

¿QUÉ TEMAS DESTACAN LOS PARTIDOS?

El discurso del PSOE y el PP durante las campañas de 1996 y 2000 en España*

WHICH ISSUES WILL PARTIES MAKE SALIENT?
PSOE'S and PP'S Discourse During the 1996 and 2000
Electoral Campaigns in Spain

HENAR CRIADO OLMOS
Universidad Complutense de Madrid

PALABRAS CLAVE ADICIONALES

Competición electoral, Convergencia, Discurso electoral.

ADDITIONAL KEYWORDS

Electoral Competition, Convergence, Electoral Discourse.

RESUMEN. En este artículo se analizan los temas que destacaron en su discurso electoral el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Partido Popular (PP) en las campañas de 1996 y 2000. Mediante un modelo teórico se analiza la lógica del debate electoral entre estos dos partidos. Las hipótesis del modelo se refieren a los criterios por los cuales se seleccionan unos temas en lugar de otros y las condiciones bajo las cuales hay convergencia en la politización de los temas por parte de ambos partidos. Las hipótesis se comprueban empíricamente mediante un modelo *poisson*.

ABSTRACT. This paper analyzes the saliency of some issues in the 1996 and 2000 electoral campaigns. It advances a theoretical model to explain the logic of the electoral debate between Spanish Labour Party (PSOE) and Popular Party (PP). The hypotheses of the model are related to the criteria of the selection of issues, and the conditions for the convergence in the politization of issues by both parties. The hypotheses are empirically tested using a poisson model.

E-mail: henar@ceacs.march.es

* Agradezco los comentarios de Steven Rosenstone, José María Maravall, Orit Kedar, Wouter van der Brug y Francisco Herreros

Revista Internacional de Sociología (RIS)
Tercera Época, Nº 41, Mayo-Agosto, 2005, pp. 69-91.

INTRODUCCIÓN

El número de temas en el que los partidos pueden basar su discurso electoral es muy amplio. Las instituciones de las sociedades contemporáneas —el mercado, el gobierno, los grupos de interés, la prensa— generan multitud de cuestiones susceptibles de ser politizadas en una campaña electoral. Sin embargo, en una campaña los partidos disponen de un tiempo limitado. En apenas dos semanas resulta imposible hablar de todos los temas importantes. La atención de los ciudadanos también es limitada. Por estas dos razones, de la infinidad de temas debatibles en una campaña electoral no se discuten más de seis o siete cuestiones. ¿Qué cuestiones resaltaron el PSOE y el PP en las campañas de 1996 y 2000? ¿Por qué seleccionaron esos temas? ¿Coinciden los partidos en enfatizar los mismos temas? Estas son las preguntas a las que responderé en este artículo. El trabajo se ocupa, en suma, de un elemento específico y poco estudiado de las estrategias electorales de los partidos en las campañas: la selección de los temas que centrarán su discurso electoral.

El artículo está estructurado de la siguiente manera. El apartado siguiente se ocupa de los temas destacados por el PP y el PSOE en las campañas electorales de 1996 y 2000. Para ello se realiza un análisis de contenido de diversos documentos de los partidos, así como del seguimiento en la prensa de la campaña electoral. En el apartado tercero, se presenta un modelo teórico del que se derivan hipótesis acerca de las razones por las que los partidos seleccionan los temas de la campaña. Finalmente, en el apartado cuarto se comprueban empíricamente las hipótesis teóricas.

DEL ESTADO DE BIENESTAR A LA REFORMA FISCAL

El discurso del PSOE y el PP en las campañas electorales de 1996 y 2000

Establecer cuáles han sido los temas más importantes de la campaña, aquellos insistentemente repetidos en los debates y en los discursos de los partidos no es una tarea sencilla. Por un lado, no resulta fácil generar los datos que nos sirvan para medir esta cuestión. Por otra parte, el análisis de estos datos se enfrenta a algunos problemas metodológicos¹.

En cuanto al problema de la reunión de los datos para realizar el análisis del discurso, en el caso del PSOE he podido analizar varios de los documentos internos del partido en los que se recoge su discurso electoral. Estos documentos son:

¹ La mayoría de los estudios que indagan en el impacto de los temas políticos en las campañas realizan análisis de contenido (Zaller, 1992; 1991; Riker, 1993). Metodológicamente, el análisis de contenido tiene problemas relacionados con los criterios de codificación de los datos (Álvarez, 1997: 21,22).

el programa, los discursos de los mítines, la guía de campaña, así como diversos documentos de estrategia electoral. Desafortunadamente, en el caso del PP no he podido acceder a la misma información que para el PSOE. No he podido acceder ni a los discursos de Aznar, ni a la guía de campaña del partido. Esto introduce problemas de comparabilidad de los datos, dado que las conclusiones sobre los temas que fueron más importantes para cada uno de estos partidos están basadas en documentos en parte distintos. De hecho, el único documento interno disponible para ambos partidos es el programa electoral. Pero el programa es un documento menos fiable para analizar qué temas se destacaron más durante la campaña que, por ejemplo, los mítines del candidato. En un programa se incluyen infinidad de temas, a diferencia de los mítines, donde el tiempo es mucho más limitado y, además, más que un documento dirigido a los electores, quizá, puede entenderse como una especie de “contrato” entre las élites del partido y los militantes (Stokes, 1999).

Otro de los problemas de utilizar el programa electoral como una fuente para determinar qué temas se enfatizaron más por el partido en la campaña es que el programa está dirigido sobre todo al futuro. Es decir, incluye propuestas y proyectos para el supuesto de que el partido gane las elecciones. Pero en las campañas electorales no solamente se discute acerca de lo que van a hacer los partidos si llegan al gobierno, sino también sobre lo que ha hecho el gobierno. El discurso electoral de los partidos se ocupa tanto de temas prospectivos, como retrospectivos. El programa nos sirve fundamentalmente para los primeros, pero no para los segundos.

En resumen, el programa electoral no es una buena fuente para analizar cuáles fueron los temas más enfatizados por los partidos durante la campaña. No se trata de una fuente apropiada porque incluye un gran número de cuestiones con independencia de si luego van a ser o no temas destacados en la campaña y porque se centra en los temas de carácter prospectivo frente a los retrospectivos.

