

## TEMA 6. ELECCIONES, SISTEMAS ELECTORALES Y REPRESENTACIÓN.

En este tema se estudia el papel principal que juegan las elecciones en los sistemas democráticos, la representación política, las funciones de las elecciones y los sistemas electorales, sus componentes y efectos derivados. En segundo lugar, se aborda la cultura política, su definición, las principales teorías, las dimensiones, el comportamiento y la participación política. Y en tercer lugar, se estudia la definición y funciones de las campañas electorales y el marketing político.

### 6.1. Las elecciones

#### 6.1.1. Definición y funciones de las elecciones

En las democracias liberales representativas, surgidas a finales del siglo XVIII, las elecciones se erigen como el principal evento democrático y uno de los elementos para la canalización de la participación de la ciudadanía. Deben entenderse en la lógica competitiva, esto es, la garantía de una competición libre para la elección de diversas opciones. El voto universal, libre, igual y secreto se conforma como la base del procedimiento de selección de los y las representantes de la ciudadanía.

Siguiendo al profesor Torrens, las funciones principales de las elecciones son: a) la de generar participación porque, a través del voto, se expresan las preferencias del electorado que elige entre los diferentes programas políticos ofertados por los partidos políticos, con el objetivo último de ejercer influencia y/o gobierno en las instituciones; b) la de producir representación ya que, a través del voto, se seleccionan las élites y liderazgos que van a reflejar y representar los diferentes intereses de la sociedad en el Parlamento y en el Gobierno, de esta forma, se representa el pluralismo político; c) la de proporcionar gobiernos ya que los resultados electorales crean el apoyo político que sustenta al gobierno y que conforma la oposición parlamentaria para su control así como establecen las orientaciones generales de las políticas públicas; y d) las elecciones ofrecen legitimación del sistema político, de los partidos y del gobierno, y contribuye en la socialización y la cultura política de la sociedad.

#### 6.1.2. La representación política

La representación política se entiende como la “autorización” de la ciudadanía a los y las gobernantes a través de las elecciones, que les sujeta y controla para que representen las preferencias de los gobernados (Rivero en Del Águila, 2002). De esta manera, en las democracias actuales se habla de un poder delegado y no de un poder directo de la ciudadanía, es decir, el gobierno no está en manos del pueblo sino de los gobernantes autorizados

Siguiendo a Birch (1993), hay tres disputas que surgen de la representación política: a) quién y qué debe estar representado/a en el Parlamento; b) cómo deben ser elegidos los y las representantes; c) cómo deben comportarse los y las representantes. Las respuestas a estas disputas, muy complejas y casi irresolubles, configuran el tipo de democracia y el grado de inclusión de la misma, atendiendo a los pilares esenciales del funcionamiento democrático.

#### 6.1.3. Los sistemas electorales, sus elementos y sus efectos

El sistema electoral es entendido como el conjunto de normas, técnicas y procedimientos que rigen el proceso por el que la voluntad política de la ciudadanía se manifiesta en votos, y éstos son transferidos gubernamentalmente entre las fuerzas políticas. Dicho de otro modo, los

sistemas electorales traducen la voluntad de la ciudadanía en voluntad política y generar estabilidad y eficacia en el gobierno, representando los intereses y pluralidad de la sociedad.

Los elementos fundamentales del sistema electoral son:

1) Circunscripción o distrito electoral. Es la unidad básica donde los votos son transformados en escaños. El reparto de escaños se puede realizar bajo diferentes criterios, los más habituales son sobre la base del territorio y del peso poblacional. Las circunscripciones electorales pueden ser uninominales, donde se compite por un único escaño, o plurinominales, donde se compite por varios escaños o, dicho de otra manera, se elige a varios representantes. Siguiendo a la profesora Lois (2014), la magnitud del distrito hace referencia al tamaño o número de escaños que se eligen, siendo circunscripciones pequeñas (2-6 escaños), medianas (7-14 escaños) y grandes (15 y más escaños).

