

# LAS ELECCIONES DEL 12-M EN PERSPECTIVA: UNA INTERPRETACIÓN ESTRATÉGICA

Por JOSÉ LUIS SÁEZ LOZANO

## SUMARIO

1. EL PACTO PSOE-IU: UN FRACASO ELECTORAL ANUNCIADO.—2. FACTORES ESTRATÉGICOS DEL PSOE Y PP.—3. EL VOTO DE LOS ESPAÑOLES EN LAS ELECCIONES DEL 12-M.—4. A MODO DE EPÍLOGO: ... EN EL HORIZONTE DEL 2004.—BIBLIOGRAFÍA.

Analizar las elecciones generales del 12 de marzo del 2000 (12-M) en *perspectiva* equivale a reflexionar sobre las consecuencias políticas de las mismas, pero sin obviar los hechos electorales acontecidos. En definitiva, nuestro objetivo es *mirar hacia el futuro*, desde la *enseñanza que nos ofrece el pasado*.

Nuestro primer reto en este artículo es evidenciar que el *pacto por un gobierno de izquierdas* que firmaron PSOE e IU en los días previos a la campaña estaba llamado al fracaso (epígrafe 1). Si analizamos el comportamiento electoral de los españoles en las elecciones generales de 1996 concluimos que esta era la peor opción estratégica para el PSOE, ya que le reportaba una pérdida de respaldo electoral.

Quizá este error estuvo marcado por el hecho de que los estrategas del PSOE no identificaron las amenazas-oportunidades (A-O) y las debilidades-fortalezas (F-D) de las funciones de voto del PSOE y de su principal rival (PP). A partir de la matriz de A-O y D-F (MAODF), podemos valorar la eficacia electoral de cualquier opción estratégica (apartado 2).

Tras demostrar que el pacto por un gobierno de izquierdas era una mala opción para el PSOE, y que esta fuerza política podía haber adoptado otras acciones estratégicas más rentables, tiene sentido examinar la reacción de los votantes del PSOE y de sus rivales políticos en las elecciones del 12-M (epígrafe 3). Del análisis de la función de voto de los últimos comicios generales, se infiere que la derrota del PSOE no fue el reflejo de una crisis electoral profunda, ya que la función de voto de esta fuerza política tiene aún unos fundamentos sólidos.

## I. EL PACTO PSOE-IU: UN FRACASO ELECTORAL ANUNCIADO

Las elecciones generales del 12-M pasarán a la historia política contemporánea de España, como los primeros comicios de la Transición y la Democracia en los que el PP obtuvo un triunfo por mayoría absoluta. En mi opinión, hubo otro rasgo relevante que caracterizó este proceso electoral: la inoportunidad del pacto por un gobierno de izquierdas. El PSOE, no sólo fracasó en su objetivo último, que era ganar los comicios, o al menos obtener el suficiente número de escaños para poder formar gobierno con el apoyo parlamentario de IU, sino que vio mermado su respaldo electoral: perdió 16 diputados con respecto a las legislativas de 1996.

Desde la perspectiva de la estrategia electoral, los socialistas apostaron por establecer un acuerdo de gobierno con la coalición IU. *A priori*, esta opción concitó el interés de los medios de comunicación de masas, pues en los días previos a la campaña electoral ocupó muchas páginas de la prensa, y la televisión y la radio le dedicaron un espacio considerable. Visto con la retrospectiva que ofrece el paso del tiempo, nadie discute que esta *opción real* fue un fracaso, y quizá ahora se comprende por qué algunos analistas anunciaron que este pacto *era un mal negocio para el PSOE* (1).