Dado que no dispongo de documentos internos del PP más allá del programa electoral, y necesito fuentes comparables para ambos partidos, he utilizado la información proporcionada por la prensa sobre la campaña. He analizado el seguimiento de los discursos de Aznar y Felipe González en 1996 y de Almunia y Aznar en 2000 a través de *El País* y de *El Mundo*. La selección de estos dos periódicos, por ser el primero de ellos próximo a las posiciones del PSOE y el segundo a las del PP, evita que se produzca un sesgo en la cuantificación de los temas más discutidos por uno u otro partido durante la campaña. No obstante, el objeto de este artículo no es analizar la posición de los partidos sobre cada una de las cuestiones debatidas durante la campaña. Lo que se pretende es analizar la selección de estos temas, algo previo a la toma de posición y mucho menos estudiado en el caso de España. La selección de temas es algo mucho menos susceptible de estar sesgado en su tratamiento por la prensa que el análisis de la posición adoptada por los partidos en cada tema. Como los resúmenes dados por la prensa sobre los discursos de los mítines de ambos candidatos son muy similares para ambos partidos, esta información resulta comparable.

Por tanto, el seguimiento por la prensa de la campaña electoral del PP y del PSOE es la fuente más adecuada para comparar los temas más debatidos durante la campaña electoral. Una vez que ya se dispone de una fuente comparable el paso siguiente consiste en analizar el discurso electoral. El análisis de contenido es la técnica apropiada para hacerlo. No obstante, como se mencionó más arriba, los análisis de contenido se enfrentan a problemas metodológicos por la selección de los criterios para la codificación de los datos. En algunos estudios los criterios de codificación son muy subjetivos, lo que predetermina los resultados del análisis (Álvarez, 1997: 23). En otros trabajos, los criterios pretenden ser tan asépticos que realmente no son buenos indicadores de las hipótesis que se quieren demostrar.

El objeto de investigación de este artículo es analizar los temas debatidos más intensamente por los partidos durante la campaña, con independencia de la posición que adopten. Numerosos trabajos sobre campañas y comportamiento electoral han enfatizado la importancia que tiene para el éxito o fracaso de una campaña la selección de los temas sobre los que se polemizará con los partidos de la oposición. De hecho, acertar en la selección de los cuestiones sobre las que se articulará la estrategia electoral es tan importante como la posición política que se adopte en estos debates (Ansolabehere y Iyengar, 1995; Simon, 2002).

El criterio utilizado para determinar cuáles fueron las cuestiones que el PP y el PSOE resaltaron en mayor medida en las campañas de 1996 y 2000 ha sido contar el número de palabras que se dedica a cada tema en cada documento. De esta manera, pretendo analizar la importancia que cada uno de los partidos le da a cada cuestión. Por ejemplo, si el PSOE le da mucha importancia a la sanidad, el número de palabras que dedicará a defender su posición en este tema será mayor que las que dedique a otra cuestión en la que no esté muy interesado.

Este criterio de codificación es el más adecuado para analizar la selección estratégica de temas durante una campaña por dos razones. La primera es que se trata de un criterio sencillo para realizar la codificación, pero a la vez ajustado a lo que se pretende medir. De hecho, es el criterio utilizado por todos los estudios comparados que analizan la selección estratégica de temas en los debates electorales. Por ejemplo, este es el criterio utilizado por Budge *et al.* en los diversos macroestudios comparados que han realizado para analizar los temas y los conflictos más importantes sobre los que han debatido electoralmente los partidos europeos a partir de 1945 (Budge y Farlie, 1983). También este es el criterio de codificación del discurso de los partidos Republicano y Demócrata utilizado por Simon para analizar los temas más resaltados por ambos partidos en el debate electoral durante las campañas electorales al Senado entre 1988 y 2001 (Simon, 2002: 105-108). La segunda razón por la que contar el número de veces que un partido menciona una cuestión es un método adecuado para determinar la agenda electoral de este partido es de carácter metodológico. Se trata de un criterio de codificación que no predetermina en forma alguna los resultados del análisis.

En la tabla 1 se muestran los resultados del análisis de contenido del discurso del PSOE en la campaña de 1996. A pesar de que por las razones de comparabilidad de los datos que he expuesto anteriormente sólo se introducirán en el modelo empírico cuantitativo los análisis de prensa, en la tabla 1 también aparecen los resultados del análisis de contenido para diversos documentos del PSOE. En concreto, en la tabla aparecen también los resultados del análisis de contenido del programa electoral, de los discursos de Felipe González en los mítines y de la guía de campaña. He incluido los resultados de los análisis de documentos del PSOE y del PP, incluidos los programas, para comparar los resultados obtenidos en el análisis de contenido de la prensa con los de los documentos de los partidos. Se trata de una forma de validar los resultados obtenidos con el análisis de prensa.

Como puede observarse, en el programa electoral destacan fundamentalmente la sanidad, la educación y las infraestructuras. En los discursos de Felipe González, los temas más citados son la sanidad, las pensiones y las infraestructuras. En cuanto a las guías de campaña, aparecen destacados muy pocos temas, ya que se trata de un tipo de documento donde se pretende afinar al máximo la estrategia a seguir por el partido. Los temas en los que se ha de centrar el discurso del partido son sólo una parte de este documento. En este caso, esos temas son las políticas sociales de manera general (en las que se podrían incluir las diferencias, los tres documentos coinciden en parte en resaltar las mismas cuestiones: sanidad, educación y pensiones) y las infraestructuras. En la prensa, los temas más destacados fueron el Estado del Bienestar (sanidad, educación y pensiones), las infraestructuras y el terrorismo. Parece que tanto en el programa electoral como en los discursos de los mítines, en la prensa y en la guía de campaña las cuestiones a las que se dedica mayor número de palabras son: las infraestructuras, la sanidad y la educación.

No obstante, nótese que en el programa se mencionan muchas más cuestiones que en la guía de campaña o en los discursos. En este documento se dedica una gran atención a la política medioambiental, energética, de defensa o a la ayuda a los ancianos, que son cuestiones que apenas se mencionan en la campaña electoral. En el programa se resume la actuación del partido si logra llegar al gobierno. Es lógico, por tanto, que se mencionen más temas que en la guía de campaña, donde sólo se pretende resumir la estrategia electoral del partido durante la campaña. Sin embargo, por este mismo motivo temas como el terrorismo, que fue un tema destacado en los discursos de Felipe González y por la prensa, apenas se menciona en el programa. Los argumentos esgrimidos anteriormente sobre por qué no es conveniente utilizar el programa para medir el énfasis con el que ciertos temas de carácter retrospectivo aparecen en el discurso de los partidos parecen confirmarse a la luz de estos resultados.

