partido político, el PSOE o el PP, considera que está más capacitado para afrontar cada uno de los siguientes temas?".

Nota: Los porcentajes restantes hasta el 100 por ciento se corresponden con respuestas no sabe/no contesta.

Fuente: CIS, estudio 7711 (n = 6.082).

Español (PSOE) en el desarrollo del *Estado del bienestar* o en el reconocimiento de ciertos derechos relacionados con la mujer y el colectivo LGTBIQ+ han contribuido a consolidar un sentido compartido sobre su sensibilidad social. Por su parte, la gestión económica del PP, tanto con Aznar como con Rajoy, ha sido reivindicada por ese partido como una de sus grandes banderas. ¿Qué dicen los datos al respecto?

En el cuadro 3a se muestra cómo en 2011, cuando Mariano Rajoy obtuvo una importante victoria electoral, la mayoría de los ciudadanos creían que el PP era el partido más preparado para hacer frente a los retos relacionados con el empleo y la economía (el 42 por ciento de los ciudadanos así lo afirmaban). Sin embargo, los españoles seguían pensando en 2011 que el PSOE era el más apto en cuestiones de política social. Puesto que el elemento clave de esas elecciones no fue precisamente la política social⁹, poco pudo rentabilizar la candidatura socialista esa reputación.

⁹ Los lemas del PP y el PSOE para las Elecciones Generales de 2011 dan buena cuenta de este debate sobre la propiedad simbólica de los temas. El PP de Rajoy usó como parte de su publicidad de campaña el lema "Lo primero, el empleo", una clara apuesta por la dimensión económica en un país que había registrado en octubre de 2011 una tasa de desempleo del 22,4 por ciento. Por otra parte, el PSOE, liderado por Alfredo Pérez Rubalcaba, concurrió a la cita con las urnas con el lema "Pelea por lo que quieres", en clara referencia a la posibilidad de que el PP acometiera recortes que dañaran los sistemas de protección social. Conscientes de sus "temas fuertes", aquellos que les conferían mayor credibilidad, ambos partidos los convirtieron en los núcleos de sus respectivas campañas electorales.

Tras una legislatura convulsa, en el año 2015 el PP seguía liderando la credibilidad en materia económica y de empleo (cuadro 3b) aunque la distancia con el PSOE se había reducido (el sistema de partidos había cambiado y la estructura de propiedad simbólica era más fragmentada). El PSOE seguía siendo señalado como el más capacitado en materia de política social y recuperó su clásica credibilidad en materia de sanidad –asentada en la Ley General de Sanidad de 1986– y de educación. En definitiva, hasta 2015, los datos tendían a corroborar que la derecha sobresalía en lo económico, mientras que la izquierda tendía a hacerlo en lo social. Ahora bien, desde esas elecciones de diciembre de 2015 han pasado muchas cosas en España.

Aunque no existen demasiados datos recientes del CIS¹⁰ con los que trazar la evolución de la percepción de capacidad de los partidos para manejar determinados temas, una encuesta, realizada por 40dB en enero de 2022 a una muestra representativa de la población española, arrojó datos de interés al respecto: según el 22,4 por ciento de los entrevistados, el PSOE era el más preparado para afrontar el reto de mejorar la economía (frente al 21,1 por ciento que optaba por el PP) y el 22,0 por ciento señalaba al mismo partido como más capacitado para crear empleo (frente al 20,0 por ciento que mencionaba al PP). Aceptando que se ha podido acortar las distancias en estos temas, economía y empleo eran todavía los asuntos en los

¹⁰ Cuando se elaboró este artículo, no existían datos actualizados de la pregunta de propiedad simbólica de los temas. Sin embargo, en el Estudio 3411 (Preelectoral elecciones generales 2023), que se hizo público el 5 de julio, se recupera esta pregunta (PC10).

