

Capítulo I.1

La opinión pública uruguaya: explicando el voto

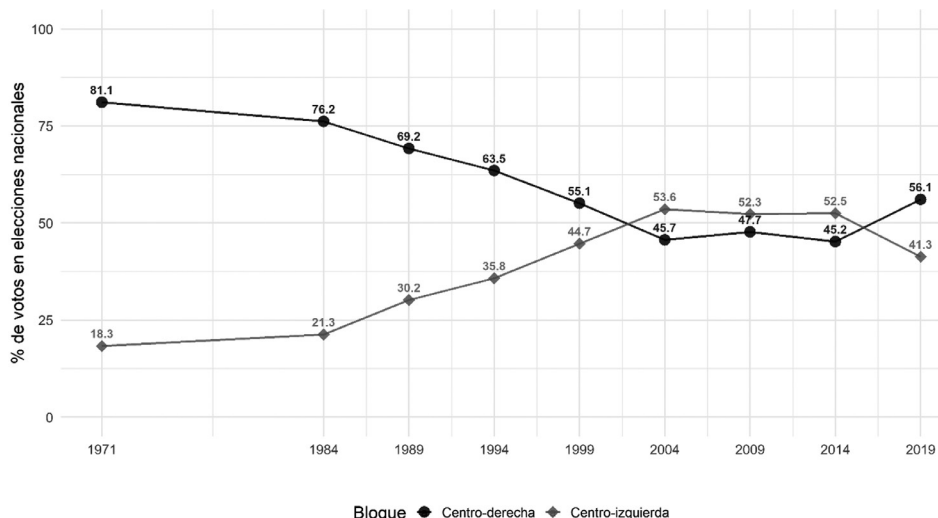
Martín Opertti y Rosario Queirolo

1. Introducción

La elección del 2019 demostró que Uruguay sigue siendo un país dividido en dos mitades, como lo es desde hace 20 años. Las dos mitades corresponden a bloques ideológicos: uno de centroizquierda y otro de centroderecha. Estos dos bloques ideológicos son muy similares en tamaño desde 1999, y los cambios en el gobierno se producen cuando una de esas dos mitades crece apenas unos pocos puntos porcentuales. Eso es lo que sucedió en noviembre del 2019 cuando Luis Lacalle Pou, apoyado por la coalición multicolor (CM), obtuvo 37.042 votos más que el Frente Amplio (FA) (48,9 % y 47,4 %, respectivamente). El gráfico 1 muestra que los cambios entre bloques son menores entre 1999 y 2019 a pesar de las dos alternancias en el gobierno: la primera en 2004 cuando ganó el FA y la segunda en 2019 cuando ganó el Partido Nacional (PN).



Gráfico 1: Evolución electoral de los bloques ideológicos en elecciones presidenciales 1971–2019 (en % de votos emitidos)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Corte Electoral del Uruguay.

El trabajo pionero en este tema es el de Luis Eduardo González (1999), quien caracterizó a los partidos uruguayos como *tradicionales* y *desafiantes*. Dentro de los primeros, González ubicó al Partido Colorado (PC) y al PN. Este bloque fue denominado *tradicional* porque el origen de ambos partidos prácticamente coincide con la creación de Uruguay como Estado independiente; también ambos se ubicaban en la centroderecha del espectro ideológico. El segundo bloque fue llamado *desafiante* porque cuando el concepto fue acuñado incluía a los partidos políticos de centroizquierda que nunca habían gobernado: FA y Nuevo Espacio (NE). Actualmente, la denominación de *desafiantes* y *tradicionales* perdió vigencia, pero no la forma de entender en dos bloques el sistema de partidos y el comportamiento de los votantes uruguayos.

Este capítulo, en primer lugar, describe cómo es el electorado de los partidos que componen esos bloques. En segundo lugar, se centra en analizar los cambios relevantes en los electorados de los tres partidos políticos mayores: FA, PN y PC. A su vez, la elección de 2019 trajo la aparición de CA, un partido político nuevo que logra más del 10 % de los votos en la primera elección en que compite, fenómeno que no sucedía desde la aparición

del FA en 1971 (véase el capítulo II.3). Este trabajo se pregunta cómo es el perfil socioeconómico de su electorado, si sus votantes se diferencian de los votantes de los otros partidos del bloque de centroderecha y a quién votaron los electores de CA en la elección de 2014. Luego de este análisis, el capítulo busca explicar por qué el bloque de centroderecha ganó la elección de 2019 analizando el efecto de las evaluaciones económicas en el voto. Las percepciones de los uruguayos sobre la situación económica del país cambiaron de forma importante en 2015, cuando pasaron de ser mayormente positivas a negativas. ¿Fueron estas percepciones las que inclinaron la balanza a favor de la CM y en contra del FA? El capítulo se vale de datos de encuestas preelectorales de opinión pública de Equipos Consultores¹

2. ¿Electorados de siempre o cambios en el electorado?