¿Cuáles son las cuestiones que destaca el PP? Los resultados del análisis de contenido aparecen en la tabla 2. Como ya hemos dicho, para el caso del PP no he podido analizar ni la guía de campaña ni los discursos de Aznar. Por ello, el análisis

Tabla 1.
Contenido del discurso electoral del PSOE en 1996.

Temas	Programa	Discursos de Felipe González	Guía Campaña	Prensa
<i>Economía</i>				
Empleo	2301	620	210	211
Reducción del Déficit	552	335		
Inflación	573			
Moneda única	560			209
Reforma de los impuestos	1344			102
Privatizaciones	286			
Crecimiento económico	777			
<i>Políticas sectoriales</i>				
Política medioambiental	1700			100
Política agrícola	993			
Política industrial	852			
Turismo	430			
Política de ciencia y tecnología	846			
Política energética	1620			
Política de telecomunicaciones	667			
Política de defensa	1007			
Reforma de la Administración	970			
Estado de las autonomías				
Política local				

<i>Estado de Bienesta.</i>				
Políticas de desemple	2400			
Sanidad	3320	3400	350*	405
Educación	2746	2236	350*	402
Pensiones	1451	2625	350*	400
Vivienda	249			
Ayuda a los ancianos	1081			
Plan antidroga	775			
<i>Infraestructuras</i>				
Autovías, RENFE, Aeropuertos.	2600	2563	300	299
<i>Estado de Derecho</i>				
Corrupción	584	310	260	202
Terrorismo	298	1420		403
Reformas institucion. (Parlament., Defensor P.)	965			
Reforma de la justicia	875			
Seguridad ciudadana	400			
<i>Relaciones Exteriores</i>				
UE, América Latina, el mundo árabe	1649	2400	270	

Fuente: Elaboración propia sobre programa electoral, guía de campaña del PSOE y discursos de Felipe González en las elecciones generales de 1996. El programa y la guía de campaña me han sido facilitados por el servicio de documentación del PSOE. Los discursos de Felipe González por la Fundación Progreso Global, también del PSOE. Para la prensa, diarios *El País* y *El Mundo*.

* La guía de campaña no desglosa las diferentes partidas del Estado de Bienestar. Se mencionan los logros obtenidos por el PSOE en el desarrollo del Estado de Bienestar, pero de manera genérica. He optado por contar el número de palabras que se dedican a resaltar este tema. El número que aparece en las casillas de las distintas partidas corresponde al número de palabras que se dedican al Estado de Bienestar en general.

de contenido se limita al programa y al seguimiento del discurso del PP durante la campaña por la prensa. Hay algunas notables coincidencias entre los temas que destacan el PSOE y el PP en sus respectivos programas. Por ejemplo, ambos conceden mucha importancia a la educación y a las infraestructuras. También hay marcadas diferencias. En el apartado de política económica, el PP hace mucho hincapié en la reducción del déficit y en la reforma de los impuestos, mientras que para el PSOE no son las cuestiones más importantes. También se aprecian diferencias en cuanto a otras políticas. El PP destaca de forma importante la reforma de la Administración, algo prácticamente irrelevante para el PSOE.

No obstante, los resultados del análisis de contenido del programa electoral, como ya hemos dicho, no son un buen indicador de los temas destacados durante la campaña. De hecho, los resultados del análisis de prensa sobre los temas en los que el PP basó su discurso difieren con respecto a los temas a los que se les dio más importancia en el programa. Según la prensa, el PP destacó, sobre todo, la corrupción. La corrupción fue, sin lugar a dudas, uno de los temas principales de la campaña del PP en 1996. En el programa, sin embargo, este tema es de los menos importantes. Esto es debido a que, como ya he dicho, el programa puede ser una buena guía para averiguar las propuestas del partido para el supuesto de que alcance el gobierno, pero no se ocupa tanto de temas retrospectivos. La corrupción es un tema que hace referencia a la gestión del gobierno del PSOE. Se trata de un tema de carácter retrospectivo. Por ello no aparece en el programa del PP a pesar de que fue claramente uno de los temas estrella de la campaña electoral.

Como puede observarse si se comparan las tablas 1 y 2, la única fuente disponible, aparte del programa, para comparar los temas que más destacaron en la campaña de 1996 el PP y el PSOE es la información publicada por la prensa. De acuerdo con lo recogido por la prensa, el discurso del PSOE se centró, fundamentalmente, en los logros de los gobiernos socialistas en el desarrollo del Estado del Bienestar (sanidad, pensiones y educación), la modernización de las infraestructuras, la posición de España en el mundo y el terrorismo. El PP, por su parte, destacó, sobre todo, la corrupción, la reforma de los impuestos, la reducción de déficit, el terrorismo y las pensiones. Nótese que ambos partidos coinciden en destacar el terrorismo y las pensiones. Sin embargo, el PP enfatizó mucho más que el PSOE la corrupción y el déficit. El PSOE habló mucho más que el PP de sanidad y de educación.

En la tabla 3 se recogen los resultados referidos al PSOE para la campaña electoral de 2000. En el programa, los temas a los que se dedicó una mayor atención fueron el empleo, la reforma de los impuestos y la sanidad. Estos temas no coinciden con los que fueron destacados en los discursos de Joaquín Almunia. Los temas que más se resaltaron en los mítines del candidato fueron las privatizaciones, el desigual reparto del crecimiento económico, la manipulación por

Tabla 2.
Contenido del discurso electoral del PP en 1996

Temas	Programa	Prensa
<i>Economía</i>		
Empleo	850	100
Reducción del Déficit	1130	700
Inflación		
Moneda única		300
Reforma de los impuestos	1600	700
Privatizaciones	459	
Crecimiento económico	640	
<i>Políticas sectoriales</i>		
Política medioambiental	1910	100
Política agrícola	1568	
Política industrial	811	
Turismo		
Política de ciencia y tecnología	1567	
Política energética	1250	
Política de telecomunicaciones		
Política de defensa	1754	
Reforma de la administración	2033	200
Estado de las autonomías	476	
Política local	426	
Política cultural	1721	
<i>Estado de Bienestar</i>		
Desempleo		
Sanidad	1900	100
Educación	2100	
Pensiones	530	300
Vivienda	850	
Ayuda a los ancianos	654	
Plan antidroga	461	
Igualdad de género	675	
Inmigración	498	
<i>Infraestructuras</i>		
Autovías, RENFE, Aeropuertos.	2020	
<i>Estado de Derecho</i>		
Corrupción	520	800
Terrorismo	707	400
Reformas institucionales		
Reforma de la justicia	1071	
Seguridad ciudadana	702	
<i>Relaciones Exteriores</i>		
Unión Europea, América Latina, el mundo árabe.	2400	