Si analizamos la *matriz estratégica* (ME) de los socialistas en las elecciones del 12-M, sorprende que los dirigentes del PSOE firmasen el pacto, pues a medida que el partido fuese identificado como una fuerza política de izquierdas (2), debido al acuerdo suscrito con la coalición liderada por Francisco Frutos, sus expectativas de voto experimentarían un retroceso (3). Si los votantes percibían que con la firma del pacto el PSOE se situaba en el lugar 4 de la escala, es decir, a un punto de distancia de ellos, el respaldo electoral de esta fuerza política disminuía en 579.323 votos; si por el contrario lo ubicaban en la posición 3, es decir, a dos puntos de distancia, la pérdida de votos ascendía a 1.159.992; y en el caso que los electores ubicasen al PSOE e IU en el mismo lugar, es decir, en la posición 2 del espectro ideológico, el descenso de votantes alcanzaría la cifra de 1.662.790 (4).

De todo lo anterior se infiere que el pacto de gobierno suscrito con IU en la precampaña era la *crónica de un fracaso anunciado*. En el mejor de los casos, el potencial de electores transferibles desde IU hacia el PSOE nunca habría superado los 217.890 votos. Es evidente que el beneficio esperado era muy reducido, si se compara que la pérdida de voto real obtenida.

(1) El presidente del PP declaró en la precampaña que este acuerdo no le preocupaba.

(2) Recordemos que hasta las elecciones generales de 1996, los votantes socialistas ubicaban al PSOE en el lugar 5 de la escala ideológica. Dicha escala oscila entre 0, «extrema izquierda», y 10 «extrema derecha».

(3) Recordemos que hasta las elecciones generales de 1996, los votantes socialistas se autoubicaban también en el lugar 5 de la escala ideológica.

(4) Recordemos que, hasta las elecciones generales de 1996, los votantes de IU ubicaban a la coalición en el lugar 2 de la escala.

## 2. FACTORES ESTRATÉGICOS DEL PSOE Y EL PP

Es probable que los estrategas del PSOE no evaluaran las A-O y las D-F del partido y de su principal rival político en las elecciones del 12-M. Si hubiesen analizado la MAODF, habrían comprobado que el factor estratégico, por excelencia, era la *fidelidad electoral de sus votantes*, es decir, el recuerdo de voto de las elecciones autonómicas, y en menor medida el de los comicios nacionales. No podemos obviar que el *realignment* electoral de 1982, la posterior consolidación de la hegemonía electoral socialista y su triunfo *in extremis* de 1993, se fundamentaron en la lealtad de los votantes del PSOE.

Además del recuerdo de voto, la función de voto del PSOE presentaba otras oportunidades relevantes: el *voto prospectivo*. Riker y Ordeshook (1968) fueron los primeros que defendieron, desde la perspectiva de la teoría racionalista del voto, que la decisión final de los electores era la resultante de un proceso cognitivo, a través del cual los votantes evaluaban tanto prospectiva, como retrospectivamente, las propuestas de los partidos. Hasta los comicios de 1996, en la medida que los votantes españoles presagiaban que el PSOE ganaría las siguientes elecciones legislativas, sus expectativas de voto aumentaban un 21,88 por 100 (5).

Menos relevante era el *estado de actividad*, como oportunidad para el PSOE. En ese sentido observamos que, entre los pensionistas, la esperanza electoral de esta fuerza política fue superior a las expectativas de voto del PP. Además de la fidelidad y el estado de actividad, la MAODF del PSOE presentaba otras oportunidades menores: la *influencia de los debates televisados*, el *ámbito de trabajo*, la *religión* y el *nivel de práctica religiosa*, la *distancia ideológica*, la *identificación partidista*, el *factor nacionalista*, la *edad*, el *estado civil* y el *tamaño de la familia*.

Para poder diseñar una estrategia electoral es necesario identificar también las amenazas que pueden perjudicar la esperanza de voto de la fuerza política en cuestión. A diferencia del PP, el PSOE no tenía grandes amenazas, al menos desde el punto vista cuantitativo. La *influencia de las encuestas* es un factor situacional, que hasta las elecciones generales de 1996 perjudicó sus expectativas electorales: en la medida que los electores declaraban que tenían un mayor conocimiento de las predicciones electorales, las expectativas del PSOE disminuían un 9,01 por 100.

