

VÍNCULOS ENTRE ELECTORES Y PARTIDOS BRASILEÑOS: UNA PROPUESTA DE MEDICIÓN DEL VÍNCULO PROGRAMÁTICO

Resumen: El presente trabajo consiste en una propuesta metodológica para medir si existen vínculos programáticos entre los electores y los partidos brasileños a partir de una serie de indicadores desagregados. La operacionalización del vínculo programático se realiza a partir de los siguientes indicadores: coherencia partidaria, cristalización ideológica, congruencia entre elector y partido e issue ownership. Se opta por este tipo de indicadores al tener como base dos conceptos clave. Primero, el concepto de vínculo programático defendido por Kitschelt (en Boix y Stokes, 2009). Segundo, la importancia de elementos relativos al partido como la coherencia y la cristalización (Marenghi, 2013) para la presencia de este tipo de linkage.

Nerea Ramírez García, nramirb@gmail.com
Doctoranda del departamento de Ciencia Política
de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG)

ST21 PARTIDOS E SISTEMAS DE PARTIDOS
Paper preparado para el 40º encontro anual da ANPOCS,
Caxambu, 24-28 de octubre de 2016

1. INTRODUCCIÓN

La literatura sobre la institucionalización del sistema de partidos se centró, durante años y entre otras dimensiones, en el estudio de la fortaleza de los vínculos de los partidos con la sociedad. Defendían que a mayor fortaleza de los vínculos existiera, mayor institucionalización habría. La estabilidad de los sistemas de partidos dependía, básicamente, de la existencia de vínculos programáticos entre electores y partidos. Sin embargo, los estudios más recientes sobre sistemas de partidos latinoamericanos han demostrado que en la región existen sistemas estables como el brasileño (Melo, 2015; Bohn y Paiva, 2009; Braga, 2006, 2010) y el chileno (Luna y Altman, 2011), a pesar de la ausencia de raíces partidarias en la sociedad. Según estos estudios, Brasil está dominado por vínculos personalistas, además de las escasas raíces de los partidos en la sociedad (Zucco en Torcal, 2013; Luna y Altman, 2011).

Siguiendo los argumentos de Payne, Zovato y Díaz (2007), Luna y Altman (2011) demostraron que es posible la existencia de sistemas de partidos estables sin vínculos programáticos dominantes. Como consecuencia, años después, Luna (2014) afirmó que los partidos políticos en general, pero sobre todo en las regiones desiguales, desarrollan diferentes tipos de vínculos con los electores. Segmentan a su electorado como estrategia político-electoral pues cada uno de estos segmentos respondería mejor a diferentes estímulos (desde programáticos hasta clientelistas). Por lo que, según esta teoría, cabría esperar que, en Brasil, los partidos establezcan simultáneamente diferentes tipos de vínculos. De esta manera, los estudios sobre vínculos constituyen, cada vez, un desafío más complejo.

El presente trabajo consiste en la elaboración de una propuesta metodológica para la medición de los vínculos entre los partidos brasileños y sus electores. Con esta operacionalización pretende identificarse la presencia del vínculo programático en los principales partidos del país. Para ello, se operacionaliza el concepto en una serie de indicadores desagregados basados en la literatura que nos permiten, mediante diferentes dimensiones, identificar si el partido y el elector tienden a conectarse desde una estrategia más programática o no. Tanto partido como el elector son la unidad de análisis y los diputados federales y los electores de cada uno de los partidos analizados la unidad de medida. Esta medición está creada a partir de los siguientes indicadores. Por parte del electorado: congruencia entre electorado y partido e *issue ownership*. En relación al partido: coherencia partidaria y cristalización ideológica. A pesar de ser más interesante

el estudio la cristalización programática, la falta de datos disponibles imposibilita la utilización de este indicador

Específicamente, se elige Brasil por ser un caso paradigmático. Más de quince partidos consiguen representación sistemática en el congreso; los llamamientos personalistas al electorado son la pauta; los políticos cambian de partido con frecuencia y la mitad de los votantes no se identifican con ningún partido, a pesar de ser un sistema de partidos estable (Zucco, en Torcal 2015), lo que debería garantizar la existencia de vínculos programáticos. Las conexiones entre partidos y electores brasileños se han considerado de tipo no programáticos en su mayoría (Zucco en Torcal 2015; Melo, 2004, 2012, 2015; Peres, 2005; Braga, 2010) y los partidos brasileños han tendido a ser considerados como organizaciones frágiles, poco cohesionadas y descentralizadas, en las que los diputados cuentan con una amplia autonomía. Ahora bien, estos estudios han tendido a considerar a los partidos políticos como unidades homogéneas, sin considerar las posibles divergencias. Además, el caso brasileño asumió características interesantes y singulares para la construcción de conexiones entre representados y partidos comparado con otras democracias desiguales de la tercera ola (Huntington, 1991). Durante la redemocratización, un nuevo sistema de partidos fue instituido (Paiva, Braga y Pimentel Jr., 2007). Nuevos partidos surgieron a partir de las escisiones, fusiones y la propia creación de nuevas organizaciones partidarias con base en diversos movimientos sociales. El electorado tuvo que adaptarse a un nuevo escenario con una amplia oferta partidaria hasta entonces desconocida y con una alta fragmentación (Braga, 2006; Nicolau, 1996). Los electores necesitaban buscar, comprender y diferenciar entre los múltiples partidos y sus supuestos perfiles ideológicos y programáticos. Sin embargo, en los otros países, generalmente, se reestablecía el sistema de partidos anterior a la quiebra de la democracia, de manera que los costes de información para el elector son menores, facilitando la conexión programática.

La literatura ha señalado la existencia de una conexión entre electores y partidos como una de las dimensiones clave para alcanzar una democracia de calidad, al mismo tiempo que afecta a la durabilidad y legitimidad de cada democracia (Fernández, Coelho y Abad, 2015). Además, en América Latina, el debate sobre la existencia de una crisis de representación política ha incentivado que el vínculo entre representantes y representados sea cada vez más estudiado (Otero, Mateos y Rivas, 2015). La necesidad de profundizar en este campo, también, radica en que la medición de los vínculos es un tema complejo,

que envuelve numerosas cuestiones y elementos, de manera que existe un cierto disenso en la literatura. La mayoría de los trabajos sobre vínculos publicados utilizan la congruencia entre elector y representante como indicador del vínculo programático (Morales Quiroga, 2014; Barreda y Ruiz, 2015; Selios, 2012; Kitschelt, Hawkins, Luna, Rosas y Zechmeister, 2010). Ahora bien, por sí sola puede no ser suficiente para identificar de manera válida la existencia de vínculos programáticos (Grofman, 2004). Por eso, en los últimos años, otros indicadores se han sumado a la congruencia intentando mejorar la eficiencia y validez de estas mediciones. Al mismo tiempo, es importante contribuir en los estudios sobre vínculos buscando diferencias entre los partidos, pues estos son actores heterogéneos.

Este paper está dividido en las siguientes secciones. Primero, se proporciona una breve definición de los vínculos y sus diferentes tipos, estableciendo una rápida revisión de la literatura. Éste es el primer paso necesario para la elaboración de un indicador. Segundo, se aclaran algunas cuestiones relativas al estudio de los vínculos en general, y, específicamente algunas relativas a esta investigación. Tercero, se explica la propuesta de operacionalización para medir el grado de vínculo programático establecido por cada partido. Para ello, se analizan los diferentes indicadores propuestos, revisando las principales cuestiones metodológicas relativas a cada uno y se especifica sobre la construcción del indicador. Finalmente, una breve conclusión señalando los posibles problemas y desafíos de esta medición.

2. VÍNCULOS ENTRE ELECTOR Y PARTIDO: DEFINICIÓN

El vínculo entre partido y elector es definido por la literatura como la conexión existente entre un determinado partido y su electorado, tanto en el momento de la elección como a posteriori. Durante décadas, se defendió, que los vínculos entre elector y partido eran exclusivamente programáticos e ideológicos, basada en estudios realizados desde y para las democracias industriales. Es más, se atribuía la estabilidad del sistema a la existencia de éstos. Autores como Converse (1969) afirmaron que los sistemas de partidos son más estables cuando los votantes se identifican con los partidos. De manera que la literatura sobre comportamiento electoral y competencia partidista estuvo dominada por la idea de votantes programáticos e ideológicos como condiciones necesarias para la existencia de sistemas partidarios estables (Lipset y Rokkan, 1967; Cox, 1990; Hinich y Munger, 1984; Fleury y Lewis Beck, 1993). Con la llegada de la tercera ola democrática (Huntington, 1991) se demostró que estos estudios no se encajaban en la nueva realidad,

puesto que los vínculos entre elector y partido eran relativamente débiles y la inestabilidad del sistema era la regla. Además, todos los partidos no evolucionaban de la misma forma. Mientras que unos partidos se desvinculaban de los liderazgos personalistas, apostando por un programa que cristalizase su orientación ideológica; otros continuaban siendo meros vehículos temporales para líderes personalistas sin un programa ni pretensiones programáticas (Alcántara en Luna, 2007).

Esta evidencia, en palabras de Mainwaring y Torcal (2005:159, 160), sugería la necesidad de repensar las teorías sobre votantes, voto y competencia partidista en las democracias de la tercera ola. Por lo que surge una nueva onda de estudios que intenten explicar la diversidad de vínculos entre los partidos y sus electores (Mainwaring y Scully, 1995). Para ellos, “en la mayoría de los sistemas de partidos de las democracias y semidemocracias de los países en desarrollo, este vínculo es sustancialmente mucho más débil (...) los vínculos entre votantes y candidatos son mucho más personalistas” (Mainwaring y Torcal, 2005:141). La ideología estaría menos presente debido a la falta de raíces de los partidos en la sociedad, produciendo vínculos más endeble: las conexiones tenderían a ser más débiles y basadas en criterios no programáticos (Kitschelt, 2000). Por lo que, según las teorías clásicas sobre institucionalización, los sistemas de partidos sin vínculos programáticos deberían ser más inestables al no existir patrones regulares de competición partidista (Mainwaring, 1999), caracterizados por una alta volatilidad electoral. Lo que les torna más vulnerables a la presencia de outsiders y dificulta la responsabilidad electoral, afectando a la calidad de la representación, y en última instancia, de la democracia.