Fuente: Elaboración propia sobre programa electoral. Para la prensa, diarios *El País* y *El Mundo*

Tabla 3.
Contenido del discurso electoral del PSOE en 2000

Temas	Programa	Discursos de Almunia	Prensa
<i>Economía</i>			
Empleo	1440	100	100
Reducción del Déficit			
Inflación			
Moneda única			
Reforma de los impuestos	1120	600	400
Privatizaciones		1300	700
Crecimiento económico	400	800	300
<i>Políticas sectoriales</i>			
Política medioambiental	600	100	
Política agrícola	500		100
Política industrial	600		
Turismo	300		
Política de ciencia y tecnología	440		
Política energética			
Política de telecomunicaciones			
Política de defensa	300		
Reforma de la Administración			
Estado de las autonomías	460	200	100
Política local	370		
Política de inmigración	350	100	100
Seguridad ciudadana	700		

Estado de Bienestar

Políticas de desempleo			
Sanidad	1300	600	100
Educación	1030	700	100
Pensiones	930	400	300
Vivienda			
Ayuda a los ancianos			
Plan antidroga			
Igualdad de género	990		
Apoyo a la familia	800		200
Infraestructuras			
Autovías, RENFE, Aeropuertos	700		
Estado de Derecho			
Manipulación gubernamental de los medios de comunicación	200	700	100
Corrupción	150		
Terrorismo		300	300
Reformas institucionales (Parlto,Def.Pueb)	310		
Reforma de la justicia	600		
Seguridad ciudadana			
Relaciones Exteriores			
UE, América Latina, el mundo árabe	900		
Otros			
Pacto Izquierda Unida (IU)-PSOE			300

Fuente: Elaboración propia sobre programa electoral, guía de campaña del PSOE y discursos de Felipe González en las elecciones generales de 1996. El programa y la guía de campaña me han sido facilitados por el servicio de documentación del PSOE. Los discursos de Felipe González, por la Fundación Progreso Global, también del PSOE. Para la prensa, diarios *El País* y *El Mundo*.

parte del gobierno de los medios de comunicación, la educación y los impuestos. Esta diferencia entre los temas más resaltados en los discursos de Almunia y los más destacados en el programa corrobora, una vez más, que el programa no es un buen indicador de las prioridades del partido en la campaña electoral.

Los resultados del análisis de contenido del seguimiento de la campaña electoral del PSOE por la prensa coinciden en gran medida con los resultados del análisis de contenido de los discursos del candidato socialista. No obstante, se aprecian pequeñas diferencias. La prensa recogió acertadamente que las privatizaciones fueron un tema más destacado por el PSOE en la campaña. Sin embargo, en la prensa se destacan cuestiones como el terrorismo, que no aparece con tanta importancia en los mítines de Almunia, y otros, como la educación y la sanidad, que sí aparecen mucho en el discurso del PSOE, pasan más desapercibidos en la crónica de la prensa. Un tema distinto es el pacto con Izquierda Unida. Algunos de los actos de la campaña se hacen conjuntamente con IU, y hay referencias indirectas en los mítines y en las entrevistas a la "mayoría progresista de España", pero es un tema que no se aborda con profundidad en los mítines. Por ello, no aparecen referencias directas en el discurso del partido. La prensa recoge acertadamente este tema como una de las cuestiones que está implícita en la agenda de la campaña electoral del PSOE.

Por lo que respecta al PP, el resultado del análisis de su discurso en las elecciones de 2000 aparece en la tabla 4. Como se puede apreciar, los temas que la prensa recoge como los más destacados en el discurso de este partido durante la campaña fueron el terrorismo, la reforma de los impuestos, el empleo y las pensiones. Dos de los temas hacen referencia a la gestión del gobierno durante la legislatura en aquellas materias en las que consideraban que esa gestión había tenido más éxito: pensiones y empleo.

Como he hecho para la campaña de 1996, he utilizado la información recogida por la prensa para comparar los temas más destacados por el PP y el PSOE. Al igual que en la campaña de 1996, el PP y el PSOE coinciden en debatir algunos temas y no otros. En la campaña de 2000, el PSOE destacó, fundamentalmente, la falta de transparencia y objetividad en las privatizaciones realizadas por el PP, la manipulación gubernamental de los medios de comunicación, las pensiones, el terrorismo, los impuestos y el pacto con IU. El PP, por su parte, destacó la reforma de los impuestos, el terrorismo, el empleo y las pensiones. Como puede observarse, ambos partidos destacaron el terrorismo, las pensiones, y los impuestos. Sin embargo, sólo el PSOE habló de las privatizaciones. El PP, por su parte, discutió mucho más que el PSOE sobre el empleo.

¿Por qué un partido destaca un tema y no otro? ¿Por qué el PP defendió su política de empleo pero no su política de privatizaciones? En el siguiente apartado responderé a estas preguntas. Realizaré la argumentación en dos pasos. Primero, defenderé que destacar unos temas en lugar de otros es una decisión de estrategia electoral de los partidos. Segundo, presentaré algunos de los factores que condicionan dicha decisión.