2) Forma de la candidatura. Atiende a la relación directa del electorado con la candidatura ya que es la manera en la que se concreta la forma del voto. La candidatura puede ser unipersonal (un candidato/a) o de lista (pluripersonales), compuesta por varias personas que concurren por la circunscripción electoral. Las listas suelen ser completas (tantos nombres como escaños a competir), pueden ser abiertas (se pueden eliminar nombres) o cerradas (no se puede añadir ni eliminar nombres), bloqueadas (no se puede alterar el orden de la candidatura) o desbloqueadas (se puede alterar el orden). En las últimas décadas se han introducido mecanismos correctores para la configuración de listas electorales, como es el caso de las llamadas “listas cremalleras” (cuotas electorales equilibradas) que exigen la presencia equilibrada (60%-40%) de mujeres y hombres, indistintamente, en las candidaturas con el objetivo de corregir las desigualdades que se producen en la representación política y parlamentaria atendiendo al equilibrio en los “puestos de salida” de las listas, es decir, las posiciones que tienen más probabilidad de obtener representación. En España, las listas electorales deben configurarse en un equilibrio de 60%-40% en tramos de cinco posiciones (Ley Igualdad 2007).

3) Barrera electoral o legal. Es el porcentaje mínimo de votos que debe obtener un partido político para poder participar en el reparto de escaños o para obtener representación. La barrera electoral es un mecanismo para controlar el número excesivo de partidos de pequeño tamaño y se relaciona con la estabilidad parlamentaria y gubernamental. Ahora bien, barreras electorales elevadas pueden tener efectos reductores la pluralidad del Parlamento y pueden generar tendencias hacia la concentración del voto. Como resultado de la competición electoral, también encontramos la barrera efectiva, que es el porcentaje mínimo de votos que, una vez superada la barrera legal, debe alcanzar un partido para obtener representación. Por ejemplo, un partido debe superar la barrera legal del 3% pero si no obtiene el 4,7% de los votos, no obtendrá representación.

4) Fórmula electoral. Es la fórmula matemática que transforma los votos en escaños y está relacionada con la configuración territorial de un país, las circunscripciones electorales y los modelos de sistemas democráticos (mayoritario y consensual, siguiendo la tipología de Lijphart). Las fórmulas mayoritarias, propias de los sistemas bipartidistas, generan una posición de dominación artificial donde no hay resultado plural sino que el partido con mayor número de votos, obtiene el escaño. Las fórmulas proporcionales o distributivas buscan representar la pluralidad de la sociedad. Existen diferentes fórmulas, las de resto mayor (Hare, Droop, cociente Imperiali) o de la media mayor (D'Hondt, Sainte-Lague, Imperiali). En el caso español, se optó

por la fórmula D'Hont, que genera efectos proporcionales circunscripciones a partir de 9 escaños y desproporcionalidad en las circunscripciones medianas o pequeñas.

La interacción entre los elementos del sistema electoral, el sistema de partidos y la cultura política tienen como resultado, además del producto político, es decir, parlamentos y gobiernos, una serie de efectos que inciden en el comportamiento y participación de la ciudadanía y de las élites políticas.

Definidos por Maurice Duverger (1951), los efectos del sistema electoral pueden ser mecánicos y psicológicos. Los efectos mecánicos son los que se producen por el funcionamiento del sistema electoral (circunscripción, fórmula y barrera electoral) e inciden sobre la transformación de votos en escaños, produciendo mayor o menor proporcionalidad, es decir, sobrerrepresentación o infrarrepresentación de los partidos políticos en los parlamentos y afectando, en última instancia, al sistema de partidos. Son constantes y continuos. Los efectos psicológicos son los que se proyectan sobre el comportamiento del electorado (por ejemplo, el voto útil) o de las élites políticas (por ejemplo, la concurrencia de coaliciones electorales) que, anticipando los efectos mecánicos, adaptan su comportamiento electoral para obtener efectos positivos en su decisión. Dependen de las características individuales y de los cálculos racionales.