Estas nuevas teorías defendían la existencia de otras motivaciones para el establecimiento de los vínculos, además de las programáticas o ideológicas, como Kitschelt (2000) señala. Por ejemplo, los electores podrían basarse en relaciones clientelistas, personalistas (Silveira, 1998) o, simplemente, valorar la actuación del gobierno sin seguir criterios programáticos o ideológicos (Fiorina, 1981). Por lo que los votantes podrían atribuir una relevancia diferente para la ideología, sin ser necesariamente ésta la base de esa conexión político-electoral. Kitschelt (2000) realizó una nueva clasificación atendiendo a esta idea, que se tornó válida tanto para las nuevas democracias como para las consolidadas (Blondel, 2006), que distingue entre: vínculos programáticos, personalistas y clientelistas. A pesar de existir otras clasificaciones en la literatura.

Hasta entonces, también, se había afirmado que los partidos establecían un único tipo de vínculo con su electorado, pero tras estudios recientes, Kitschelt (et.al 2010) y Luna (2014) afirmaron que los partidos políticos podían crear diversas conexiones con su electorado. Según Luna (2014), los partidos, especialmente los localizados en regiones desiguales, segmentan a su electorado como estrategia política-electoral de movilización. Dicha segmentación se debe a que cada ciudadano estaría más receptivo a unos estímulos diferentes, por ejemplo: ideológicos, carismáticos, o de tipo clientelista. Es más, considera que aquellos partidos que no consigan segmentar al electorado ni armonizar su representación obtendrán un éxito electoral menor. Alcanzarían una parcela reducida del electorado, afectando al éxito y supervivencia del partido. Pero lograr dicha segmentación depende tanto del compromiso de los activistas del partido como de sus miembros, de la posición del partido en el propio sistema y de la cantidad de recursos de la que disponga, materiales y simbólicos (Luna, 2014). A continuación, se definen y revisa la literatura sobre el tipo de vínculos entre elector y partido.

2.1 Tipos de vínculos

El **vínculo programático** se define por la fortaleza de los postulados ideológicos y programáticos como nexo electoral entre votante y partido, lo que supone un intercambio indirecto. Este tipo de “linkage” se basa en la teoría normativa, según la cual, los electores escogen a sus representantes a partir de dos ideas principales: policy position y policy competence (Kistchelt en Boix y Stokes, 2009).

Según el enfoque *policy position*, los ciudadanos eligen aquellos representantes cuyas propuestas coinciden mejor con sus intereses. Por tanto, votarán al partido o candidato que mejor se encaje con sus preferencias. Según esta teoría, el elector no sabe cómo el partido político que votase se comportaría y actuaría después de las elecciones, provocando que esta elección esté dominada por la incertidumbre. Para resolver este problema, los partidos políticos elaboran un programa político en el que recogen las medidas que llevarían a cabo si fuesen elegidos como representantes. En este, los ciudadanos usarían estos programas para establecer un ranking de preferencias y escoger, finalmente, a aquel que estuviese más próximo a sus posiciones ideológicas, como predica el modelo de partido responsable (MPR) (APSA:1950). Luego, la ideología se articula como un atajo cognitivo utilizado por los votantes a la hora de tomar decisiones complejas.

Ahora bien, si los electores no tomasen su decisión a partir de las diferencias ideológicas de los partidos este modelo queda invalidado (Pierce, 1999) y los vínculos establecidos entre partido y elector serían de tipo material o simbólico en detrimento de los programáticos (Otero y Rodríguez, 2014). De manera que la existencia de este tipo de vínculo depende directamente de la capacidad que los partidos tengan de estructurar al electorado ideológicamente, capacidad que no siempre está presente de la misma forma en todos los partidos (Otero y Rodríguez, 2014). Para ello, será determinante que el partido posea un lema que simplifique las cuestiones complejas y facilite al elector la toma de decisiones. Además de encajar o posicionar directamente las propuestas del candidato en el ideario del partido. También es necesario que los partidos establezcan alternativas políticas diferentes entre sí, es decir, políticas claras y distintivas. Aunque no basta con la existencia de un programa electoral claro y diferenciado, el partido debe tener un grado de compromiso fuerte con el mismo (Stokes, 2007; Ruiz, 2007).

Para el enfoque *policy competence*, los ciudadanos premian o castigan a los políticos en las urnas, a través del examen de las actuaciones pasadas. Dentro de este mismo enfoque destaca el *issue ownership* (Petrocik et.al, 2003), es decir, cuando un partido desarrolla una reputación y dominio específico de un *issue* del panorama político. Por lo que el elector crea un vínculo programático a partir de la actuación política del partido o sus candidatos.

Para Kitschelt, Hawkins, Luna, Rosas y Zechmeister (2010) el establecimiento del vínculo programático no sólo depende de la existencia de un programa político y de su compromiso con este, sino que otros elementos de largo plazo también son determinantes. Relacionan de manera directa la existencia de éstos con la de un partido estructurado programáticamente, es decir, cristalizado y coherente. De manera que las condiciones para su existencia son las siguientes. Primero, tener capacidad de generar el desarrollo de los actores políticos, oportunidades de organización colectiva y competencia electoral reiterada y political stakes que puedan dar forma a los alineamientos políticos. Sumado a una cohesión interna mínima en los issues más relevantes que polarizan al partido de los demás competidores. Deben demostrar un grado de cohesión y unidad que les permita convertir los temas en políticas públicas consistentes y estables. Pero el elector también debe contribuir, es decir, distinguir las propuestas y tener preferencias, aunque sea en un número limitado de issues.

Los vínculos programáticos, según la literatura, garantizan la accountability y mejoran la legitimidad de la democracia. Aseguran la disciplina partidaria de los representantes y proporcionan mayor coherencia al proceso de formulación de políticas públicas. Lo que al mismo tiempo asegura la supervivencia de los partidos y del sistema de partidos (Luna, 2007). Al mismo tiempo, han sido señalados como elementos contenedores de la aparición de fenómenos personalistas u outsiders y como potenciales minimizados de la incidencia del clientelismo debido a la baja incidencia de incentivos y de la corrupción, pues los partidos con mayor presencia de estos vínculos parecen ser más vulnerables a estos escándalos. Sin embargo, en momentos de crisis política e insatisfacción ciudadana, la desafección puede ser más fuerte que en los sistemas con vínculos no programáticos. Por lo que podría producirse un alejamiento más rápido e intenso de los partidos y sus representantes, potenciando un cambio hacia otras formas de conexión. Para Luna (2007) cuando los vínculos partidistas se ven afectados por la desconfianza, se produce un incremento de las relaciones clientelistas basadas en las propias redes partidarias.

Los **vínculos personalistas** se basan en una unión construida a partir de las características personales del político, especialmente sobre su poder de persuasión sobre el elector, provocando que los electores creen vehementemente en su capacidad de generar cambios positivos (Popkin, 1994). Luego, se basa en una “construcción mental y subjetiva construida a partir de mensajes proyectados que, finalmente, afectan a la percepción de la realidad” (Nimmo y Savage, 1976:8). Para Fiorina (1981) las características del político sirven para cristalizar las opiniones o percepciones del elector sobre cómo será la labor de representación de éste. Algunas de las características del político que sirven para los electores de base en el establecimiento de estos vínculos son: la competencia o capacidad de actuar, la integridad y honestidad, la empatía, la responsabilidad, la popularidad y el carisma del líder. Por lo que el perfil del propio político funciona como un atajo cognitivo para situar al partido en relación a los diferentes issues, especialmente, cuando el elector no dispone de muchas informaciones. Al no existir una fuerte ligación entre las preferencias ideológicas o programáticas (Silveira, 1998), los ciudadanos tienden a basarse en esas características personales de los políticos para tomar sus decisiones electorales, lo que finalmente les lleve a la construcción de ese lazo político-emocional. Ahora bien, si el elector tuviera preferencias claras sobre

determinados issues o cuestiones programáticas, estas preferencias condicionarían la visión del político (Mata y Ortega, 2013:124).

Generalmente, debe recalcar, que los políticos más carismáticos tienden a mantener discreción sobre las preferencias programáticas o ideológicas, de manera que la construcción de los vínculos programáticos se torna prácticamente inviable. Es importante recalcar que los vínculos personalistas pueden ser transferidos de un candidato a otro. Este sería el caso de nuevos candidatos que se proponen continuar con el proyecto político iniciado por su sucesor para conectarse con el electorado (Navia y Soto, 2014).

Este tipo de vínculos comenzaron a ser estudiados a mediados de la década de los 80, cuando la Ciencia Política, especialmente en los Estados Unidos de América, reparó en la importancia de la figura del líder en los procesos electorales (Burns, 1978; Tucker, 1984; Blondel, 1987) aunque la ideología tuviese igualmente un impacto. Estos estudios fueron más frecuentes en los sistemas presidencialistas pero la denominada “presidencialización” del parlamentarismo provocó que estos estudios se explicasen hasta las democracias europeas (Biezen y Hopking, 2005). Posteriormente, con los primeros análisis sobre las nuevas democracias, al constatar el fuerte impacto del personalismo en éstas (Bartle y Crewe, 2002), los estudios sobre vínculos personalistas se vuelven una pauta en regiones como la latinoamericana. Actualmente, la importancia de este tipo de vínculos tiende a ser mayor, tanto en las democracias consolidadas como en las de la tercera ola tras la “personificación de la política” (McAllister, 2007; Evans e Andersen, 2005). Esta personificación de la política está fuertemente relacionada a la aparición de los medios de comunicación, especialmente la televisión (Hale, 2006), la aparición de los partidos atrapalotodo y el desalineamiento ideológico (Dalton, 2000). Cambios que transformaron tanto las percepciones de los electores como de los propios partidos.