Tabla 4.
Contenido del discurso electoral del PP en 2000

Temas	Prensa
<i>Economía</i>	
Empleo	400
Reducción del Déficit	
Inflación	
Moneda única	
Reforma de los impuestos	600
Privatizaciones	200
Crecimiento económico	300
<i>Políticas sectoriales</i>	
Política medioambiental	
Política agrícola	100
Política industrial	
Turismo	
Política de ciencia y tecnología	
Política energética	
Política de telecomunicaciones	
Política de defensa	
Reforma de la administración	
Estado de las autonomías	200
Política local	
Política cultural	
Política de inmigración	200
<i>Estado de Bienestar</i>	
Desempleo	
Sanidad	100
Educación	100
Pensiones	500
Vivienda	
Ayuda a los ancianos	
Plan antidroga	
Igualdad de género	200
Inmigración	
<i>Infraestructuras</i>	
Autovías, RENFE, Aeropuertos.	
<i>Estado de Derecho</i>	
Corrupción	
Terrorismo	800
Reformas institucionales	
Reforma de la justicia	
Seguridad ciudadana	
<i>Relaciones Exteriores</i>	
Unidad Europea, América Latina, el mundo árabe.	400

Fuente: Elaboración propia sobre programa electoral. Para la prensa, diarios *El País* y *El Mundo*

LA SELECCIÓN DE TEMAS COMO UN ELEMENTO ENDÓGENO DE LA COMPETENCIA ENTRE PARTIDOS

No hay muchos trabajos en la literatura de comportamiento electoral que analicen por qué los partidos enfatizan unos temas en lugar de otros durante las campañas electorales. En los modelos espaciales, por ejemplo, se analiza la posición ideológica que los partidos deben adoptar en los temas políticos para maximizar su probabilidad de ganar (Downs, 1957; Garvey, 1966; Hinich, Ledyard y Ordeshook, 1973; Enelow y Hinich, 1982; Hinich y Munger, 1996, 1997). En estos modelos los temas políticos son exógenos, algo dado por la estructura social. Los partidos se limitan a decidir estratégicamente la posición ideológica que adoptarán en unos temas ya dados. Por lo tanto, en estos modelos la posición ideológica que el partido adopta en un tema es una cuestión de estrategia política, pero la elección de politizar el tema no.

En otro tipo de trabajos, desde un enfoque más de psicológica cognitiva, la conclusión es muy similar. Por ejemplo, en el estudio próximo a la opinión pública probablemente más influyente de los últimos años, *The Nature and origins of public opinion*, de John Zaller (1992), se analiza cómo a medida que crece el énfasis de un partido en un tema, el impacto de ese tema en el voto de los ciudadanos también aumenta. Sin embargo, Zaller no estudia el proceso por el cual una cuestión política adquiere relevancia en el debate político. Asume implícitamente que la repercusión y la relevancia que adquieren determinadas cuestiones es algo exógeno a la competición política. En general, en la mayoría de los trabajos que analizan el impacto de las cuestiones políticas en el voto se asume que los temas de gran trascendencia para los ciudadanos adquieren relevancia en el debate político de las campañas electorales automáticamente o por presiones de la prensa o de los grupos de interés (Carmines y Stimson, 1993: 158-159; RePass, 1971; Page y Brody, 1972). Esta asunción puede ser cierta para algunos temas, pero desde luego no para todos, y en mucha menor medida en una campaña electoral. En la campaña de 1996, por ejemplo, el PSOE repitió en todos sus mítines temas de gran trascendencia social, como la educación o la sanidad, pero otros problemas igualmente importantes, como, la corrupción, la vivienda o la reducción del déficit, se mencionaron mucho menos en su discurso. El PP, por su parte, en la campaña de 2000 habló de empleo, de impuestos y de pensiones, pero apenas mencionó cuestiones de indudable relevancia social, como la educación, la sanidad o la vivienda.

Una posible respuesta a la cuestión de por qué no todas las cuestiones relevantes tienen la misma repercusión en el discurso de los partidos podemos encontrarla, fuera de la literatura de campañas electorales, en trabajos que estudian la formación de las identidades y los *cleavages* políticos. Autores como Laitin (1986) han resaltado los problemas de una explicación mecanicista de la politización de las

fracturas sociales². Para este autor, las divisiones sociales no tienen automáticamente relevancia política. En su libro *Hegemony and Culture* (1986) analiza cómo la no politización de la división entre cristianos y musulmanes en Nigeria fue el resultado de decisiones interesadas de los líderes del movimiento de liberación nacional. La élite anticolonialista, muy influida por lo sucedido en la India, veía las divisiones religiosas como una amenaza para la unidad nacional, por lo que optaron por no politizar esta cuestión (Laitin, 1986: 145-169). La explicación del origen de los *cleavages* como algo endógeno al sistema político está también presente en Riker (1986). Este autor afirma que la cuestión de la esclavitud fue introducida en la agenda política por el partido de Lincoln para terminar con la hegemonía del partido Demócrata (Riker, 1986: 1-9). Para ambos autores, por tanto, la politización de determinadas fracturas es la consecuencia no tanto de su relevancia social, sino de decisiones instrumentales de las élites.

La explicación que estos autores ofrecen para el origen de los *cleavages* puede aplicarse, por analogía, a la selección de los temas en torno a los que se articulará el discurso del partido durante la campaña. En las elecciones de 2000, por ejemplo, temas obviamente importantes, como era un futuro pacto de gobierno entre el PSOE e IU o el estado de la sanidad y la vivienda, por ejemplo, apenas aparecieron en la campaña del Partido Popular. No todos los temas relevantes fueron destacados automáticamente por el partido en la campaña, sino que más bien se decidió estratégicamente resaltar ciertas cuestiones, como el empleo, en lugar de otras como la vivienda, por razones no totalmente reducibles a su relevancia social.

La selección de los temas más relevantes de la campaña electoral es, en parte, una decisión estratégica de los partidos. En palabras de Carmines y Stimson, “todos los políticos que tienen éxito instintivamente comprenden qué cuestiones les benefician a ellos y a su partido y cuáles no. El truco es politizar los primeros y quitar importancia a los segundos” (Carmines y Stimson, 1993: 153-4). No obstante, más allá de la intuición y la experiencia, entender las razones que inducen a los partidos a seleccionar unos temas en lugar de otros lleva consigo tener en cuenta la lógica electoral: los partidos enfatizarán los temas que más les beneficien electoralmente.

A continuación presentaré dos modelos en los cuales se desarrolla la idea de que los partidos destacan los temas que consideran que más les pueden beneficiar electoralmente. En cada uno de los modelos realizo diferentes asunciones sobre las preferencias de los partidos. El primero es una aplicación del modelo de Riker sobre la utilización estratégica de argumentos políticos. En este modelo se asumen preferencias oportunistas de los partidos. Con respecto a este modelo, argumentaré

² Un trabajo también muy interesante es el de Kalyvas (1993) sobre la formación endógena del *cleavage* religioso a principios de siglo.