Las otras dos grandes amenazas del plan estratégico electoral del PSOE eran la *percepción prospectiva de la situación económica y política*. En torno a las elecciones generales de 1993, la opinión pública sobre la coyuntura económica y política de España era negativa, y los españoles atribuían la responsabilidad de la misma al PSOE; de ahí que algunos votantes pensaran que esta situación tan sólo podría cambiar si otro partido alcanzaba el poder. Ello explica por qué las expectativas electorales del PSOE empeoraban, cuando los votantes pensaban que la coyuntura podía

---

(5) Las cifras que se citan en este artículo reflejan la elasticidad media de la probabilidad de voto (%) ante un cambio unitario en la variable en cuestión.

cambiar tras la celebración de los comicios. Por el contrario, la esperanza de voto del PP mejoraba.

La función de voto del PSOE presentaba otras amenazas relativamente menores: el *régimen de trabajo* (6), el *nivel de estudios*, la *clase social subjetiva*, el *tamaño del hábitat*, la *situación laboral* (7), la *renta familiar* y el *género*.

Además de estos factores estratégicos exógenos (oportunidades y amenazas) había fortalezas y debilidades que condicionaban la estrategia electoral del PSOE. Hasta las elecciones de 1996, los socialistas contaban con dos fortalezas: la *campaña electoral* y el *liderazgo*. El comportamiento electoral de los españoles en la Democracia evidencia que existe una relación directa entre la valoración de la campaña y las expectativas de voto del PSOE y PP. En cualquier caso, hay que resaltar, que esta relación era más intensa en el caso de los socialistas, pues a medida que mejoraba la opinión de los votantes acerca de la actividad realizada por esta fuerza política en los días previos a las elecciones, las expectativas electorales del PSOE aumentaban un 6,42 por 100, mientras que la esperanza de voto del PP tan sólo se incrementaba un 2,66 por 100.

Una de las variables claves que determinaron el triunfo del PP en las elecciones generales de 1996 fue la *capacidad de gobierno que percibieron los votantes en José María Aznar*: por el contrario, este *issue* fue el que más perjudicó las expectativas electorales del PSOE, y se erigió en su única y gran debilidad.

La MAODF no es suficiente para formular un plan estratégico electoral. Hay que identificar a los principales rivales políticos del partido en cuestión, y evaluar su nivel de competitividad electoral: matriz de perfil competitivo (MPC). A diferencia de la MAODF, diferenciamos dos tipos de factores determinantes del voto: externos e internos. Los factores externos son todas aquellas variables que condicionan la decisión final del elector, pero que no están bajo el control del partido. Por el contrario, los factores internos sí los controla la organización.

Si analizamos la MPC del PSOE en las elecciones del 12-M apreciamos que los socialistas aventajaban al PP en factores claves de la función de voto. El elemento más relevante era el *recuerdo de voto de las autonómicas*.

Otro de los factores críticos del plan estratégico electoral del PSOE era el *voto prospectivo*. Tal y como reseñamos anteriormente, uno de los rasgos del voto socialista ha sido la fidelidad electoral de sus votantes. Esta lealtad ha llegado incluso a transformarse en un *compromiso*, pues entre aquellos que declaraban que votarían en los siguientes comicios al mismo partido político, las expectativas electorales del PSOE aumentaban un 42,09 por 100, si se compara con el PP.

El *cleavage nacionalista* es otro elemento relevante de la MPC del PSOE, ya que entre los electores del País Vasco y Cataluña, la probabilidad de voto socialista era un 13,39 por 100 superior a la del PP.

---

(6) Es decir, si el votante es o no asalariado.

(7) Es decir, si el votante es o no desempleado.

En cuarto lugar encontramos los *debates televisados*: entre aquellos que siguieron los debates entre Felipe González y José María Aznar en las elecciones generales de 1993, las expectativas de voto del PSOE eran un 11,85 por 100 superior, si se compara con la esperanza electoral del PP.