Las relaciones entre electores y partidos basadas en este tipo de conexiones dejan al partido en una situación vulnerable, en la que su supervivencia de este, depende en última instancia, de sus grandes personalidades. Además, los outsiders se convierten en un fenómeno recurrente que impiden la creación de vínculos programáticos y generan una fuerte inestabilidad política (Mainwaring y Torcal, 2005). Sin embargo, pueden existir partidos fuertes y programáticos que cuenten con algunas personalidades carismáticas, es decir, políticos caracterizados por la construcción de vínculos personalistas que garanticen esa segmentación del electorado.

Mientras que los **vínculos clientelistas** se basan en el deseo de los ciudadanos de anteponer sus intereses materiales a los demás para asegurar sus objetivos personales relaciones de intercambio de intereses. Éste es un vínculo que exige un cierto nivel de reciprocidad y voluntarismo. Además de provocar una relación de dominación y sometimiento puesto que se trata de un intercambio asimétrico en el que se establece una fuerte rendición de cuentas y responsabilidad, a pesar de ser al margen de la ley. Los partidos clientelistas modernos se caracterizan por una organización compleja de recursos y apoyos políticos, articulando intercambios de tipo multinivel, es decir, redes que unen los intercambios locales y regionales de los de los gobiernos centrales (Maiz y Requejo, 2001). En este tipo de vínculo se caracteriza por inestabilidad y una fidelidad cuestionable, pero para desarrollarse el partido y el político deben tener una serie de amplios recursos puesto que si carecen de ellos se torna inviable el establecimiento de estos intercambios desiguales.

Este tipo de vínculos son los más difíciles de medir y comprobar empíricamente puesto que los políticos tienden a esconder sus prácticas clientelistas, expresando la existencia de un compromiso programático inexistente. A pesar de esto, son muchos los estudios sobre el clientelismo y su impacto en las elecciones, especialmente en regiones como la latinoamericana, aunque tiende a centrarse en las consecuencias políticas de estas dinámicas en la democracia y desde la perspectiva única del elector (Amaral e Stokes, 2005; Helmke e Levitsky, 2006).

Es importante distinguir como en determinadas ocasiones los partidos políticos establecen políticas programáticas que no deben ser interpretadas como clientelistas (Graciano, 1984). Si el partido que ofrece estas políticas programáticas durante la campaña, una vez alcanzado el poder, se implementan a nivel universal – independientemente de si el elector alcanzado por esta política le votó o no – no se puede hablar de un caso de intercambio de favores. La base del vínculo clientelista radica en el establecimiento de beneficios que se atribuyan de forma exclusiva a aquellos electores que dieron su voto al partido, y no a toda la circunscripción (Kitschelt et.al, 2010).

Roberts (2002) inclui o vínculo de mercado e afirma que podem existir outros tipos de vínculos (Roberts, 2002), apesar de não ter sido ainda contextualizada. Luna (2014), considera que outro tipo de vínculo não programático é o partidário, que se relaciona com a identificação partidária e não com as posturas programáticas. Este tipo

de vínculo sería aquel en el cual el elector identifica-se con el partido, sin precisar estar basado en las posiciones programáticas. En este caso, el elector vota en él sistemáticamente.

Recientemente, Luna (2007) estableció una nueva categorización de los tipos de vínculos utilizando como criterios de clasificación el nivel de institucionalización del partido, la movilización de clivajes o conflictos programáticos, y el nivel de agregación de intereses, como puede ser observado en la tabla 1.

Tabla 1. Identificación de los vínculos programáticos y no programáticos

COMPETICIÓN BASADA EN CLIVAJES O CONFLICTOS PROGRAMÁTICOS				
INSTITUCIONALIZACIÓN PARTIDO	Sí		No	
	Sí	No	Sí	No
	Sí	Vínculos programáticos y partidarios a nivel individual	Vínculos programáticos y partidarios a nivel colectivo	Vínculos partidarios no programáticos a nivel colectivo
	No	Vínculos programáticos no partidarios a nivel individual	Vínculos no partidarios y no programáticos a nivel colectivo	Vínculos no partidarios y no programáticos a nivel individual
NÍVEL DE AGREGACIÓN DE INTERESES	Individual	Colectivo	Colectivo	Individual

*Fuente: elaboración propia a partir de Luna (2007).

3. CUESTIONES RELATIVAS AL ESTUDIO Y LA MEDICIÓN DE LOS VÍNCULOS

Existe un fuerte debate sobre cómo los vínculos son establecidos. En la literatura es posible distinguir entre quienes consideran que son creados desde la demanda y quienes afirman que son creados desde la oferta. El hecho de que los vínculos sean creados a partir de la oferta (Luna, 2014), significa que son los partidos políticos y sus estrategias las que determinan un tipo u otro de linkage. Mientras quien considera que depende de la demanda, afirma que son los electores quienes condicionan la construcción del vínculo. Esta cuestión continúa siendo debatida entre los expertos. Pero este fenómeno también puede ser bidireccional y retroalimentarse.

La operacionalización de los vínculos está condicionada en gran medida por la dirección en la que el experto considere que se desarrollan. En esta propuesta, como ya se mencionó anteriormente, se opta por estudiar los vínculos considerados como una

cuestión bidireccional. Tanto el elector y sus características receptivas como la estrategia del partido condicionan la existencia de una conexión programática o no.

Además, la mayoría de los trabajos sobre vínculos han tenido, hasta hace poco, un enfoque más institucionalista. Luna (2007) añade que los expertos se han centrado, hasta recientemente, en medir la estabilidad del vínculo existente. Estos estudios no permiten identificar los diferentes tipos de vínculos (Otero, 2014).

Al mismo tiempo, los vínculos pueden ser medidos en las diferentes arenas políticas y estudiados desde diferentes perspectivas. Esta propuesta se basa en la elección de la esfera legislativa conforme citado al inicio, específicamente el Congreso Nacional. Éste es el principal espacio de representación política y donde se eligen y determinan las leyes, tanto en el caso escogido, Brasil como en el resto de democracias. La relación entre electores y diputados está condicionada por un triángulo de intereses a los que el diputado se debe: los intereses del partido, del distrito y los personales (Delgado y Velasco, 2013). Lo que acaba produciendo una tensión en la tarea representativa. De manera que la unidad de análisis es el partido y la unidad de medida los diputados.

La elección del periodo estudiado se basa en la disponibilidad de datos más recientes, de manera que esta propuesta de medición utilizará datos referentes a la legislatura 2006-2010. En relación a los casos seleccionados, la falta de datos impide realizar una medición en un mayor número de partidos, lo que limita de manera importante este tipo de estudios. Para los indicadores del ámbito partidario propuestos la fuente de datos utilizada será PELA 2010, en la cual existen datos únicamente para los siguientes partidos: PT, PMDB, PFL, PP, PTB y PSDB. De manera que éstos 6 partidos suponen los casos analizados. Para los electores la fuente de datos utilizada es ESEB 2010.

4. OPERACIONALIZACIÓN DE LOS VÍNCULOS EN LA LITERATURA

Los conceptos son definiciones abstractas que necesitan ser operacionalizados para conseguir ser medibles. De esta forma, la operacionalización nos permite descomponer el concepto en una serie de indicadores generalmente cuantificables. Luego, un indicador es una forma de medida, dotada de significado sustantivo y usado para substituir, cuantificar u operacionalizar un concepto de interés teórico o abstracto (Januzzi, 2002). A continuación, se expone, brevemente, las principales operacionalizaciones de los vínculos en la literatura. Debido a las dificultades metodológicas para realizar estudios

que midan simultáneamente los diferentes vínculos, generalmente, tendieron a distinguir entre programáticos y no programáticos, simplificando su medición.

Tradicionalmente, la literatura interesada en identificar la estabilidad de los sistemas de partidos se centraba en los vínculos entre elector y partido como indicadores: la cercanía de la sociedad a los partidos, las diferencias entre el voto presidencial y el legislativo, identificación partidista y la edad de los partido (Mainwaring y Scully, 1995; Mainwaring, 1999); la habilidad de los candidatos no partidistas para ganar puestos, la importancia de la ideología en el programa (Mainwaring, 1999); la capacidad de los partidos de permanecer en el congreso y el sentimiento de cercanía a los partidos (Payne et al 2007). Se consideraba que los sistemas más institucionalizados se caracterizaban por linkages de tipo personalistas y clientelistas. Sin embargo, cuando se comprobó que los principales sistemas de partidos institucionalizados en la región latinoamericana todavía contaban con la presencia de vínculos predominantemente personalistas (Zucco en Torcal 2013; Torcal y Mainwaring, 1995, Ruíz en Telles y Moreno, 2014) evidenciaron que el concepto de institucionalización no tenía capacidad para realizar afirmaciones sobre el tipo de vínculos dominantes en cada país.