CUADRO 3b

PARTIDO MÁS CAPACITADO PARA AFRONTAR DIFERENTES TEMAS (2015)

| | <i>El empleo</i> | <i>La educación</i> | <i>La sanidad</i> | <i>La economía</i> | <i>La Unión Europea</i> | <i>La política social</i> |
|------------|------------------|---------------------|-------------------|--------------------|-------------------------|---------------------------|
| PP | 18,8 | 16,9 | 17,8 | 22,2 | 21,5 | 15,1 |
| PSOE | 15,2 | 18,9 | 20,2 | 14 | 14,5 | 19,6 |
| IU | 3,1 | 3,4 | 3,4 | 2,6 | 2,3 | 3,6 |
| UPyD | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 |
| Ciudadanos | 9,5 | 9 | 8,4 | 9,8 | 7,4 | 8,0 |
| Podemos | 8,3 | 9,9 | 9,4 | 7,9 | 8,6 | 12,3 |

Pregunta: “Y en general, ¿qué partido político, el PSOE o el PP, considera que está más capacitado para afrontar cada uno de los siguientes temas?”.

Nota: Los porcentajes restantes hasta el 100 por ciento se corresponden con las respuestas “no sabe/no contesta”.

Fuente: CIS, estudio 7711 (n=6.082).

que más crédito obtenía el PP y en los que la distancia entre PP y PSOE era menor (García de Blas, 10 de enero de 2022). En definitiva, siguen siendo ámbitos en los que la derecha cuenta con mayores fortalezas, a pesar de la operación para disputarlos que el PSOE ha emprendido en los últimos tiempos con gran empeño¹¹.

No es de extrañar que el PSOE intente arrebatarse al PP la reputación de buen gestor económico en un momento en el que la agenda mediática ha otorgado una gran prioridad a los asuntos relacionados con la economía, a propósito de las consecuencias derivadas de la invasión de Ucrania. A la luz de los datos del Barómetro de opinión de marzo de 2023 realizado por el CIS (estudio 3398), los problemas de índole económica constituyen el primer problema de España para el 18,0 por ciento de los encuestados, a lo que se suma un 12,1 por ciento que señala al desempleo, un 3,5 por ciento que se muestra preocupado por la calidad del empleo y un 0,5 por ciento que apunta a la subida de tarifas energéticas. Por tanto, más de un tercio de los españoles creen que el principal

¹¹ Como ejemplifican los siguientes titulares: “Sánchez se vuelca en la economía: ‘Antes importábamos rescates financieros y ahora exportamos la excepción ibérica’ (*El País*, 4 de febrero de 2022); “El PSOE ve un cambio de paradigma electoral: la economía dará votos a Pedro Sánchez” (*InfoLibre*, 10 de enero de 2023). Declaraciones como las siguientes abundan en el mismo tema: “Nosotros gestionamos mucho mejor la política económica que la derecha” (Pedro Sánchez, en el Consejo Político Federal del PSOE celebrado en Zaragoza en septiembre de 2022); “Los socialistas gestionamos mejor la economía que ellos (María Jesús Montero, en un mitin en Murcia el 10 de abril de 2023).

problema del país tiene raíz claramente económica. En el Estudio Preelectoral del CIS correspondiente a septiembre-octubre del año 2019 (estudio 3263), el paro era señalado como el primer problema por el 33,3 por ciento de los entrevistados, otros problemas de índole económica por el 8,4 por ciento, y la calidad del empleo por el 2,4 por ciento, lo que suma un 44,1 por ciento.

Estos resultados correspondientes a 2019 y 2023 presentan una diferencia teniendo en cuenta el contexto español. Tradicionalmente, el desempleo ha sido destacado por la opinión pública española como el gran problema del país, incluso en etapas de relativa bonanza, convertido casi como en un mantra o respuesta comodín a la pregunta (formulada en todos los barómetros mensuales del CIS) sobre los principales problemas que afronta España. Sin embargo, en 2023 el desempleo reduce su peso como principal problema, de modo que disminuye el total de respuestas correspondientes a asuntos económicos en su conjunto, aunque sí sube considerablemente en el periodo 2019-2023 (10 puntos) la preocupación por otros problemas de índole económica. La ambigüedad de esta categoría dificulta un análisis más preciso, pero sí es posible afirmar que la naturaleza de los problemas económicos en la España de 2023 no tiene como núcleo el mercado laboral, algo que plantea un escenario novedoso. En este punto, el PSOE sabe que, a pesar de las favorables cifras de empleo y ante el previsible protagonismo que tendrá en la agenda mediática el funcionamiento de la economía

(por la vía de los precios y otros asuntos como el aumento de los tipos de interés o la evolución de la deuda) necesita arrebatarse al PP la propiedad simbólica del tema, o al menos cuestionarla. Este intento podría resultar especialmente exitoso en un contexto de polarización que aumenta la hostilidad y la desconfianza en el contrario y premia la defensa endogrupal (Iyengar *et al.*, 2019).