Había otros factores que favorecían al PSOE, aunque en este caso el diferencial con respecto al PP era relativamente menor: la *identificación partidista*, la *distancia ideológica entre los electores y el partido*, el *ámbito de trabajo*, el *estado de actividad*, la *campana electoral*, el *género*, el *régimen de trabajo*, la *situación laboral*, el *recuerdo de voto de las generales*, la *edad*, el *tamaño de familia*...

En la MPC del PSOE también cohabitaban un conjunto de factores críticos, que perjudicaban su nivel de competitividad del PSOE. El elemento más nocivo para los intereses electorales de esta fuerza política era la escasa *capacidad de gobierno*, que percibían los españoles en los comicios de 1996. Tras esta variable se situaban la *percepción prospectiva de la situación política* y la *influencia de las encuestas*. Además de estos factores hubo otros elementos que dañaban la competitividad del PSOE, aunque en este caso el diferencial en expectativas de voto entre el PP y PSOE era relativamente menor: la *percepción prospectiva de la situación económica*, el *nivel de estudios*, la *clase social subjetiva*, el *estado civil*, el *voto prospectivo* y la *renta familiar*.

Después de haber probado que el pacto por un gobierno de izquierdas era una mala opción estratégica para el PSOE, y que había opciones más rentables desde la perspectiva electoral, tiene sentido analizar la reacción de los votantes españoles en las elecciones del 12-M.

### 3. EL VOTO DE LOS ESPAÑOLES EN LAS ELECCIONES DEL 12-M

Nuestro objetivo en este epígrafe es analizar la decisión individual de los electores en los últimos comicios generales, es decir, nos planteamos identificar las razones últimas que llevaron a los diferentes votantes a optar por una determinada opción política. De las estimaciones realizadas se infiere que la *mayoría absoluta del PP se fundamentó en factores situacionales y racionales*. La campaña fue el factor que más contribuyó a que el partido liderado por José María Aznar obtuviese un respaldo mayoritario. Por el contrario, en el caso de la función de voto del PSOE, se erigió en el elemento que más perjudicó sus expectativas electorales.

Las elecciones generales del 12-M, a diferencia de los comicios de 1996, se celebraron en un entorno político más favorable. Los españoles opinaban que la situación era relativamente mejor, al mismo tiempo que manifestaban un gran optimismo hacia el futuro. Ello explica por qué las expectativas electorales del PP aumentaban un 3,82 por 100, a medida que los electores valoraban mejor la situación política actual. Al igual que en el caso de la campaña, este factor de índole racionalista perjudicó al PSOE, ya que su esperanza electoral disminuía un 2,66 por 100, entre los votantes que opinaban favorablemente de la coyuntura política.

Otro de los rasgos que caracterizó a la opinión pública española durante el período electoral fue su optimismo hacia el futuro: la mayoría pensaban que la situación política seguiría siendo buena tras la celebración de los comicios. Las expectativas del partido del gobierno mejoraban un 2,77 por 100, a medida que los electores eran más optimistas de cara al futuro. Tal y como predice la teoría racionalista, este factor fue un castigo para el PSOE (principal partido de la oposición), pues su esperanza electoral disminuía un 1,55 por 100.

Al igual que en otras campañas, uno de los temas más debatidos fue la publicación de las encuestas de intención de voto. En las elecciones del 12-M, la difusión y el conocimiento de las mismas favoreció al partido del gobierno y perjudicó la esperanza electoral del PSOE e IU: entre quienes declaraban que tuvieron noticias de las encuestas de intención de voto en los días previos a los comicios, la esperanza de voto del PP aumentaba un 2,40 por 100, mientras que la probabilidad electoral de los partidos del pacto de izquierdas disminuía un 1,26 por 100 (PSOE) y un 1,64 por 100 (IU).