Posteriormente, los estudios dirigidos a identificar el tipo de vínculos existente - programático o no- han tendido a utilizar la congruencia entre elector y representante como el principal indicador (Morales Quiroga, 2014; Barreda y Ruiz, 2015; Selios, 2012). Algunos autores como Otero (2014) utilizan la congruencia como sinónimo de los vínculos entre elector y partido, considerando que la base del vínculo programáticos hasta qué punto las actitudes de los electores coinciden con la de los partidos a los que votan. Sin embargo, la congruencia por si sola parece no ser suficiente para medir de forma fehaciente los vínculos (Grofman, 2004). Por eso, en los últimos años, la literatura se ha esforzado por añadir otros indicadores. Los vínculos programáticos, según Otero y Rodríguez (2014), necesitan que existan contenidos ideológicos puesto que la ideología funciona como un atajo a la hora de crear los linkages entre electores y partidos (Hinich y Munger, 1994). Además, los ciudadanos deben auto-posicionarse ideológicamente y ubicarse en la escala izquierda-derecha. Pero no basta únicamente esto, la oferta programática e ideológica de los partidos debe ser perfectamente reconocida por el electorado. Debido a estas consideraciones, algunos autores consideran que la coherencia interna del partido debía ser un indicador más de los vínculos programáticos. Se supone que los partidos con mensajes ideológicos y más estructurados programáticamente

tenderían a tener un porcentaje mayor de electores vinculados programáticamente (Otero y Rodríguez, 2014). En esta misma línea de razonamiento se encuentra Marengui (2013) que propone operacionalizar el vínculo programático mediante indicadores relativos al elector y al partido. Por tanto, además de la coherencia suma la cristalización para los partidos y en el caso de los electores opta por utilizar la congruencia para comprobar si existe una preferencia por algunos issues que estructuran la competición partidaria y si existe una percepción adecuada por parte de los electores de las opciones ofrecidas por los partidos.

Por otro lado, la literatura ha tendido a utilizar la identificación o la preferencia partidaria como una forma indirecta de medir la existencia de vínculos programáticos o ideológicos con el partido. Según Lipset y Rokkan (1967), los ciudadanos partidarios se dividen según una serie de clivajes sociales como clase, religión, o lugar de residencia (urbano vs rural) de manera que la identificación con los electores estaría basada en la simpatía por las propuestas de cada partido (Key, 1964). La escuela de Michigan asumía que las conexiones en la identificación partidaria estaban basadas en las posiciones del partido y que las conexiones con los líderes serían producto de esas ideas partidarias en primera instancia y no viceversa. Ahora bien, en los países con sistemas de partidos relativamente nuevos es importante cuestionar esta afirmación ya que los vínculos personalistas pueden ser anteriores a las conexiones programáticas, siendo estos la base de la identificación. Luego, la identificación o preferencia partidaria no garantiza que el individuo tenga las mismas ideas o valores que el partido. La identificación partidaria puede estar promovida por otras cuestiones diferentes. Por esa razón, utilizar la identificación partidaria equiparada a los vínculos programáticos parece arriesgado.

En el caso específico de Brasil, generalmente, se ha afirmado que la identificación partidaria, en términos generales, es baja si bien es verdad que a lo largo de la última década los niveles de afiliación aumentaron. Los expertos tienden a esperar que apenas algunas variables estén realmente asociadas con la identificación partidaria para cualquier partido (Mainwaring et al 2000). De manera que Brasil ha sido descrito como un caso crónico de partidos subdesarrollados, donde individualismo, clientelismo y personalismo son señaladas como las dinámicas habituales en detrimento de lo programático (Samuels, 2006). Mientras que para otros autores la identificación partidaria es importante y consigue pautar las elecciones. Ahora bien, gustar de un partido o que estos estructuren las elecciones no garantizan que el vínculo programático exista. Conforme mencionado

anteriormente, el elector podría tener preferencia o gustar de un determinado partido debido a su líder – como en el caso del lulismo- o a otros factores que poco o nada tienen que ver con su ideología, políticas y desempeño. Para expertos como Singer (1990), Von Mettenheim (1995) y Mainwaring (1999), la identificación partidaria en Brasil apenas refleja las conexiones con líderes personalistas debido al uso del populismo en las campañas y la debilidad de las instituciones. Esto podría explicar porque a pesar del país haber experimentado un aumento de la preferencia partidaria en las últimas décadas los partidos todavía cuentan con unas raíces en la sociedad escasas (Luna y Altman, 2011). Ahora bien, la relevancia de los elementos programáticos en la identificación partidaria pese a ser casi siempre tratada de manera homogénea, existen diferencias entre partidos. Por ejemplo, el petismo se muestra como el menos influenciado por el personalismo en la identificación, en comparación con los otros partidos, a pesar de la alta relevancia de la variable Lula (Samuels, 2006).

En relación al desempeño del partido, este tampoco ha sido utilizado en los estudios existentes sobre vínculos como un indicador. Hasta ahora únicamente ha sido desarrollado teóricamente a pesar de generar algunas discrepancias.

4.1. Una nueva propuesta de operacionalización: midiendo los vínculos programáticos

A continuación, se presenta la operacionalización de los vínculos propuesta en este trabajo para a continuación definir y aclarar ciertas cuestiones metodológicas relacionadas con cada uno de ellos y de qué manera serán medidos en el presente índice. Así como Marengui (2013), este trabajo propone una operacionalización del vínculo programático a partir de indicadores desagregados relativos tanto a los partidos como a los electores. Se parte del concepto teórico de Kitschelt (en Boix y Stokes, 2009) y de la idea de la estructuración programática del partido como elemento presente cuando existen este tipo de linkages (Kitschelt, Hawkins, Luna, Rosas y Zechmeister, 2010; Marengui, 2013). Así, los indicadores propuestos son: issue ownership y congruencia por parte del electorado; y, la coherencia interna del partido y la cristalización ideológica en referencia a la estructuración programática del partido. A continuación, se realiza un análisis detallado sobre las principales cuestiones metodológicas de cada uno de los indicadores.

En la operacionalización de Kitschelt (en Boix y Stokes, 2009) el voto económico es utilizado como un indicador. Sin embargo, en esta propuesta de medición no es

considerado ya que entraña algunos problemas. Primero, es característico de las democracias estables, eficientes y consolidadas, siendo mayor su impacto en aquellas donde la responsabilidad es más fácil de ser atribuida (Lewis-Beck y Stegmaier, 2000). En los países presidencialistas, la responsabilidad de la economía tiende a ser atribuida al presidente, por lo que los miembros del congreso no tienden a ser responsabilizados por la actuación económica. Además, el sistema de partidos brasileño dificulta la identificación de responsabilidades y es el presidente en el ámbito nacional, quien pauta el voto económico en el ámbito nacional (Lopes Fernandes y Lopes Fernandes, 2013). Finalmente, el voto programático puede existir sin la necesidad del voto económico ser un elemento presente, por lo que la ausencia o presencia de este elemento no evidencia claramente la existencia o no de este tipo de linkage.

A continuación, se profundiza en cada uno de los indicadores propuestos, considerando las diferentes cuestiones metodológicas relacionadas a cada uno así cómo cuál es la forma en la que serán medidos en esta propuesta.

Gráfico 1. Vínculos entre elector y partido: operacionalización en base al concepto de Kitschelt (en Box y Stokes, 2009)

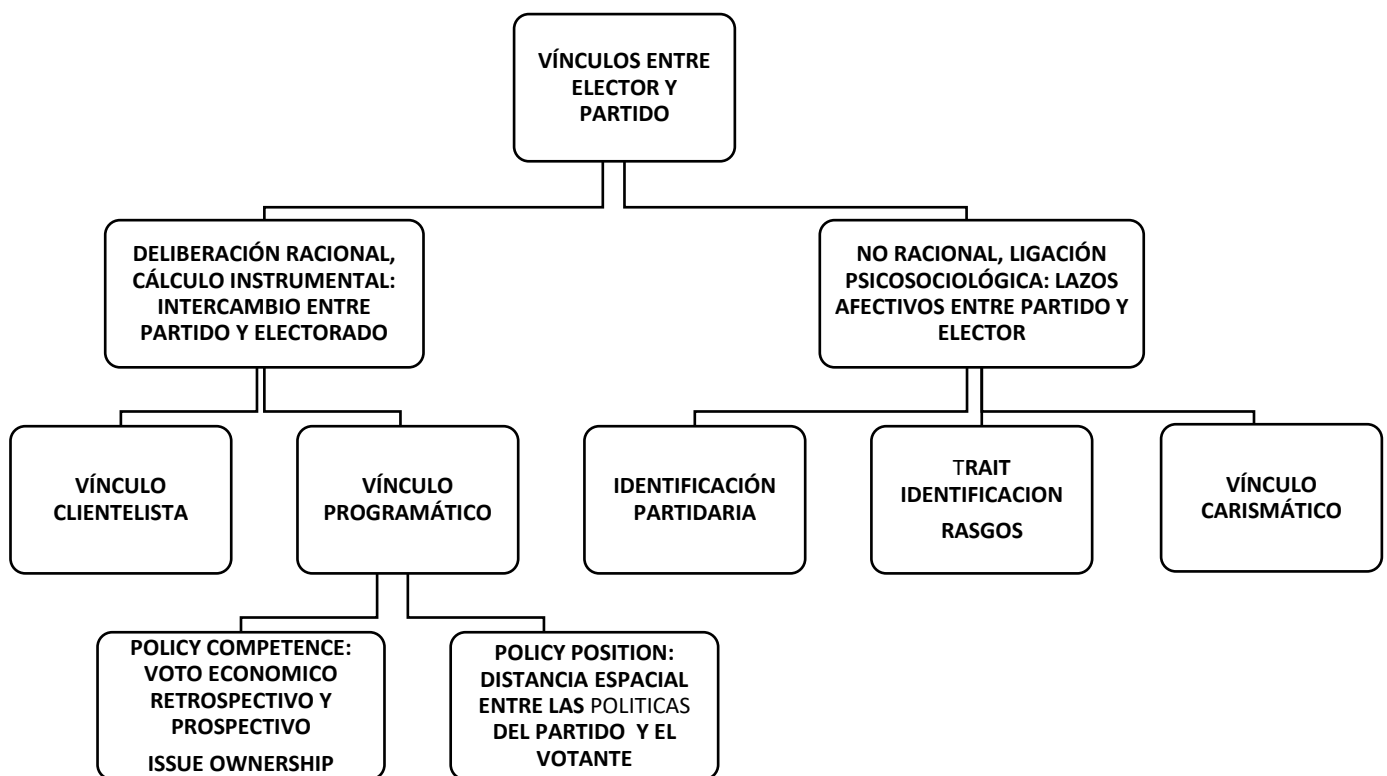


Tabla 2. Operacionalización del vínculo programático: indicadores

Indicadores	Fuente
Cristalización ideológica del partido	PELA
Coherencia partidaria	PELA
Congruencia entre diputados federales y electores	PELA Y ESEB
Issue ownership	PELAY ESEB
*Fuente: elaboración propia	

4.1.1 CONGRUENCIA ENTRE ELECTOR Y PARTIDO

La congruencia es un concepto con una alta dificultad para ser abordado, operacionalizado y medido, aunque ha evidenciado importantes avances en los últimos años (Barreda y Ruíz, 2015; Otero, Mateos y Rivas, 2015). Golder y Stramski (2010) señalan que la definición de congruencia varía según el objeto de estudio. Los partidos no siempre representan las preferencias de sus electores, por lo que, generalmente, se entiende como el grado de acuerdo entre representantes y representados en cuestiones ideológicas y programáticas (Otero, Mateos y Rivas, 2015; Powell Jr., 2010). Otero Felipe (2011) considera que, en definitiva, se trata de la coincidencia, más específicamente, entre los partidos y sus votantes. La medición empírica de este concepto está marcada por algunos problemas o desafíos metodológicos: la unidad de análisis, los temas analizados, la fuente, y la propia medición.