En resumen, si un asunto es relevante para buena parte de los ciudadanos en un momento preelectoral y en ese asunto se percibe como débil a un partido, existe un riesgo evidente de que ese tema le reste apoyos o bien los movilice a favor de los rivales. Es decir, la propiedad simbólica de los temas va más allá del castigo retrospectivo. Introduce en el estudio del voto económico la valoración de desempeño prospectivo (quién se cree que lo hará mejor en un tema que ahora preocupa) y el poder de los medios de comunicación para contribuir a la problematización de los asuntos públicos y centrar la atención en algunos temas y no en otros (McCombs, 2005).

4. LA INFLUENCIA ACTUAL DE LA ECONOMÍA SOBRE EL VOTO EN ESPAÑA

Hasta ahora se ha puesto de relieve el predominio del modelo de votante sociotrópico en nuestro país, subrayando asimismo que el análisis de la realidad económica general no es ajeno a los sesgos partidistas, que la derecha ha acreditado tradicionalmente una mejor reputación en la gestión económica en España y que los debates más recientes sobre la situación económica nacional no orbitan en tan gran medida en torno al desempleo. Partiendo de esa base, es posible evaluar el impacto concreto que la percepción de la situación económica nacional actual tiene sobre el voto al gobierno y valorar así el alcance de la “hipótesis de la responsabilidad” de V.O. Key.

En la España de 2023, una de las novedades en el análisis del comportamiento electoral y el voto económico es que, durante la XIV legislatura (diciembre de 2019-mayo de 2023) ha gobernado un Ejecutivo de coalición –el primero de nuestra democracia–, que integra a dos formaciones, PSOE y Unidas Podemos, la

segunda de las cuales compuesta por hasta tres partidos diferentes (Podemos, Izquierda Unida y Catalunya en Comú). Las áreas eminentemente económicas tienen participación de los dos socios de la coalición, aunque ha adquirido en ellas mayor protagonismo el PSOE. Esta situación obliga a elaborar un modelo explicativo que considere como variable dependiente el voto a los partidos del gobierno como un hecho único. Futuros estudios tendrán que comparar estos resultados con otros modelos que consideren solo el voto al PSOE o solo el voto a Unidas Podemos (o a la plataforma Sumar). En cualquier caso, el modelo aquí presentado, de formulación sencilla (con la codificación de variables expuesta en el epígrafe 2) permite analizar la influencia de la valoración de la situación económica nacional en la probabilidad de apoyar al gobierno, controlando por otras variables de interés:

Voto gobierno/no gobierno= Valoración de la situación económica nacional actual + Valoración como líder de Pedro Sánchez + Valoración como líder de Yolanda Díaz + Ideología + Ingresos netos del hogar + Situación laboral + Sexo + Edad + Nivel de estudios + Valoración de la situación económica personal actual.

Los resultados expuestos en el cuadro 4 evidencian que la valoración de la situación económica nacional posee una gran capacidad explicativa del voto a los partidos del gobierno, considerando controles relevantes según ideología, valoración de los liderazgos de la coalición o características sociodemográficas del individuo. Percibir positivamente la situación económica incrementa notablemente la probabilidad de votar a los partidos del gobierno (*odds ratio* de 1,530, lo que significa que valorar la economía del país positivamente incrementa la probabilidad de votar al gobierno en 1,53 veces). En este modelo, tan solo la valoración del presidente del gobierno, Pedro Sánchez, contribuye más que esta variable a la explicación del voto. La estimación señala, además, que la situación económica personal no influye en el voto (un resultado que refuerza la validez del modelo sociotrópico), aunque el nivel de ingresos sí –a menor nivel de ingresos, mayor probabilidad de votar al gobierno–. Esta es una evidencia, en todo caso, de una fractura estructural, y no de un impacto coyuntural.