La valoración de la situación económica también ejerció el papel de *regla premio-castigo*, que le otorga la teoría racionalista. Esta reacción en el comportamiento electoral de los españoles no fue la primera vez que se manifiesta, pues en las elecciones generales de 1993 constatamos, que la percepción de crisis económica y política se erigió en el principal aliado de la función de voto del PP. En los comicios del 12-M, a medida que los votantes valoraban mejor la coyuntura económica, las expectativas de voto del PP aumentaban un 1,14 por 100, mientras que la esperanza electoral del PSOE disminuía un 2,66 por 100.

En torno al período electoral del 2000, el gobierno del PP fue capaz de suscitar una visión optimista ante el futuro (económico y político) del país. Este estado positivo de la opinión pública favoreció las expectativas electorales del partido liderado por José María Aznar y perjudicó la esperanza de voto del PSOE.

A diferencia del PP, *el voto del PSOE dependió más de factores estructurales*. Las estimaciones realizadas evidencian que la religión fue el principal aliado de los socialistas en los comicios del 12-M: entre aquellos que se declaraban católicos, las expectativas electorales socialistas aumentaban un 13,45 por 100. Ello pone de manifiesto que la secularización de la sociedad española (García Escudero 1985) y la despolitización de los conflictos religiosos (Montero 1993) ha favorecido el realineamiento actitudinal y electoral de los españoles, a medida que ha ido madurando nuestra Democracia.

Si analizamos el impacto de la asistencia a los cultos religiosos, como factor socioestructural que orienta el voto, apreciamos que originó una escisión electoral: a un lado el PP, que vio cómo sus expectativas electorales mejoraban un 1,02 por 100, a medida que los electores declaraban que acudían con mayor frecuencia a misa; en la otra orilla, los partidos del pacto de izquierdas, que experimentaban un retroceso en su esperanza de voto: -0,65 por 100 el PSOE y -0,3 IU.

En anteriores estudios hemos evidenciado que la fidelidad electoral explicó el *realignment* electoral de las elecciones generales de 1982, y sobre todo permitió que

el PSOE consolidara su hegemonía electoral en los comicios de 1986 y 1989, y que lograra un triunfo *in extremis* en 1993. El recuerdo de voto también ha sido un elemento determinante en la función de voto socialista del 12-M: las expectativas electorales del partido liderado por Joaquín Almunia aumentaban un 3,42 por 100 entre aquellos electores que habían votado al PSOE en comicios anteriores. A diferencia de los socialistas, el PP sufrió las consecuencias nocivas de esta variable, ya que su esperanza electoral disminuía un 4,36 por 100 entre sus antiguos votantes. En cualquier caso, la *infidelidad electoral* de los simpatizantes del PP no es nueva, pues la inesperada derrota del partido liderado por José María Aznar en los comicios de 1993 estuvo marcada por este *issue*.

El desempleo ha sido otro de los factores socioestructurales que tradicionalmente han favorecido al PSOE y, simultáneamente, ha perjudicado al PP. En los comicios del 12-M, entre los parados, las expectativas del partido liderado por Joaquín Almunia aumentaban un 1,25 por 100; por el contrario, la esperanza electoral de los populares disminuía un 1,06 por 100.

Además de estos factores estructurales, hay otros elementos sociales que favorecieron las expectativas de voto del PSOE: la clase social subjetiva, el sexo, el tamaño del hábitat y la edad del elector.

El *cleavage nacionalista sigue siendo clave para CiU y PNV*. En las elecciones del 12-M, entre los electores de Cataluña y el país Vasco, la esperanza de voto de CiU y PNV aumentaba un 5,29 por 100 y un 0,33 por 100, respectivamente. En el caso del partido vasco, el impacto de este *cleavage* se vio superado por la influencia de la religión.