En relación a la unidad de análisis, puede analizarse la congruencia de manera colectiva, es decir, entre representados y representantes (Miller y Stokes, 1963; Achen, 1978; converge y Pierce, 1986) utilizando las votaciones de los legisladores en issues o temas relevantes (roll call vote) y/o las políticas implementadas por el gobierno en relación a la opinión pública. O bien, analizar los partidos y sus votantes, siguiendo el modelo de partido responsable (Barnes, 1977; Dalton, 1985; Marsh y Wessels, 1997; Miller, 1999), es decir, un análisis de tipo diádico (Otero, 2014). En este modelo, se utilizan las posiciones medias de los partidos (policy position) sobre cuestiones programáticas e ideológicas (Belchior y McAllister, 2011; Otero, 2011; Zechmeister y Corral, 2011). Ya los temas analizados suelen referirse a cuestiones ideológicas y/o programáticas (Selios, 2015). En los issues destacan los de tipo económico, pero puede optarse por una inclusión mayor (Luna y Zchmeister, 2005) o escogerse un conjunto de variables establecidas teóricamente (Brasch, 2003). Otra práctica habitual consiste en

preguntar por los principales problemas del país (Selios, 2015). Para Otero (2014) deben incluirse tanto las cuestiones relativas a la ideología como todos los issues relevantes de la agenda política, sin limitarse a los económicos.

Sobre la medición en sí, existe un amplio debate: las correlaciones entre opiniones, el coeficiente de Pearson o la asociación. Achen (1977) incluye considerar la dispersión. Quienes optan por la distancia entre los valores de las respuestas (Barreda y Ruiz, 2014), utilizan las posiciones de los partidos como un proxy de las acciones del partido puesto que la posición mediana de sus miembros tiene una mayor probabilidad de ser ejecutada por sus miembros en el congreso (Track, 2015). También, puede usarse una media de tendencia central, la cual se ve menos afectada por los casos extremos (*Absolute Mediam Citizen Congruence*- Golder y Stromski, 2010). A menor sea el resultado, mayor será la congruencia. Esta es la forma más usada por su sencillez (Huber y Powell Jr., 1994; Powell, 2010). Existen otras como la *Absolute Citizen Congruence* (ACC) y la *Relative Citizen Congruence*.

Para el indicador propuesto, la congruencia es entendida como diádica, es decir, se mide el grado de acuerdo o desacuerdo entre los partidos y sus electores. Para ello, se utiliza como pregunta de corte si votó por el partido o si tiene preferencia por éste. Se analizará la congruencia ideológica y programática a partir de elementos referentes a los issues económicos, como el papel del estado, y sobre los principales problemas del país. Esta selección está delimitada por los datos disponibles. Así, la unidad de análisis son los partidos y sus electores. Los datos utilizados son las posiciones medias de los partidos (policy position), ya que la posición mediana de sus miembros es la que con mayor probabilidad será llevada a cabo por el partido (Trak, 2010). Para calcular la posición mediana se propone utilizar la *Absolut Mediam Citizen Congruence* (AMC), contrarrestando el impacto de los casos extremos. Como mediana se utilizará la moda. Esta fórmula es utilizada por autores como Huber y Powell Jr. (1994). Mientras menor sea el resultado, mejor será la congruencia entre el partido y sus simpatizantes.

Para la literatura, una mayor congruencia entre representante y representado favorece la atención, por parte de los partidos, a las demandas ciudadanas y su ejecución. Se entiende que la conexión entre elector y partido estaría basada en la reciprocidad de sus ideas (Ruiz y Barreda, 2014). La congruencia ha sido entendida como un sinónimo de la existencia del vínculo programático (Kitschelt, 1989; Dalton, Farrell y McAllister, 2011). Aunque para algunos autores la presencia de un alto nivel de congruencia no

garantiza este tipo de conexiones. Por ejemplo, para Ponte de León (2015), los partidos de tipo clientelista, basados en intercambios, presentan niveles de congruencia positivamente relacionados con el clientelismo. Por lo que la congruencia debe utilizarse junto con otros indicadores que ayuden a controlar y no sobreestimar los resultados alcanzados a partir de la congruencia. Al mismo tiempo Dalton, Farrell y McAllister señalaron que la congruencia tiende a ser mayor durante las campañas electorales, siendo menor durante el periodo de ejercicio del poder. De manera que, también, debe considerarse en momento en el que se realizó la medición.

Cuadro 3. Fórmulas para la medición de la congruencia ideológica y programática entre elector y partido

Ubicación ideológica = $\bar{x}_j = \frac{(x_1 + x_2 + \dots + x_n)}{n}$	
Congruencia $AMC_i = MDS_i - MDP_i $	
AMC_i	Medida de congruencia para el partido i
MDS_i	Mediana de la posición de los simpatizantes del partido
MDP_i	Mediana de las posiciones del partido

*Fuente: elaboración propia a partir (Otero y Ruíz, 2014)

Tabla 3. Preguntas a partir de las cuales se medirá la congruencia ideológica y programática

Partidos (PELA 2010)

P 59 (...) e nesta mesma escala onde o (a) sr. (a) colocaria o seu partido?

P 58 (...) onde o (a) sr. (a) se posicionaria na escala seguinte, sendo que 1 indica esquerda, e 10 a direita

P 30 Em sua opinião qual é o principal problema que o governo brasileiro enfrenta na atualidade? E o segundo?

Electores (ESEB 2010)

P 33 Na política as pessoas falam muito de esquerda e direita, gostaria que o (a) sr. (a) usasse um número de 0 a 10 para dizer se o partido político que eu vou dizer é de esquerda ou de direita (...). PT, PDT, PSDB, DEM, PMDB, PTB, PV y PSOL

P 35 Novamente pensando em esquerda e direita na politica, como o(a) sr.(a) se considera?(...)

P 17 Em sua opinião qual é o principal problema que o governo brasileiro enfrenta na atualidade?
P18 E o segundo?

P 29 Agora gostaria de conhecer a opinião do (a) sr. (a) sobre uma série de funções tradicionais do Estado. Pensando em termos gerais, gostaria que o (a) sr. (a) dissesse, para cada uma delas, qual deveria ser a postura do Estado: intervir muito, intervir pouco, intervir nada?

- Controle dos preços,
- Garantir uma educação fundamental e media ampla e gratuita,
- Subsidiar a habitação,
- Gerar empregos,
- Garantir um sistema de aposentadoria e pensões,
- Dar cobertura sanitária em geral,
- Garantir uma educação universitária ampla e gratuita, dar cobertura de seguro-desemprego, proteger o meio ambiente, cobrir as necessidades básicas de todos os cidadãos.

P 94 agora vou ler para o (a) sr. (a) uma serie de frases e gostaria que o (a) sr. (a) dissesse se concorda muito, concorda pouco, discorda pouco ou discorda:

- As leis e os impostos do governo impedem as empresas de terem lucros,
- Para que o pais cresça o governo deveria intervir mais na economia,
- A privatização das empresas estatais foi boa para o pais,
- É preciso dar mais liberdade para as empresas dispensarem empregados,
- O brasil estaria bem melhor se nós nos preocupássemos menos com que todo mundo seja igual,
- Nós teríamos menos problemas no brasil se as pessoas fossem tratadas com mais igualdade,
- Em um pais como o brasil é obrigação do governo diminuir as diferenças entre os muito ricos e os muito pobres,
- O governo deveria oferecer menos recursos públicos para diminuir os impostos,
- Se o pais for rico não importa que haja muita desigualdade

4.1.2 ISSUE OWNERSHIP

El concepto de issue ownership supone que el electorado asocie a los partidos con determinados issues, generalmente de tipo long-term (Egan, 2006), por lo que se necesita un determinado nivel de conocimiento tanto de los candidatos como de los issues. Además, el elector debe tener posicionamientos específicos sobre las políticas y una percepción sobre cómo afecta quien ejerza el gobierno al estado de bienestar y demás políticas (Ames, Baker e Renno en Timothy power y Kingstone, 2008). Consecuentemente, los electores considerarían que un determinado partido respondería o manejaría de manera más eficiente determinados temas (Budge y Farlie, 1983). Para Campbell et.al (1960), los partidos son creíbles y confiables en determinados asuntos y, por tanto, saben lidiar mejor con ese determinado problema. Pero para que esto suceda es necesario que los electores sean capaces de distinguir. La construcción de esta posesión o apropiación es un proceso lento, desarrollado durante décadas mediante las posiciones del partido al respecto. Generalmente, esta credibilidad le supone un número de apoyos electorales importante (Walgrave, 2000). La literatura sobre issue ownership distingue, entre otros, los siguientes temas: terrorismo, impuestos, economía, empleo, estado de bienestar, acceso a la sanidad universal, etcétera. No obstante, cada país puede registrar issues específicos de acuerdo con su contexto, coyuntura e historia.