CUADRO 4

MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA SOBRE LA PROBABILIDAD DE VOTO A LOS PARTIDOS DEL GOBIERNO

| | | |
|---|-------------------|-------|
| Valoración Pedro Sánchez | 0,572 (.031) | *** |
| Valoración de Yolanda Díaz | 0,181 (.028) | *** |
| Nivel de ingresos netos del hogar | -0,144 (0,053) | *** |
| Edad | -0,001 (0,003) | |
| Sexo (Ref. Mujer) | -0,345 (0,114) | *** |
| Autoubicación ideológica | -0,353 (0,027) | *** |
| Situación económica personal (Ref. Negativa) | 0,203 (0,132) | |
| Estudios (Ref. Superiores) | 0,284 (0,116) | *** |
| Situación laboral (Ref. Trabaja) | -0,068 (0,116) | |
| Valoración de la situación económica nacional (Ref. Negativa) | 0,425 (0,132) | *** |
| Constante | -3,472 | *** |
| R ² de Cox y Snell (bondad de ajuste) | | 0,486 |
| R ² de Nagelkerke (bondad de ajuste) | | 0,661 |

***p<0,01, **p<0,05.

Nota: Errores estándar entre paréntesis. El modelo logra clasificar al 80,7 por ciento de los casos con "voto al gobierno".

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio 66091222 del CIS (n= 15.242).

Las percepciones sobre el funcionamiento de la economía en un sentido general y no individual contribuyen a explicar el comportamiento electoral de los ciudadanos, aunque su influencia tiene que ser completada y evaluada junto a la de otras variables actitudinales de tipo político, como la valoración de los líderes o la autoubicación ideológica. Incluso en contextos altamente polarizados como el español (Gidron, Adams y Horne, 2020), la percepción de la economía adquiere una notable capacidad explicativa del comportamiento electoral. Ahora bien, también se ha comprobado que el ámbito económico podría servir como reflejo de sesgos políticos de muy diverso orden y ser sensible a la acción de los medios de comunicación en cuanto a la creación de climas de opinión y la atribución de relevancia a ciertos

temas favorables a un partido u otro dentro de la agenda pública. No se puede olvidar, además, que el consumo de medios de comunicación, por norma, atiende a un comportamiento de exposición selectiva (buscando aquellos afines a las ideas propias).

5. EN CONCLUSIÓN: SIGUE SIENDO "LA ECONOMÍA, ESTÚPIDO", PERO LO ECONÓMICO TAMBIÉN ES POLÍTICO

La influencia de la economía en el comportamiento electoral se alimenta de juicios sociotrópicos, es decir, de opiniones sobre el estado de la economía en general, que se anteponen a la evaluación de la situación económica particular. Las coyunturas económicas negati-

vas favorecen el voto de castigo al partido que ostenta el poder de gobierno como efecto de una valoración retrospectiva negativa sobre su gestión. Asumiendo que se prioriza la percepción del entorno económico por encima de la situación personal, es necesario comprender que esta percepción sobre el estado de la economía, a su vez, se forma a partir de la exposición a los medios de comunicación y depende de sesgos cognitivos. Tanto es así que se ha podido comprobar cómo diferentes variables de naturaleza política pueden explicar las percepciones económicas de los electores.

A pesar del cambio que la extensión de los sistemas de bienestar ha introducido en nuestro orden de valores, los ciclos económicos adversos en materia de desempleo o inflación pueden reactivar un mayor interés por las políticas de contenido material. Los datos presentados en este artículo muestran que la economía contribuye en buena medida a explicar, hoy por hoy, el voto en España –en medio de una crisis de precios–, aunque también influyen muy significativamente los liderazgos y la ideología. No obstante, no se puede pasar por alto que el origen de las percepciones económicas es político. Se presenta aquí un debate clásico para las ciencias sociales: ¿cuál es la dirección de la relación? ¿Cuál es la causa y cuál es el efecto? Lo más razonable es sostener que la economía influye en el voto porque está reforzando o intensificando predisposiciones ya existentes en los individuos, como una suerte de variable interviniente, y que lo hará especialmente en aquellas personas con identidades políticas más débiles o menos polarizadas. En cambio, los votantes polarizados son menos sensibles a los factores coyunturales. Así pues, aunque sigue siendo “la economía, estúpido”, es preciso tener en cuenta que el origen de las percepciones económicas no está disociado de las predisposiciones políticas consolidadas a lo largo de la vida. Esto es así especialmente en contextos ambivalentes, en los que la opinión sobre la situación de la economía está dividida, por lo cual los votantes buscan y encuentran en los discursos de los partidos a los que los se sienten más próximos argumentos para interpretar la información macroeconómica que les llega.