Si analizamos las funciones de voto de estas dos fuerzas políticas en la Democracia, concluimos que el factor nacionalista cada vez es menos determinante, y que los dos grandes partidos de ámbito nacional no se están beneficiando de esta pérdida de identidad nacionalista en los electores de Cataluña y el país Vasco. Las elecciones del 12-M corroboran que este *cleavage* sigue siendo una de sus asignaturas pendientes del PP, ya que entre los electores catalanes y vascos, su esperanza de voto disminuía un 3,17 por 100. En el caso del PSOE, el impacto negativo fue menor: las expectativas electorales de los socialistas descendían un 2,49 por 100.

Tal y como hemos reseñado anteriormente, la religión favoreció a CiU y PNV: entre aquellos que se declaraban católicos, la probabilidad de voto de CiU aumentaba un 5,29 por 100, mientras que la esperanza electoral del PNV tan sólo variaba un 0,99 por 100. Otro rasgo que caracterizó las funciones de voto de estos dos partidos nacionalistas, en las elecciones del 12-M, fue la fidelidad de su electorado. Las expectativas de CiU aumentaban un 0,72 por 100 entre aquellos electores que reconocían haber votado a esta fuerza política en comicios anteriores; sin embargo, la esperanza electoral del PNV tan sólo mejoraba un 0,22 por 100.

La *heterogeneidad fue el rasgo que distinguió a la función de voto de IU*. En las elecciones del 12-M hubo factores socioestructurales, racionales e ideológicos que condicionaron el voto de la coalición. Tal y como reseñamos anteriormente, los últimos comicios generales confirmaron que la religión sigue provocando una escisión

en el comportamiento electoral de los españoles. Al igual que sucedía en el caso del PSOE, este fue el factor más determinante en la función de voto de IU: en el colectivo de votantes españoles que se declaraban católicos, la esperanza electoral de la coalición liderada por Francisco Frutos aumentaba un 3,9 por 100.

Otro de los rasgos relevantes que definieron el comportamiento electoral de los simpatizantes de IU, en las elecciones del 12-M, fue su actitud estratégica. Entre aquellos electores que votaron finalmente a la coalición liderada por Francisco Frutos, sin ser esta fuerza política la primera opción en su esquema de preferencias políticas, la esperanza electoral de IU aumentaba un 1,63 por 100. La única fuerza política que se vio perjudicada por el impacto del voto estratégico fue el PP: la probabilidad de voto del partido liderado por José María Aznar disminuía un 2,17 por 100, en el colectivo de votantes que se planteaban este acto-acción de un modo estratégico.

No podemos finalizar este análisis de la función de voto de IU, sin reseñar, que la identificación partidista actuó de *anclaje* electoral en los pasados comicios del 12-M. La coalición liderada por Francisco Frutos fue la fuerza política más beneficiada por el impacto de esta variable psicopolítica: a medida que los votantes se identificaban más con los postulados ideológicos de IU, la esperanza electoral de la coalición aumentaba un 0,66 por 100. En cualquier caso, este no es un rasgo novedoso en la función de IU, pues en los comicios de 1986, 1989 y 1993, las expectativas electorales del PCE/IU aumentaban, cuando los electores se identificaban más con esta fuerza política.

#### 4. A MODO DE EPÍLOGO:... EN EL HORIZONTE DEL 2004

*El futuro, lejos de estar decidido, es... abierto... previsible* (Suárez 1983). En el horizonte electoral del 2004 no hay nada determinado, y el PSOE puede ganar los próximos comicios generales. Para ello, es necesario que no vuelva a firmar un *pacto* como el del 2000.

Descartar un acuerdo preelectoral con la coalición liderada por Gaspar Llamazares es condición necesaria, pero no suficiente para que el PSOE consiga gobernar en el horizonte del 2004. Los responsables políticos del PSOE deberían plantearse opciones estratégicas más rentables en términos electorales: *mantener la fortaleza del liderazgo* de la etapa de Felipe González... Si en las elecciones del 12-M los socialistas hubiesen recurrido de nuevo a su líder más carismático (8), o en su defecto hubieran reforzado el liderazgo de Almunia, sus resultados electorales habrían sido mejores, y quizá el PP no gozaría de mayoría absoluta en el Parlamento.