Si los electores se importan mucho sobre ese issue que el partido domina, éste se convierte en un recurso importante para aglutinar votos (Petrocik 1996). Esta proposición ha sido confirmada en numerosos países (Budge y Farlie, 1983; Maddens, 1994;

Walgrave y Deswert, 2004). Al mismo tiempo, los estudios existentes demuestran que cuando el elector lee sobre un determinado tema, automáticamente piensa o se acuerda de un determinado partido. Para Iyengar (1994) estos partidos deben utilizar esos issues como estrategia electoral y maximizar sus votos. Al mismo tiempo, los partidos que poseen un determinado issue consiguen hacer llegar mejor que sus opositores sus promesas electorales. Mientras que el partido opositor compensa su falta de competencia en ese issue aproximándose a las preferencias del votante medio en este asunto. Los partidos propietarios de un conjunto de issues son vistos públicamente como más eficientes para su gestión pública (Petrocik, 1966).

Aunque un partido domine un determinado issue, debe recalcar que esta apropiación es dinámica. Para la literatura, puede cambiar en el nivel micro, es decir, en las percepciones subjetivas de los individuos sobre las competencias del partido. Pero en el nivel macro es más difícil. Por lo que sus efectos parecen ser estables a largo plazo. En este tipo de fenómeno los medios de comunicación tienen un papel determinante en el proceso de apropiación. Mientras que Page y Saphiro (1992) recuerdan que la opinión ciudadana, normalmente, se mantiene relativamente estable, (Page y Saphiro, 1992), pero que lo que tiende a transformarse es la importancia de cada issue en cada elección. Factor que indudablemente impacta en las estrategias y éxito electoral del partido. Ya Klingmann et al (1994) resalta que los partidos pueden interesarse por nuevos issues y dejar los viejos de lado. Aunque arrebatar un issue de un partido a otro es bastante difícil y llevaría bastante tiempo (Petrocik, 1996). Por otro lado, los partidos también pueden ser dueños de issues de corto plazo.

Ames, Baker e Renno (en Timothy power y Kingstone, 2008) demuestran que el issue voting es relevante en Brasil, al menos en las elecciones presidenciales y especialmente en lo relativo a cuestiones económicas y la reforma agraria puesto que: 97% de los encuestados tienen una opción sobre la reforma de la tierra y el 91% sobre las privatizaciones y 76% sabe posicionar a los candidatos en la opinión sobre privatización, apenas un 17% no lo hace y un 58% coloca las posiciones de los 4 candidatos. Ahora bien, en el caso de los diputados federales su impacto puede ser menor o diferir de unos partidos a otros ya que los votantes brasileños son eclécticos existiendo diferentes posibilidades. Para Hagopian (1996), la prevalencia del clientelismo genera que las percepciones de los ciudadanos sobre los issues de importancia nacional no sean politizadas. Consecuentemente, la presencia del clientelismo perjudica el establecimiento

de conexiones programáticas y, específicamente, la existencia del issue voting. Pero el clientelismo se ha registrado como cada vez menor en las elecciones al congreso nacional, por lo que es importante considerar este indicador.

Para medir este indicador, generalmente, se utilizan las encuestas de opinión pública para su medición, preguntando qué partido, consideran que, representa mejor determinado issue o le sugiere más confianza a la hora de abordar determinados problemas. Para Brasil no existe ninguna encuesta de opinión que realice directamente estas preguntas. Por tanto, se opta por medir el issue voting relativo a los aspectos económicos identificando las posiciones de los partidos estudiados a partir de las opiniones de sus diputados y la de los electores en relación al papel de Estado en la economía. De esta manera, si el issue voting estuviese presente para un partido, los electores con posiciones similares habrían votado en el partido, independientemente de tener preferencia o no por éste.

Ahora bien, el hecho de coincidir en la posición tomada en relación a determinados issues y haber votado en ese partido no tiene porqué significar que el partido realmente conquiste votos debido al issue voting, pudiendo deberse a otras cuestiones. Sin embargo, no existe otra forma de medir la existencia de este fenómeno, por lo que el indicador issue voting debe ser considerado con un cierto cuidado y ponderado conforme el resto de indicadores.

Tabla 4. Preguntas a partir de las cuales se medirá el issue ownership

Partidos (PELA 2010)

P 28 Como o (a) SR. (a) sabe, atualmente existe um debate entre posições estatistas e as neoliberais em diversos países do continente. O (a) SR. (a) poderia me dizer se é mais favorável a uma economia regulada pelo estado ou pelo mercado? Utilize a seguinte escala, onde 1 indica máxima presença do estado na economia e 5 máxima liberdade para o mercado

P 33 Agora, vou mencionar, diversas rubricas sobre gasto público. Gostaria que o (a) sr. (a) me dissesse se, para o Brasil é melhor investir em cada uma delas:

- Infraestrutura,
- Saúde seguridade social,
- Segurança pública,
- Educação,
- Defesa e forças armadas,
- Seguro desemprego,
- Habitação,
- Aposentadoria e pensões

Electores (ESEB 2010)

P 60 Em quem o senhor votou para deputado federal?

P 94 agora vou ler para o (a) sr. (a) uma serie de frases e gostaria que o (a) sr. (a) dissesse se concorda muito, concorda pouco, discorda pouco ou discorda:

- As leis e os impostos do governo impedem as empresas de terem lucros,
- Para que o pais cresça o governo deveria intervir mais na economia,
- A privatização das empresas estatais foi boa para o pais,
- É preciso dar mais liberdade para as empresas dispensarem empregados,
- O brasil estaria bem melhor se nós nos preocupássemos menos com que todo mundo seja igual,
- Nós teríamos menos problemas no brasil se as pessoas fossem tratadas com mais igualdade,
- Em um pais como o brasil é obrigação do governo diminuir as diferenças entre os muito ricos e os muito pobres,
- O governo deveria oferecer menos recursos públicos para diminuir os impostos,
- Se o pais for rico não importa que haja muita desigualdade

4.1.3 COHERENCIA PARTIDARIA

Los partidos son actores divididos (Ruiz y Otero, 2013), de manera que sus miembros pueden poseer visiones ideológicas diversas. La coherencia puede definirse como la consistencia interna del partido (Alcántara y Luna, 2004), es decir, el grado de congruencia entre los miembros del mismo en lo programático e ideológico (Ruiz Rodriguez, 2006). Por lo que esta dimensión “proporciona una imagen del partido mediante el análisis de las actividades y predisposiciones de sus miembros” (Ruiz Rodriguez, 2006:90). Una alta coherencia significa un alto grado de acuerdo en las opiniones o actitudes de la élite del partido, mientras que un bajo grado evidencia el fuerte disenso existente en el seno del partido. Los estudios sobre coherencia se remontan a Michels (1991; 1915) y sus estudios sobre el SPD alemán. En estos estudios encontró importantes tensiones entre la élite del partido, tanto ideológicas como relacionadas a la lucha por el poder. También destacan otros autores como Downs (1985), Huntington (1965 y 1990), Panebianco (1988), Janda (1980), Kitschelt (1999) y Ruiz (2006) entre

otros. Janda (1993) destaca que no debe confundirse la coherencia con la cohesión partidista, es decir, la unidad o no en su comportamiento

Para Ruiz y Otero (2014) “tres son los aspectos más polémicos en la medición de la coherencia de los partidos políticos: las dimensiones (disenso en torno a qué), la forma de medición (como se captura el disenso) y el ámbito de la medición (disenso de quienes)” (2013:41). En relación a las dimensiones, puede distinguirse entre la congruencia programática, ideológica y organizativa. En la coherencia ideológica se miden las similitudes intra-partidistas en la ubicación ideológica del partido o la auto-ubicación de sus miembros. La programática mide las similitudes intra-partidarias en torno a temas y políticas específicas. Existe un largo debate en la literatura sobre los issues que deben ser introducidos en la medición. Se considera que deben ser los más relevantes, pero no hay un criterio homogéneo sobre cómo establecer cuáles son. Para Hawkins y Morgenstern, (2003) y Bartolini (2002) deben ser aquellos que dividan al partido. Sin embargo, pueden existir issues de identificación del partido que no lo dividan, pero que si deben ser introducidos (Ruiz y Otero, 2014). Es más, Ruiz y Otero (2014) avisan sobre los potenciales peligros de sobreestimar sus niveles de coherencia al incluir únicamente issues que dividan al partido. Es crucial incluir aquellos clivajes que estructuran la competición partidista (Ruiz y Otero, 2014). Mientras que la organizativa mide el grado de acuerdo entre la elite del partido en relación a las cuestiones relativas a la organización del partido como la disciplina partidista o la organización del partido. Ya en la medición, la literatura distingue entre mapas espaciales (Maor, 1997), comparación de porcentajes modales (Hawkins y Morgenstern, 2003) y desviaciones típicas (Kitschelt, 2001; Ruiz, 2007). Finalmente, sobre el ámbito de la medición, debe recordarse que como señaló May (1973) y su ley de la disparidad curvilínea: mientras que la élite del partido tendría posiciones más matizadas, las bases tenderían a ser más radicales. De manera que lo ideal sería medir la coherencia partidaria distinguiendo entre los diferentes subgrupos existentes en el partido para no sobredimensionar la falta de coherencia.