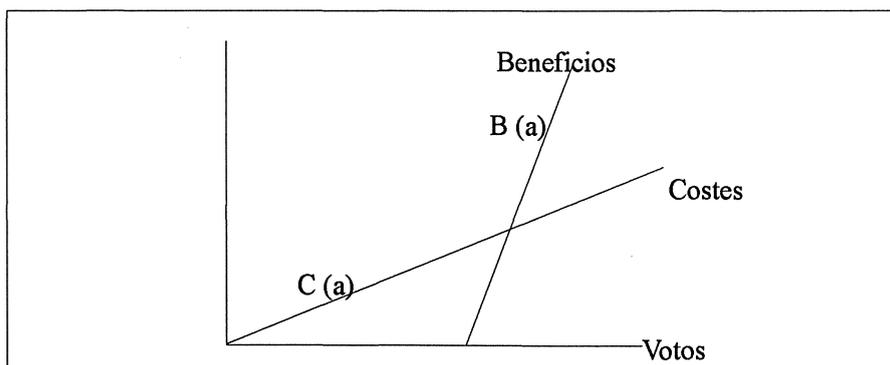
que, si bien puede explicar por qué unos partidos destacan unas cuestiones políticas y no otras, no puede explicar por qué en ocasiones ambos partidos convergen en resaltar el mismo tema. Para explicar esto último, presentaré un modelo con incertidumbre ante el resultado electoral, manteniendo el supuesto de preferencias oportunistas de los partidos.

LA LÓGICA ESTRATÉGICA DE LA SELECCIÓN DE LOS TEMAS DE LA CAMPAÑA ELECTORAL

Partidos con preferencias oportunistas e información completa

El primer modelo para explicar qué cuestiones políticas son seleccionadas por los partidos en una campaña es una aplicación del modelo de retórica de Riker (1993: 101-105). Este autor desarrolla un modelo para explicar cómo eligieron federalistas y antifederalistas los argumentos que utilizarían para defender sus posiciones en la campaña de 1787/88. De manera resumida, el modelo asume que hay dos partidos que intentan persuadir al mayor número posible de votantes. Persuadir a los votantes tiene costes. Algunos de estos costes son, por ejemplo, los costes de oportunidad. Invertir tiempo y energía resaltando la importancia de una determinada cuestión implica no resaltar otra que podría haber sido más beneficiosa. Los costes y los beneficios se incrementan linealmente con el número de personas persuadidas. Los beneficios superan los costes cuando el partido logra atraer a su posición a más de la mitad del electorado. La representación gráfica de este modelo es la que aparece en la figura 1.

Figura 1.
Costes y beneficios para el partido (a).



Fuente: Riker (1996:104).

De este modelo Riker deduce, en primer lugar, que si un partido consigue movilizar en un tema a más de la mitad del electorado, sus beneficios superarán a sus costes. Para el partido opositor, por el contrario, los costes superarán a los beneficios, de modo que abandonará ese tema. En segundo lugar, se deduce que si ninguno de los partidos consigue movilizar a más de la mitad del electorado ambos abandonarán ese tema. Por tanto, si asumimos que los partidos son racionales y tienen información completa, cuando uno de ellos tenga ventaja sobre un tema el otro lo descartará. Si ninguno de los dos partidos tiene una clara ventaja, ambos descartarán el tema. La consecuencia que se deriva de esto es que los partidos no discuten nunca sobre las mismas cuestiones (Riker, 1993: 83-84). Por este motivo, los partidos dedican más tiempo a justificar por qué un tema debe ser importante para los ciudadanos que a debatir las posiciones del partido de la oposición (Budge, 1993:51-55). Más concretamente, la hipótesis del modelo de Riker es la siguiente:

H.1: *Los partidos no discuten sobre los mismos temas durante las campañas electorales*

Las predicciones del modelo de Riker son ciertas para algunos de los temas debatidos durante las campañas electorales de 1996 y 2000. Son varias las cuestiones que aparecen reiteradamente en el discurso de un partido mientras que los otros partidos apenas las mencionan. Por ejemplo, en la campaña de 1996 el Partido Popular enfatizó el tema del déficit público heredado de los gobiernos socialistas. Sin embargo, en el discurso del PSOE apenas se menciona este tema. Ni en los discursos de Felipe González ni en la guía de campaña hay alusiones directas al problema del déficit público. Son muy escasos los argumentos esgrimidos por el PSOE para defenderse de los ataques del PP en esta cuestión, algo que confirmaría la predicción del modelo. Otro ejemplo es la educación. En la campaña de 1996 el PSOE destacó reiteradamente los logros alcanzados por los gobiernos socialistas en la educación. Su discurso se apoyaba en dos tipos de argumentos. El primer argumento consistía en resaltar los avances conseguidos en la igualdad de oportunidades educativas. El segundo paso de su argumentación consistía en atacar al PP aduciendo que un gobierno de este partido no garantizaría la igualdad de oportunidades del sistema educativo. A pesar de estos ataques, el PP no habló prácticamente de este tema en la campaña.

Sin embargo, a pesar de que la hipótesis del modelo —que en las campañas electorales los partidos no discuten sobre las mismas cuestiones— se cumpla para algunos temas, no se cumple para otros. Es cierto que en las campañas electorales a veces un partido enfatiza un tema que otros partidos apenas mencionan. Pero también es cierto que sobre determinadas cuestiones sí hay debate entre los partidos. Por ejemplo, las pensiones en 1996 fue objeto de debate por ambos partidos. En 1996, las pensiones eran un tema en el que aparentemente el PSOE

llevaba claramente ventaja. Sin embargo, el PP discutió sobre esta cuestión, argumentando que era el partido que garantizaría el sistema de pensiones. De acuerdo con el modelo de Riker, el PP no debería entrar a discutir este tema. El sistema de pensiones era, claramente, uno de los pilares donde el PSOE había basado su apoyo social. Esto es, el PSOE aglutinó a la gran mayoría del electorado a su favor en este tema. En principio, el PP no podría obtener la mayoría de los apoyos en esta cuestión. Los costes superarían a los beneficios y el PP preferiría resaltar otras cuestiones que le fuesen más rentables. Sin embargo, el PP abordó el tema de las pensiones durante la campaña en repetidas ocasiones, lo que, claramente, contradice las hipótesis del modelo. A continuación, presentaré un modelo en el que se mantienen las asunciones de Riker, pero se introduce incertidumbre sobre el resultado electoral de politizar una cuestión.