---

(8) Las elecciones del 12-M fueron las primeras en las que Felipe González no era el candidato a la Presidencia del Gobierno.



El análisis del comportamiento electoral de los españoles en las elecciones del 12-M evidencia que la derrota del PSOE no es el reflejo de una crisis electoral profunda, pues la función de voto de los socialistas sigue dependiendo de factores socioestructurales como la *fidelidad electoral*, el *desempleo...*, amén de la *religión*. En ese sentido, el principal partido de la oposición sigue teniendo unos fundamentos sólidos, y ello facilita la implementación de una estrategia política tendente a mejorar su respaldo electoral en los comicios a celebrar en el horizonte del 2004. A medida que la *situación política* y la *coyuntura económica* empeore, y que la *campana electoral* realizada por los socialistas mejore con respecto a la realizada en las elecciones del 12-M, la distancia electoral entre el PP y el PSOE se reducirá.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AGRANOFF, A. (ed.): *The new style in elections campaigns*, Halbrook Press, Boston, 1976.
- AMES, B.: «Electoral strategy under open-list proportional representation», *American Journal of Political Science*, vol. 39, núm. 2, 1995.
- BROWLER, S. y FARRELL, D. M.: *Electoral strategies and political marketing*, The Macmillan Press, 1992.
- COHEN, J. E.; KRASSA, M. A. y HAMMAN, J. A.: «The impact of presidential campaigning on mid-term U.S. Senate elections», *American Political Science Review*, vol. 85, 1989.
- GARCÍA ESCUDERO, J. M.<sup>2</sup>: «La sensibilidad del catolicismo español desde los años cincuenta hasta el momento actual», *Cuenta y Razón*, núm. 20, 1985.
- HELLWEG, S. A.; PFAU, M. y BRYDON, S. R.: *Televised Presidential debates*. Praeger Series in Political Communication, 1992.
- JAIME CASTILLO, A. y SÁEZ LOZANO, J. L.: «El comportamiento electoral de los españoles en la democracia», *Centro de Estudios Políticos y Constitucionales*, 2001.
- JACOBSON, G.: *The politics of congressional elections*, Scott, Foresman and Company, 1987.
- JACOBSON, G.: «Strategic politicians and the dynamics of U.S. House elections, 1946-86», *American Political Science Review*, vol. 83, 1993.
- MONTERO, J. R.: *Las dimensiones de la secularización: religiosidad y preferencias políticas en España*, en R. DÍAZ-SALAZAR y S. GINER (ed.): *Religión y sociedad en España*, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1993.
- NIMMO, D.: *The political persuaders: The techniques of modern election campaigns*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1970.
- RIKER, W. H. y ORDESHOOK, P.: «A theory of the calculus of voting», *American Political Science Review*, vol. 62, 1968.
- SÁEZ LOZANO, J. L.: «Economía y democracia en España», *Claves de la Razón Práctica*, núm. 107, 2000.
- SÁEZ LOZANO, J. L.: *Economía y política en Democracia*, Pirámide, 2000.
- SÁEZ LOZANO, J. L.: «Economic voting in democracy. The Spanish case», *Économie Appliquée*, vol. LIV, 2001.
- SÁEZ LOZANO, J. L.: «El voto económico en España», *Hacienda Pública Española*, núm. 117, 2001.

- SÁEZ LOZANO, J. L.: «Economía y política en la Transición y la Democracia», *Papeles de la Fundación FAES*, núm. 64, 2001.
- SÁEZ LOZANO, J. L.: «La decisión del elector: Partidismo, racionalidad-economía y estructura social», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (pendiente publicar), 2001.
- SÚAREZ, A.: «La Transición política», en VV.AA. (comp.): «Historia de la Transición», *Diario 16*, 1983.