Aquí se opta por medir únicamente la coherencia programática e ideológica, al entenderse que son las más relevantes para la elaboración de los vínculos programáticos entre elector y partido. Una mayor cohesión en estos aspectos permitiría un reconocimiento fácil y rápido del electorado sobre las posiciones de este partido. Para el cálculo de la coherencia ideológica se utiliza la ubicación ideológica del partido según sus miembros y su auto-ubicación, para la programática se utilizan issues relativos a la

economía y el papel del estado en ésta. Se opta por los de carácter económico porque la economía es uno de los principales elementos diferenciadores de los partidos brasileños entre sí y por ser un clivaje crucial del sistema desde su redemocratización. En cuanto al nivel de medición, se opta por entrevistar a las élites del partido, es decir, a los diputados federales pues son los representantes del partido político en el legislativo y es un colectivo con un peso bastante importante dentro del partido. Finalmente, se opta por utilizar las desviaciones típicas porque permiten realizar múltiples operaciones estadísticas y sirven para capturar el grado de acuerdo y disenso siempre que la escala utilizada para la recogida de información sea la misma (Ruiz y Otero, 2014). Para calcular la coherencia programática se toman las posiciones de los miembros del partido respecto a las cuestiones analizadas. Si están en diferente medida deben normalizarse haciendo una transformación para no influir en el resultado final la unidad de medida diferente. A continuación, se suman las respuestas de cada diputado, por cada partido, de las preguntas consideradas y se divide por el número de preguntas. De la cifra resultante se calcula la desviación típica en cada partido político para obtener la coherencia final. A mayor desviación, menor coherencia existe. La coherencia total será el resultado de la coherencia programática y de la ideológica dividida por 2.

Pese a la coherencia partidaria considerarse una condición necesaria para la institucionalización del partido, ésta no es suficiente (Alcantara y Luna, 2004). Al mismo tiempo, Kitschelt (2000) afirma que la existencia del vínculo programático requiere de un cierto nivel de coherencia programática intrapartidaria. Pero esta puede coexistir con las lealtades personalistas y las prácticas clientelistas (Ruiz Rodríguez, 2006) por lo que debe valorarse junto con el resto de indicadores propuestos.

Cuadro 4. Fórmula para la medición de la coherencia

$\text{Coherencia partidaria} = S_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}_j)^2}{n}}$ $\bar{x}_j$ promedio del partido, x_i las ubicaciones de cada individuo n el número de datos
--

*Fuente: elaboración propia a partir Ruiz y Otero (2014)

Tabla 5. Preguntas a partir de las cuales se medirá la coherencia partidaria
(PELA 2010)

P 58 (...) onde o (a) sr. (a) se posicionaria na escala seguinte, sendo que 1 indica esquerda, e 10 a direita

P 59 E nesta mesma escala (esquerda onde o (a) sr. (a) colocaria o seu partido?

P28 Como o (a) SR. (a) sabe, atualmente existe um debate entre posições estatistas e neoliberais em diversos países do continente. O (a) SR. (a) poderia me dizer se é mais favorável a uma economia regulada pelo estado ou pelo mercado? Utilize a seguinte escala, onde 1 indica máxima presença do estado na economia e 5 máxima liberdade para o mercado

P 33 Agora, vou mencionar, diversas rubricas sobre gasto público. Gostaria que o (a) sr. (a) me dissesse se, para o Brasil é melhor investir em cada uma delas:

- Infraestrutura,
- Saúde seguridade social,
- Segurança pública,
- Educação,
- Defesa e forças armadas,
- Seguro desemprego,
- Habitação,
- Aposentadoria e pensões

4.1.4 CRISTALIZACION IDEOLOGICA

La cristalización es un indicador relativamente novedoso y que todavía no ha sido utilizado sistemáticamente en la literatura, a pesar de su fuerte potencial tanto para el estudio de los partidos como de sus sistemas (Ruiz y Otero, 2014). La cristalización ideológica-programática del partido captura la percepción de los demás respecto al lugar en el que dicho partido se sitúa en las diversas cuestiones programáticas e ideológicas (Kitschel, 2000). Este es el elemento clave en los estudios sobre la estructuración programática del partido. Kitschelt et. Al (1999) fueron los pioneros al proponer esta dimensión de análisis en su trabajo sobre sistemas de partidos en Europa del Este. Consideraban que el grado de consolidación de la imagen que proyecta el partido era determinante: a mayor consenso entre los miembros de los otros partidos sobre su posición, mayor cristalización ideológica-programática posee el partido. De manera que las principales ideas y propuestas del partido serían claramente identificables tanto para la élite como para los ciudadanos. Al mismo tiempo, afirmaron que, en aquellos sistemas menos polarizados, las posibilidades de distinguir las posiciones de cada partido se vuelven más complejas.

Así como con los otros indicadores, a la hora de realizarse sus cálculos deben tomarse una serie de decisiones relativas a: los datos utilizados para la medición, en torno a que se va a medir y como se va a capturar ese grado de disenso (Ruiz y Otero, 2014).

Sobre los datos utilizados para la medición, existe consenso sobre que deben ser personas ajenas al partido pues se trata de medir la imagen proyectada. Puede usarse la opinión de los miembros de otros partidos (Kitschelt et. Al 1999), las opiniones de los electores de otros partidos o la opinión de expertos. Sobre esta última, existe un amplio debate. En relación a los temas a medir, así como en el indicador anterior, puede medirse tanto programáticamente como ideológicamente. Para la elección de los issues programáticos, el debate es idéntico al de la coherencia, por lo que los expertos abogan por la utilización de los principales clivajes del partido y su sistema de partidos. Finalmente, sobre cómo medir ese disenso, Kitschelt (et al. 1999) propone la utilización de la desviación media. Por lo tanto, cuanto menor sea la desviación típica, mayor será la cristalización ideológica-programática del partido.

Aquí la cristalización será medida únicamente en relación a la ideología puesto que no existen fuentes de datos que permitan calcular la cristalización programática. En cuanto a los datos que constituyen la base del cálculo, estos son las opiniones de los diputados federales sobre los otros partidos en el Congreso. Finalmente, la forma de medición utilizada es la desviación típica, por lo que se obtienen las posiciones medias en ideología o en lo programático para cada partido político y se calcula la desviación típica de las posiciones otorgadas a cada partido. La cristalización total se obtiene a partir de la suma de la coherencia programática e ideológica.

Cuadro 5. Fórmula para la medición de la cristalización

$$\text{Cristalización partidaria } S_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

$\bar{x}$ promedio

x_i ubicación del partido según cada individuo

n número de datos.

*Fuente: elaboración propia datos en Ruiz y Otero (2014)

Tabla 6. Preguntas a partir de las cuales se medirá la cristalización ideológica (PELA 2010)

P 13 Quando se fala de política, se utiliza frequentemente as expressões esquerda e direita. Numa escala onde 1 indica “ESQUERDA” E 10 “DIREITA”, em que lugar o (a) Sr. (a) posicionaria os seguintes partidos ou alianças?
PT, PMDB, PFL, PP, PTB Y PSDB

5. CONCLUSIONES

Este trabajo constituye un primer intento de operacionalizar la medición de los vínculos programáticos entre los partidos y sus electores considerando elementos relativos tanto a los partidos como a los electores. Para ello, se ha presentado cada uno de los indicadores elegidos, revisando los principales problemas o alternativas señaladas por la literatura, a la hora de trabajar y medir cada uno de ellos. La mayoría de las cuestiones abordadas son relativas a qué medir, de qué forma, qué fuente utilizar y cómo medir, todos ellos análisis fundamental para elegir y justificar cuál es la forma más adecuada e interesante para el propósito final de este trabajo. Sin embargo, todavía es necesario trabajar más tanto en las cuestiones relativas a cada uno de estos indicadores, así como en algunos aspectos metodológicos. Resaltar que esta operacionalización está basada en indicadores desagregados que permitirán posteriormente clasificar a los partidos políticos brasileños evaluados según el tipo de vínculo que establecen con su electorado. Esta propuesta es especialmente relevante ya que la literatura ha tendido a estudiar los vínculos considerando a los partidos como actores homogéneos, sin distinguir las posibles diferencias entre ellos en sus linkages.

Al mismo tiempo, este intento de operacionalización para la medición del vínculo programático está inserido en un proyecto mayor. Una vez medido el tipo de vínculo preponderante en cada uno de los partidos brasileños propuestos, se analizará algunas de las características específicas que la teoría ha señalado como determinantes para que los partidos tengan un u otro tipo de relación con su electorado. Lo que se torna relevante, ya que la ciencia política ha tendido a centrarse en los elementos institucionales y su impacto, considerando a los partidos homogéneamente y que las características individuales de estos no tendrían la capacidad de modular o combatir determinados efectos institucionales. Finalmente, con una investigación como esta espera poder comprobarse que los partidos establecen estrategias diferentes motivadas por sus propias características y contribuir al estudio de los partidos en el país brasileño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ACHEN, C. H. (1977) Measuring Representation: Perils of the Correlation Coefficient, *American Journal of Political Science* XXI, PP.805-815.

ALCANTARA, M. y LUNA, J. P (2004) Ideología y competencia partidaria en dos post-transiciones: Chile y Uruguay en perspectiva comparada. *Revista de Ciencia Política*, vol 24 (1): 128-168.