Partidos con preferencias oportunistas e incertidumbre

Una de las asunciones teóricas de Riker es que los partidos conocen el porcentaje de electores que les apoyarían si politizasen un determinado tema. Esta asunción parece, en principio, poco plausible. Cuando un partido decide qué temas va enfatizar durante la campaña no sabe cuál será el resultado de su decisión. Se trata de una decisión bajo incertidumbre. Los partidos eligen los temas políticos que piensan que les darán más beneficios (votos). Pero se trata de una apuesta. Los partidos optan por movilizar unos temas y no otros sin saber con certeza los apoyos que obtendrán con su elección.

Si la elección de enfatizar unos temas políticos en lugar de otros se realiza en un entorno de incertidumbre, uno de los supuestos del modelo de Riker se modifica por completo. Al cambiar los supuestos del modelo, los equilibrios también se modifican. La hipótesis que establece que si un partido consigue movilizar a su favor en un tema a más de la mitad del electorado el partido de la oposición no movilizará ese tema, no se sostiene. Intuitivamente, resulta obvio que bajo incertidumbre este equilibrio no es plausible. El partido A decide enfatizar la importancia de un tema pensando que con ello obtendrá un gran número de apoyos, pero se trata de una mera conjetura. El partido B puede pensar, a su vez, que él obtendría también un gran apoyo politizando esa misma cuestión. Si esta situación se produce, ambos partidos debatirán sobre el mismo tema durante la campaña electoral. Esto fue lo que sucedió en la campaña de 1996 entre el PSOE y el PP con el tema de las pensiones. Aunque el PSOE había logrado hasta 1996 la mayoría de los apoyos en esta cuestión, el PP consideró que esos apoyos podían, en parte, cambiarse a su partido. Como resultado, ambos partidos debatieron sobre las pensiones durante la campaña electoral.

Para desarrollar formalmente estos argumentos, presento un juego en el que los partidos se enfrentan con incertidumbre al resultado que obtendrán en votos al resaltar un tema. En este juego hay dos partidos: partido A y partido B.

El partido A decide politizar un tema con probabilidad σ_a y no politizarlo con probabilidad $1-\sigma_a$, con $\sigma_a \in [0, 1]$. El partido B puede entrar a debatir ese tema, con probabilidad σ_b o ignorarlo con probabilidad $1-\sigma_b$. Movilizar un tema tiene costes $-c$. El partido debe dedicar tiempo y energía a enfatizar un tema en lugar de dedicárselo a otro que podría serle más beneficioso. El parámetro $-c$ incluye, por tanto, tanto los costes emergentes de inversión en ese tema, como los costes de oportunidad. Los dos partidos son oportunistas: su objetivo es obtener el apoyo del mayor número de electores posible. Los beneficios de obtener el apoyo de la mayoría de los electores están recogidos en el parámetro a . Se trata de un juego de información completa con incertidumbre. Los dos partidos no saben en el momento en el que toman su decisión si con la politización de ese tema lograrán el apoyo de la mayoría de los electores. El partido A, además, juega primero y desconoce si el partido B entrará a discutir el tema o lo ignorará. Si ambos partidos deciden politizar el mismo tema, el partido A ganará con probabilidad $\alpha \in [0, 1]$, y el partido B con probabilidad $1-\alpha$. Si el partido B decide no entrar, el partido A ganará las elecciones con probabilidad $\varphi \in [0, 1]$ y el partido B las ganará con probabilidad $1-\varphi$.

La utilidad esperada del partido A es la siguiente:

$$u_a(\text{Politizar}) = \sigma_b(1-\alpha)(-c) + \sigma_b(\alpha)(a-c) + (1-\sigma_b)(1-\varphi)(-c) + (1-\sigma_b)(\varphi)(a-c) \quad (1)$$

$$u_a(\text{No Politizar}) = 0 \quad (2)$$

La utilidad esperada de las estrategias del partido B es la siguiente:

$$u_b(\text{Politizar}) = (1-\alpha)(a-c) + \alpha(-c) \quad (3)$$

$$u_b(\text{No Politizar}) = (1-\varphi)(a) \quad (4)$$

Un equilibrio de este juego es el siguiente: (Politizar; Politizar, $\varphi-c/a > \alpha > c/a$). *Prueba.* Dadas (1) y (2), el partido A politizará siempre que $\sigma_b > (c-a\varphi)/(a\alpha-a\varphi)$. A su vez, dadas (3) y (4), el partido B politizará siempre que $\alpha < \varphi-c/a$. Si se da este último caso, entonces $\sigma_b = 1$, y $1 > (c-a\varphi)/(a\alpha-a\varphi)$ cuando $\alpha > c/a$, en cuyo caso el partido A politizará.

En otras palabras, el partido A politizará un tema siempre que, aun si el partido B lo politiza también, su probabilidad de ganar es mayor que la ratio entre los beneficios de obtener los mayores apoyos en ese tema y los costes de politizarlo. El partido B, por su parte, incluirá en su discurso el tema que ha lanzado A siempre que la probabilidad de que pierda la mayoría de los apoyos en ese tema sea menor si entra a discutirlo que si permanece fuera, más la ratio entre los costes y los beneficios de entrar en el debate. Contrariamente a lo que predice el modelo

anterior, si hay incertidumbre acerca del resultado y ambos forman expectativas subjetivas sobre los distintos escenarios, existe un equilibrio en el que ambos politizan el mismo tema. La nueva hipótesis derivada del modelo con incertidumbre es la siguiente:

H.2: *Cuando hay incertidumbre sobre los votos que reportará politizar un tema, ambos partidos entrarán a discutir esa cuestión.*

Análisis empírico

Para comprobar las hipótesis presentadas en los dos anteriores apartados, he comparado los resultados de las tablas 1 y 2 para las elecciones de 1996, y los de las tablas 3 y 4 para las de 2000. Si la hipótesis 1 es cierta el PP y el PSOE no discutirán sobre los mismos temas. Si, por el contrario, lo es la hipótesis 2, los temas que más se enfatizan por uno de los dos partidos, se enfatizarán también por el otro. Para comprobar estas hipótesis he tratado de ir más allá de un análisis meramente descriptivo de los resultados de ambas tablas. Por razones de comparabilidad de los datos que aparecen en todas las tablas, he utilizado simplemente los del seguimiento de la campaña por la prensa. Descartado el programa por las razones argumentadas en este artículo, los datos extraídos del análisis de prensa son los únicos disponibles para ambos partidos. La unidad de análisis son los temas más destacados por el PP y el PSOE de acuerdo con lo recogido por la prensa en su seguimiento de la campaña electoral. La muestra la componen los temas politizados por cada partido durante las campañas de 1996 y 2000: en total treinta y tres temas.