Existen diferentes sistemas electorales, en función de la interconexión de los diferentes componentes del sistema, no exclusivamente derivados de la fórmula electoral (Lijphart 2000). En términos generales, el sistema mayoritario es aquel en el que la elección es por mayoría (absoluta o simple), habitualmente con distritos uninominales y candidaturas unipersonales. Los sistemas electorales proporcionales utilizan fórmulas proporcionales, con candidaturas pluripersonales y distritos plurinominales. Huelga decir que no existe la neutralidad en los sistemas electorales, su configuración responde a una decisión política de origen y tiene una pretensión política determinada que busca favorecer (Hernández Bravo en Caminal, 1996).

## 6.2. La cultura política y el comportamiento político

### 6.2.1. Origen y definición de cultura política

La cultura política adquiere un papel relevante en la configuración de los sistemas electorales y políticos de un país, ahora bien, como muchos de los conceptos politológicos, no está exenta de complejidad en su definición. Es adquirida durante el proceso de socialización política, de transmisión intergeneracional, en el que se adquieren e interiorizan los valores, comportamientos, normas formales e informales, roles y conocimiento sobre el sistema político y social de la comunidad. La adquisición de la cultura política es multidireccional y se produce a través de los diferentes agentes de socialización, primarios y secundarios, y con diferente intensidad según las diferentes etapas vitales del individuo.

El estudio de la cultura política se inicia con los análisis de Almond y Verba en los años 60 en los que establecieron que el comportamiento político estaba condicionado por unas pautas actitudinales generales compartidas por la comunidad, poniendo el foco de atención en los valores, actitudes, creencias y socializaciones políticas. Numerosos enfoques profundizan en el estudio de la cultura política como el antropológico, el marxista, el funcionalista (Almond y Verba), y muy especialmente las teorías del capital social, que pone el énfasis en la confianza y reciprocidad, las redes y conexiones sociales, que sostienen el grupo e insertan al individuo en él incidiendo en su participación e implicación política, en el que destacan de Robert Putnam (2000) o de Pierre Bourdieu (1986); o la teoría de la modernización de Ronald Inglehart (1990),

basada en el cambio de valores materialistas hacia posmaterialistas y su incidencia en la dimensión política.

El libro que da origen a este nuevo campo de estudio es *The Civic Culture* (1963), donde se define por primera vez el término cultura política como el conjunto de orientaciones específicamente políticas de la ciudadanía hacia el sistema político, hacia sus componentes y hacia uno mismo como parte del sistema (Almond y Verba). Por tanto, la cultura política se fundamenta sobre una dimensión individual de percepciones subjetivas de la política y sobre una dimensión colectiva de las orientaciones políticas.

1) Percepciones subjetivas hacia la política. Según el profesor Caminal, hace referencia a lo que la gente piensa, cree y siente sobre los objetos políticos. Es la “trama invisible” de los componentes del sistema, conformando así los supuestos y normas que guían los comportamientos de la ciudadanía (Caminal, 1996). Las disposiciones subjetivas de la ciudadanía o las actitudes hacia los objetos políticos pueden ser: a) cognitivas: conocimiento y creencias sobre el sistema político, sus roles y los responsables de los aspectos políticos y administrativos (por ejemplo, autoubicación ideológica); b) afectivas: sentimientos acerca del sistema político, funciones, personal y logros, es decir, adhesión o rechazo hacia el sistema (por ejemplo, interés en la política); c) evaluativas o valorativas: son los juicios y opiniones sobre los objetos políticos que surgen de la información y los sentimientos (por ejemplo, valoración de un líder político).