- ALTMAN, D. y LUNA, J.P (2011) Uprooted but stable: chilean parties and the concept of party system institutionalization
- AMARAL, S. y STOKES, S. (2005). La democracia local y la calidad de la democracia, en Samuel Amaral y Susan C. Stokes (comp.). Democracia local. Clientelismo, capital social e innovación política en la Argentina. Buenos Aires. Eduntref.
- BAKER, A., AMES, B. y RENNO, L. (2008). "The 'Quality' of Elections in Brazil: Policy, Performance, Pageantry, or Pork?" En Timothy J. Power and Peter R. Kingstone (eds.), Democratic Brazil Revisited. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, pp. 107-133
- BARREDA, M. e RUÍZ, L. (2015) Los diputados en sus distritos y en el congreso: representación desde arriba o desde abajo?, Revista Latinoamericana de Política Comparada, vol.9, pp. 11-33.
- BARREDA, M. e RUIZ RODRIGUEZ, L. (2014) Una aproximación al estudio de la actividad distrital de los diputados: los casos de Chile y Bolivia, Revista Debates, Porto Alegre, vol. 8, nº1, pp. 81-103.
- BRAGA, M. (2006) Processo Partidário-Eleitoral Brasileiro. Padrões de Competição Política. São Paulo, Humanitas/Fapesp.
- CONVERSE, P. E., y PIERCE (1986) Political Representation in France. Cambridge: Harvard University Press.
- BURNS, J. M (1978) Leadership. New York: Perenium.
- DALTON, Russell J. (1985) Political Parties and Political Representation. Party Supporters and Party Elites in Nine Nations, Comparative Political Studies, nº 18, PP.267-299.
- DALTON, R., FARREL, y MCALLISTER, I. (2011) The Dynamics of Political Representation, En How Democracy Works: Political Representation and Policy Congruence in Modern Societies, de Martin Rosema, Bas Denter y Kees Aarts, 21-38. Amsterdam, PallasPublications.
- DELGADO, I. Y VELASCO, M. (2013) Explorando modelos de relación entre diputados, partidos y electores. Un estudio comparado de los vínculos electorales y representativos de la actividad partidista en Chile, Perú y Bolivia, presentado en el XI Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración (AECPA).
- DOWNS, A. (1985) An Economic Theory of Democracy, Addison-Wesley Publishing Co, Boston [1.a ed. 1957].
- FIORINA, M. P. (1977) The Case of the Vanishing Marginals: The Bureaucracy Did It, American Political Science Review, vol.71, pp. 177-181.
- GOLDER, M. y STRAMSKI (2010) Ideological Congruence and Electoral Institutions, en American Journal of Political Science 54, nº 1, PP.90-106.
- GROFMAN, B. (2004) Downs and two-party convergence. Annu. Rev. Political Science. 7, PP. 25-46.
- HAGOPIAN, F (1996) Traditional Politics and Regime Change in Brazil, Nueva York, Cambridge University Press.
- HUBER, J. e POWELL, G. (1994). Congruence between Citizens and Policymakers in Two Visions of Liberal Democracy, World Politics, vol.46, pp.291-326.
- HUNGTINTON, S. P. (1990) El orden político en las sociedades en cambio, Paidós: Buenos Aires. [1.a ed. 1968].
- JANDA, K. (1993) Comparative Political Parties: Research and Theory, en A. W. Finifter, Political Science: the State of the Discipline II, American Political Science Association, Washington D.C. pp. 163-191.
- JANNUZZI, M. (2004) Indicadores sociais no Brasil: conceitos, medidas e aplicações. 3. ed. Campinas: Alínea; Campinas: PUC.
- KITSCHOLT, H. (2000) Linkages between Citizens and Politicians in Democratic Politics, Comparative Political Studies, vol.33, nº7, pp.845-879.

KITSCHOLT (2009) Party system, en Boix y Stokes, The Oxford Handbook of Comparative Politics, Oxford, Oxford University Press.

KITSCHOLT, H.; HAWKINS, K.; LUNA, J.P.; ROSAS, G. e ZEICHMEISTER, E. (2010) Latin American Party System, Cambridge University Press, Cambridge.

KITSCHOLT, H. e LUNA, J.P (Eds.) (2014) La política al encuentro de las políticas: el surgimiento de partidos programáticos, IDEA Internacional, Estocolmo.

LIPSET, S. M., y ROKKAN, S. (1967) Party Systems and Voter Alignments, Nueva York, Free Press.

LEWIS BECK Y STEGMAIER (2000) Economic determinants of electoral outcomes, Annual Review of Political Science, vol. 3, pp. 183-219.

LOPES FERNANDES y LOPES FERNANDES (2013) O voto econômico no Brasil: evidências com dados em painel e em multinível, http://www.cienciapolitica.org.br/wpcontent/uploads/2014/04/14_7_2012_12_54_29.pdf acessado por última vez 09/09/2016.

LUNA, J.P (2007) Representación política en América Latina: el estado de la cuestión y una propuesta de agenda, Política y Gobierno, Vol. 14, n° 2, pp. 391-435.

LUNA, J.P (2014) Segmented Representation: Political Party Strategies in Unequal Democracies, Oxford Studies in Democratization, Oxford.

LUNA, J. P e ZEICHMEISTER, E. (2005), Political Representation in Latin America: A Study of Elite-Mass Congruence in Nine Countries, Comparative Politics, vol. 38, pp. 388-416.

MAINWARING, S. (1999) Rethinking Party Systems in the Third Wave of Democratization: The Case of Brazil, Stanford, Stanford University Press

MAINWARING, S. e SCULLY, T. (1995) Building democratic institutions: Party systems in Latin America, Stanford University Press, Stanford

MAINWARING, S. e TORCAL, M. (2005) La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora, América Latina Hoy, vol.41, pp. 141-173.

MAOR, M. (1997) Cohesion and Dissent», en Political Parties and Party Systems. Comparative Approaches and the British Experience, Routledge, Londres.

MATA, T. y Ortega.M. (2013) Liderazgo y voto: la influencia de los líderes en tres elecciones autonómicas, Revista Española de Ciencia Política, N 31 pp. 123-152.

MELO, C. R. (2003) Retirando as cadeiras do lugar: Migração partidária na Câmara dos Deputados (1985–2002), Editora da UFMG, Belo Horizonte.

Melo, C.R y CÁMARA, R. (2012) Estrutura de competição eleitoral, Revista de Ciências Sociais, vol.55, n.1, pp. 71-117.

MELO, C. R. (2015) Avaliando vínculos entre partidos e deputados nas assembleias legislativas brasileiras, Opinião pública, vol.21, n.2, pp.365-391.

MORALES QUIROGA, M. (2014) Congruencia programática entre partidos y votantes em Chile, Perfiles Latinoamericanos, n.44, pp.60-92.

NICOLAU, J. (1996). Multipartidarismo e Democracia: um estudo sobre o sistema partidário brasileiro. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas

NIMMO, D. e SAVAGE, R. (1976) Candidates and Their Images, Goodyear Publishing, Pacific Palisades.

NORRIS, P. (2003), Electoral engineering: voting rules and political behaviour, Cambridge University Press, Cambridge.

PAGE, B. y SHAPIRO, R. (1992) The rational public: fifty years of trends in american's policy preferences, Chicago, University of Chicago Press

- PAIVA, D., BRAGA, M. y PIMENTEL JR. J. (2007) Eleitorado e partidos políticos no Brasil, *Opinião Pública*, vol. 13, n 2, pp. 388-408.
- PASE, L., MULLER, M. Y AZAMBUJA DE MORAIS, J. (2012) O clientelismo nos pequenos municípios brasileiros, *Revista Pelotas*, vol.10, pp.181-199.
- PONCE DE LEÓN, Z. (2015) Transactional representation: rethinking party congruence and its relationship to clientelismo, presentado en el congreso Alacip 2015.
- POWELL, (2010) Institutions and the ideological congruence of governments En R. Dalton y C. Anderson (Eds) *Citizen, Context and Choice: How Contest Shapes Citizens' Electoral Choices*. Oxford, Oxford University Press.
- OTERO, P. (2014) Vínculos entre partidos y votantes. Ideología e integración europea en perspectiva comparada, *Revista española de Investigaciones Sociológicas*, n 146, pp.141-170.
- OTERO, P. e RODRIGUEZ, J. A. (2014) Vínculos ideológicos y éxito electoral en América Latina, *Política y Gobierno*, vol.21, n.1, pp.159-200.
- OTERO, P., MATEOS, A. y RIVAS, C. (2015) diferentes actores, diferente representación. Un análisis a través de la congruencia ideológica, presentado en el Congreso ALACIP.
- PETROCIK J. (1996) Issue Ownership and Presidential Elections, *American Journal of Political Science* vol. 40, n 3, PP. 825-850.
- RUÍZ, L. e OTERO, P. (2014) Indicadores de partidos y sistemas de partidos, CIS, Madrid.
- RUIZ RODRIGUEZ, L. (2007) Partidos y coherencia: Parlamentarios en América Latina, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid.
- RUIZ RODRIGUEZ, L. (2006) Coherencia partidista: la estructuración interna de los partidos políticos en América Latina, *Revista Española de Ciencia Política*, n 14, pp. 87-114.
- SAMUELS (2006) Source of mass partisanship in Brazil, *Latin american politics and society*, vol.48, n 2, pp. 1-27
- SAMUELS y ZUCCO (2013) The Power of Partisanship in Brazil: Evidence from Survey Experiments, *American Journal of Political Science*, Vol. 00, n 0, pp. 1-14
- SELIOS, L. (2012) La congruência política y el desarrollo democrático en América Latina
- SINGER, A. (1990) Collor na periferia: a volta por cima do populismo? En Lamonuir (ED.), DeGeisel a Collor: o balanço da transição, San Paulo, Sumaré/IDESP.
- ROBERTS, k. M. (2002) Party-society linkages and democratic representation in Latin America. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, v. 27 (53), pp. 9-34.
- TRACK, J. (2015) Representación sustantiva en America Latina: un estudio de la congruencia ideológica entre simpatizantes y partidos entre 2008 y 2012, presentado en el congreso ALACIP.
- TORCAL, M. (ED) (2015) Sistemas de partidos en América Latina. Causas y consecuencias de su equilibrio inestable. Barcelona: Anthropos Editorial; Santa Fe, Argentina: Ediciones Universidad Nacional del Litoral, Siglo XXI.
- VON METTENHEIM, K. (1995) *The Brazilian Voter: Mass Politics in Democratic Transition (1974-1986)*. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- WALGRAVE, S. y DESWERT (2004) The making of the Issues. The media and the success of the Belgian extreme-right party, *Political Communication*, vol. 21, n 4, pp. 479-500.
- ZECHMEISTER, E. J., y Corral, M. (2011) Evaluando la Representación por Mandato en América Latina a través de las posiciones en la escala izquierda-derecha y de las preferencias económicas, En Algo más que presidentes. El papel del poder legislativo en América Latina, de Manuel Alcántara y Mercedes García Montero, 132-154. Zaragoza: Fundación Manuel Giménez Abad.