El análisis cuantitativo consiste en una regresión *poisson* entre las palabras que dedica el PSOE a cada tema y las que dedica el PP, en las campañas de 1996 y 2000. Como se trata de variables que explican sucesos contables (número de palabras que cada partido dedica a cada tema), lo más adecuado es realizar una regresión *poisson*. La variable dependiente es el número de palabras que el PSOE ha dedicado a cada tema en su discurso. Los resultados para las elecciones de 1996 y 2000 se muestran en la tabla 5.

Como puede observarse, hay una correlación significativa entre los temas más destacados por el PSOE y los más destacados por el PP. El coeficiente que mide la correlación entre el discurso de ambos partidos es positivo y significativo. Es decir, que el PP enfatizase un tema aumentó significativamente la probabilidad de que el PSOE le dedicase más atención (número de palabras) en su discurso. En el modelo se ha introducido también una variable dicotómica para controlar el año de la campaña de que se trata.

A la luz de los resultados podemos afirmar que, contrariamente a lo que predice un modelo donde los partidos cuentan con información completa, ambos partidos pueden coincidir en sus estrategias, resaltando en muchas ocasiones los mismos temas. Aunque la correlación es débil, el logaritmo de máxima verosimilitud si

omitimos esta variable empeora significativamente. Por lo tanto, el modelo empírico demuestra que existió durante las campañas de 1996 y 2000 una convergencia notable entre los temas que discutieron el PSOE y el PP.

Tabla 5.
*Convergencia de los discursos electorales del PP y el PSOE
en las campañas de 1996 y 2000 (Regresión Poisson).*

VARIABLES INDEPENDIENTES	COEFICIENTES
Discurso del PP	.0002377*** (.000)
Campaña 2000	.375* (.03)
Constante	5.3*** (.34)
Log-likelihood	-563,22
N	33

Fuente: análisis de contenido tablas 1, 2, 3, y 4

CONCLUSIONES

Uno de los instrumentos con el que cuentan los partidos para persuadir a los electores es su discurso electoral. Numerosos trabajos han analizado las posiciones ideológicas adoptadas por los partidos en los temas más conflictivos. Ha sido mucho menos estudiado otro aspecto del discurso electoral: la selección de las cuestiones sobre las que el partido fundamentará su estrategia electoral. En este artículo he argumentado que los partidos no solamente deciden qué posición adoptar en las cuestiones políticas, sino que también deciden estratégicamente los temas sobre los que debaten. Las razones para elegir un tema y no otro se derivan de la dinámica de la competición electoral. Autores como Riker han enfatizado que cuando los partidos deciden estratégicamente sobre qué temas basarán su estrategia electoral no coinciden en seleccionar las mismas cuestiones. Cada partido resaltará los temas que considere que le dan una mayoría de apoyos electorales. Cuando un partido cuenta con la mayoría de apoyos en un tema, el otro partido se abstendrá de discutir dicho tema. En este artículo he presentado un modelo que muestra que bajo incertidumbre acerca de los apoyos de cada partido sobre un determinado tema, es decir, cuando ambos partidos consideran que un mismo tema les puede reportar beneficios electorales, ambos entrarán a discutir ese tema.

En el análisis empírico cuantitativo se ha comprobado que en España, durante las campañas de 1996 y 2000, el PP y el PSOE tendieron a coincidir más que a disentir en la selección de los temas en que basar su discurso electoral. Mediante una regresión *poisson* se demuestra que el hecho de que el PSOE resalte un tema aumenta significativamente la probabilidad de que este tema sea también destacado por el PP. En un sentido normativo, de estos resultados se deriva que existió un cierto diálogo entre el PP y el PSOE en ambas campañas electorales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ, M. (1997), *Information and Elections*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- ANSOLABEHERE, S. E. y S. IYENGAR (1995), *Going Negative*, Nueva York, The Free Press.
- BUDGE, I. (1993), "Issues, Dimensions and Agenda Change in Postwar Democracies: Longterm Trends in Party Election Programs and Newspaper Reports in Twenty-three Democracies", en W. Riker (coord.), *Agenda Control*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- CARMINES, E. y J. STIMSON (1993), "On the Evolution of political issues", en William Riker (coord.), *Agenda Control*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- DOWNES, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Nueva York, Harper y Row.
- ENELOW, J. y M. HINICH (1982), "Ideology, issues, and the spatial theory of elections", *American Political Science Review*, vol. 76, pp. 493-501.
- GARVEY, G. (1966), "The Theory of Party Equilibrium", *American Political Science Review*, vol. 60 (1), pp. 29-38.
- HINICH, M. J. y M.C. MUNGER (1996), *Ideology and the Theory of Political Choice*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- HINICH, M. J. y M.C. MUNGER (1997), *Analytical Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- HINICH, M., J.O. LEDYARD y P.C. ORDESHOOK (1973), "A Theory of Electoral Equilibrium: A Spatial Analysis Based on the Theory of Games", *The Journal of Politics*, vol. 35 (1), pp. 154-193.
- KALYVAS, S. (1996), *The Rise of Christian Democracy in Europe*, Nueva York, Cornell University Press.
- LAITIN, D. (1986), *Hegemony and Culture*, Chicago, University of Chicago Press.
- PAGE, B. y R. BRODY (1972), "Policy voting and the electoral process: The Vietnam war issue", *The American Political Science Review*, vol. 66 (3), pp. 979-995.

REPASS, D. (1971), "Issue Saliency and Party Choice", *American Political Science Review*, vol. 6, pp. 389-400.

RIKER, W. (1986), *The Art of Political Manipulation*, New Haven, Yale University Press.

(1993), "Rethorical Interaction in the Ratification Campaigns", en William Riker (coord.), *Agenda Formation*, Ann Arbor, Michigan University Press.

SIMON, A. (2002), *The Wining Message*, Cambridge, Cambridge University Press.

STOKES, S. (1999), "Political Parties and Democracy", *Annual Review of Political Science*, vol. 2, pp. 243-67.

ZALLER, J. R. (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.