2) Dimensión colectiva de las orientaciones políticas. Son, por tanto, disposiciones compartidas, como resultado de la historia política de una comunidad, de la socialización política y de la participación en el sistema sociopolítico. Así, la ciudadanía sigue unas mismas pautas de actitudes hacia la política en su conjunto o algunos de sus elementos (Vallès, 2000). Las orientaciones suelen ser estables y sostenidas en el tiempo y con cambios lentos y graduales. A pesar de considerar una cultura política general, esbozada a grandes líneas, en toda comunidad conviven diferentes subculturas políticas, tendencias y patrones compartidos por diversos grupos que reflejan la pluralidad existente en toda comunidad política. Así, algunos grupos con características similares en cuanto a religión, etnia, clase o lengua pueden describir patrones similares entre sí que les convierten en una subcultura política específica.

La cultura política debe entenderse como la conexión entre las dimensiones macro y micro, como resultado de las prácticas colectivas y las experiencias individuales, que permiten conocer el grado de implicación política de la ciudadanía. Está relacionada con la eficacia política, tanto interna, es decir, la creencia en la propia capacidad individual para comprender cómo funciona el sistema político; como externa, la capacidad individual para influir en el sistema político (Verge en Lois, 2014).

Las orientaciones políticas, según el estudio seminal de Almond y Verba, se estructuran en torno a cuatro grandes grupos: a) hacia el sistema político, como el régimen político, la comunidad política, los símbolos, las instituciones, los actores colectivos o los liderazgos, y la confianza interpersonal para organizarse colectivamente; b) hacia el propio papel individual en la política, como el interés subjetivo, la eficacia política subjetiva y la movilización cognitiva; c) hacia los inputs, como los ejes de conflicto político (dimensión ideológica, centro-periferia, religiosa, tensión materialista-posmaterialista), las dimensiones que movilizan el voto, la participación política, etc.; d) hacia los outputs o sobre la legitimidad y confianza en la autoridad e instituciones, el rendimiento del sistema y las políticas públicas. La cultura política, pues, incide en la participación y en el comportamiento político.

## 6.2.2. El comportamiento y la participación política

El comportamiento político y la participación política son fenómenos complejos, no fácilmente definibles y de gran amplitud. De manera sintética, el comportamiento político estudia cómo los individuos se implican en el proceso político (Verge en Lois, 2014).

Los enfoques teóricos que han analizado el comportamiento político han sido diversos a lo largo del tiempo, centrados tanto en la acción colectiva como en la acción individual, destacan el enfoque elitista (Schumpeter, Huntington, Sartori, Pareto, Mosca), las teorías basadas en la calidad democrática (Poulantzas, Macpherson o Barber), el enfoque psicológico de la Escuela de Michigan, el enfoque sociológico de la Escuela de Columbia o las teorías basadas en la elección racional individual. En estas últimas, destaca la teoría de Olson, también conocida como la teoría del free-rider o del gorrón, sobre la dificultad para la movilización y el problema de la acción colectiva.

La participación política vendría definida por la acción que cada individuo lleva a cabo para influir en el proceso de toma de decisión y en sus resultados. Para el profesor Rivero (en Del Águila, 2002), el concepto de participación debe comprenderse en su faceta precisa, es decir, el voto como expresión superior, y en su faceta más difusa, que tiene que ver con el ejercicio de los derechos políticos orientados a esa influencia.

Para la profesora Anduiza y el profesor Bosch (2004), la participación política sería aquella que se define por: a) las acciones dirigidas a influir en la composición de instituciones (elecciones); b) las acciones dirigidas a influir en las actitudes de los políticos (contacto personal, procesos de participación); c) las acciones dirigidas a otros actores relevantes como empresas (boicots); d) acciones de respuesta a decisiones ya tomadas (protesta); e) y la participación en asociaciones o ciudadanía organizada. En función de la participación política, diversos enfoques teóricos han construido tipologías de ciudadanos/as: los apáticos, espectadores y gladiadores de Milbrath; los inactivos, conformistas, contestatarios, reformistas y activistas de Barnes y Kaase; al que se suma el ciudadano cívico, el sigiloso o el desencantado, articulados por las teorías más recientes.