BIBLIOGRAFÍA

BOSCH, A. y RIBA, C. (2005). Coyuntura económica y voto en España, 1985-1996. *Papers*,

75, pp. 117-140. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v75n0.1018>

DICKERSON, B. (2016). Economic perceptions, presidential approval and causality: the moderating role of the economic context. *American Politics Research*, 44(6), pp. 1037–1065.

DÍEZ NICOLÁS, J. (2000). La escala de postmaterialismo como medida del cambio de valores en las sociedades contemporáneas. En J. ELZO IMAZ y F. ANDRÉS ORIZO (Eds.), *España 2000, entre el localismo y la globalidad. La encuesta europea de valores en su tercera aplicación, 1981-1999* (pp. 285-310). Fundación SM.

DÍEZ NICOLÁS, J. (2011). ¿Regreso a los valores materialistas? El dilema entre seguridad y libertad en los países desarrollados. *Revista Española de Sociología*, 15, pp. 1578-2824.

DRUCKMAN, J. M., PETERSON, E. y SLOTHUUS, R. (2013). How elite partisan polarization affects public opinion formation. *American Political Science Review*, 107(1), pp. 57-79. <https://doi.org/10.1017/S0003055412000500>

EVANS, G. y ANDERSEN, R. (2006). The political conditioning of economic perceptions. *The Journal of Politics*, 68(1), pp. 194–207.

FRAILE, M. (2002). “El voto económico en las elecciones de 1996 y 2000: una comparación”. *Revista Española de Ciencia Política*, 6, pp. 129-151.

GARCÍA DE BLAS, E. (2022, 10 de enero). El PSOE adelanta al PP como mejor gestor de la economía y el empleo. *El País*. <https://elpais.com/espana/2022-01-10/el-psoe-adelanta-al-pp-como-mejor-gestor-de-la-economia-y-el-empleo.html>

GIDRON, N., ADAMS, J. y HORNE, W. (2020). *American affective polarization in comparative perspective*. Cambridge University Press.

HUNTER, J. D. (1991). *Culture wars: The Struggle to Define America*. BasicBooks.

INGLEHART, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton University Press.

INGLEHART, R. y ABRAMSON, P. R. (1999). Measuring postmaterialism. *American Political Science Review*, 93(3), pp. 665–677.

IYENGAR, S. Media politics. *A citizen's guide* (5ª ed.). Norton & Company.

JAIME CASTILLO, A. M. y SÁEZ LOZANO, J. L. (2007). Atribución de la responsabilidad y voto económico. El caso de España. *El trimestre económico*, 74(294), pp. 379-413.

KEY, V. O. (1966). *The responsible electorate*. Harvard University Press.

MACDONALD, K. y HEATH, A. (1997). Pooling cross-sections: A comment on Price and Sanders. *Political Studies*, XLV, pp. 928-941.

McCOMBS, M. (2005). A look at agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), pp. 543-557. <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>

MORA RODRÍGUEZ, A. (2017). El voto económico y estudio de agendas en España: aproximación a sus efectos en las elecciones generales del 2000 y 2011 Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. Digitum: Repositorio Institucional de la Universidad de Murcia. <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/52979>

MORA RODRÍGUEZ, A. y MORENO MARTÍNEZ, C. (2019). La influencia de la economía en el voto en España: de la bonanza de 2000 a la crisis de 2011. *RIPS: Revista De Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 18(2), 25-48. <https://doi.org/10.15304/rips.18.2.6365>

OZZANO, L. y GIORGI, A. (2016). *European culture wars and the Italian case*. Routledge.

PETROCIK, J. R. (1996). Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study. *American Journal of Political Science*, 40(3), pp. 825-850.

WHITTEN, G. D. y PALMER, H. D. (1999). Cross-national analyses of economic voting. *Electoral Studies*, 18, pp. 49-67.

WILSON, A. E., PARKER, V. A. y FEINBER, M. (2020). Polarization in the contemporary media landscape. *Current Opinion in Behavioral*

Sciences, 34, pp. 223-228. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.07.005>

WLEZIEN, C., FRANKLIN, M. y TWIGGS, D. (1997). Economic Perceptions and Vote Choice: Disentangling the Endogeneity. *Political Behavior*, 19, pp. 7–17. <https://doi.org/10.1023/A:1024841605168>