El análisis de la participación política contempla la intensidad y frecuencia de una acción, el grado de esfuerzo (disposición o inversión en recursos) para un individuo o para una organización, y el repertorio o tipología de formas de participación. En este sentido, existen tres dicotomías generales relativas a la participación: a) electoral (dentro de los procesos electorales, es la más habitual entre la ciudadanía) y no electoral (fuera del marco electoral); b) convencional (legal y legítima promovida por instituciones y élites) y no convencional (no utiliza canales de participación institucionalizados, es irregular en forma y tiempo, incluso puede ser extralegal, formas como la manifestación, el boicot, recogida de firmas, etc.); c) basada en la voz (el descontento se manifiesta con la protesta pública, activismo, etc.) y basada en la salida (el descontento se manifiesta con la presión de irse del sistema, dejar de votar, consumismo político, etc.).

La participación política puede articularse de manera individual, por ejemplo, el voto o el contacto con el o la representante política, y de manera colectiva a través de los partidos político, los movimientos sociales y los grupos de interés. A través de estos actores colectivos, la ciudadanía expresa sus preferencias y participa en los procesos de influencia, presión y protesta del sistema político.

En todo caso, como cualquier fenómeno social, la participación política se explica de manera multifactorial, con mayor o menor intensidad de los principales factores: a) los recursos individuales y características socioeconómicas; b) la modernización y cambio social; c) las actitudes y valores políticos; d) los recursos de grupo y la movilización política; e) el contexto institucional y político.

### 6.3. La campaña electoral y el marketing político

En las sociedades actuales, la idea de democracia se entiende, en cierta medida, como expresión de la opinión pública. Una opinión pública heterogénea, plural, caótica y segmentada que aumenta su protagonismo con la ampliación del espacio político y de los derechos de la ciudadanía. Así, la opinión pública es resultado de la cultura política de una comunidad y es uno de los principales motores de la conformación de actitudes y comportamientos políticos. En este contexto, la opinión pública y publicada que es creada, transmitida y replicada por los medios de comunicación, se convierte en un elemento fundamental del debate político. La llamada democracia de audiencias (Manin, 1998) o la teoría de la Agenda Setting (Lippman), que estudia la capacidad de establecer los temas del debate político por parte de los medios de comunicación, inciden en la interrelación cada vez mayor de la dimensión política y el papel de los medios de comunicación en las democracias actuales.

Las campañas electorales, entendidas como el conjunto de actividades organizadas por las diferentes candidaturas para la captación del voto, tienen una dimensión pública y mediática inherente a su propia naturaleza. Es por ello que, desde el siglo XIX con la hegemonía de la prensa escrita el protagonismo de los medios de comunicación ha crecido exponencialmente parejo al de las campañas electorales. La “era de la televisión” (desde la década de los 60 hasta principios del siglo XXI), con los debates televisados y la aplicación del marketing a la política suponen un punto de inflexión en la estrategia electoral y en la comunicación política. La entrada en el siglo XXI da inicio a la “era digital”, con el empleo de nuevas tecnologías al servicio de la campaña electoral, con una sofisticación de la segmentación del público electoral y la revolución de las redes sociales en la política y la conformación de opinión pública.

A partir de los años 70 se produce una profesionalización y espectacularización de las campañas electorales, con una mayor inversión en la organización y en su dimensión mediática. Este proceso ha supuesto, a su vez, un crecimiento notable de la demoscopia y el sondeo electoral, herramientas que gozan de un gran protagonismo mediático durante el periodo electoral como fuera de él. La capacidad de generar opinión de los sondeos electorales ha sido ampliamente estudiada y, muy especialmente, por sus efectos en el comportamiento y orientación del voto. A los efectos directos que producen los sondeos, los llamados underdog (ayudar a quien va perdiendo) o bandwagon (efecto de atracción de quién va en cabeza), se le suman los efectos indirectos, es decir, los sondeos se convierten en los protagonistas en campaña y relegan el debate político (horse race).