La existencia de alternancia entre un bloque y otro en el gobierno puede implicar un cambio en la composición sociodemográfica del electorado, pero también puede suceder que un bloque se vuelva mayoritario sin que cambie su perfil, simplemente sumando votantes con las mismas características que el existente. Este último escenario no sería raro debido a que los partidos políticos uruguayos son lo que Otto Kirchheimer (1966) denomina *catch all*, es decir, partidos que captan votos en distintos sectores sociales, por lo tanto pueden aumentar su cantidad de votos aunque no cambie el perfil del electorado, simplemente sumando más adhesiones en los mismos sectores donde ya reclutan. Si bien este escenario no sería imposible, es poco probable, por lo tanto vamos a analizar si existen cambios en los electorados.

2.1. Los electorados por bloques

El análisis del sistema de partidos y comportamiento electoral en dos bloques que inició González en 1999 ha sido usado en sucesivos análisis tanto para entender cómo se da la competencia entre partidos como para analizar el voto de los uruguayos (Buquet y De Armas, 2004; Buquet y Piñeiro, 2014; Chasqueti y Garcé, 2005; González, 2010, 2014; González y Queirolo, 2000; Lanzaro, 1999, 2000; Moreira, 1999, 2004; Selios y Vairo, 2012). La

¹ Agradecemos a Equipos Consultores, y en particular a Ignacio Zuasnábar, por permitirnos el uso de las encuestas preelectorales de los años 2004, 2009, 2014 y 2019. En todos los casos las encuestas fueron realizadas con anterioridad a la elección nacional de octubre.

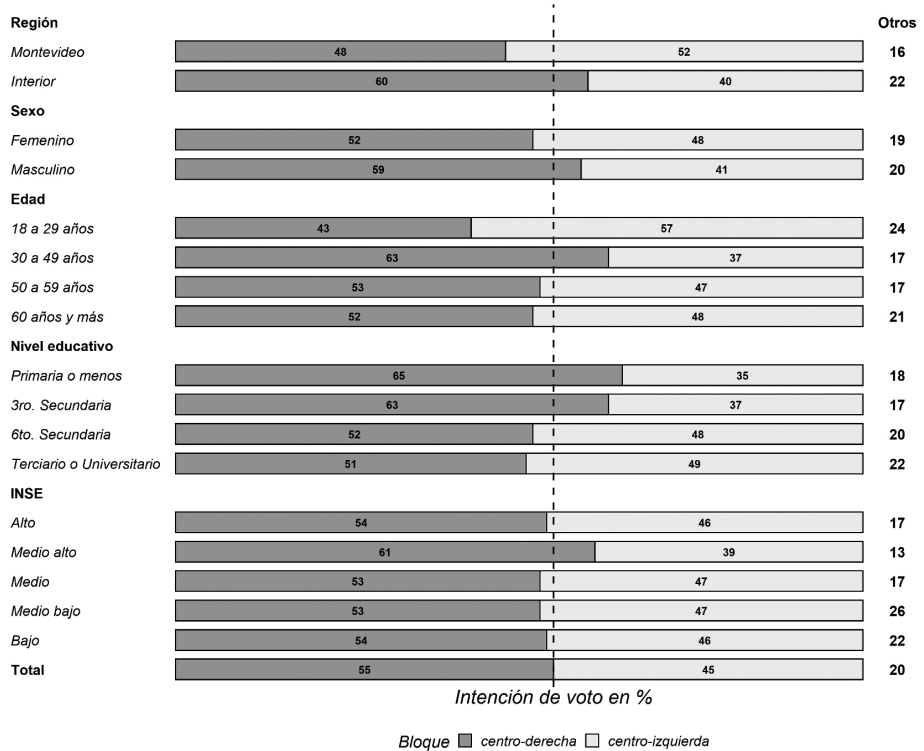


composición de estos bloques no ha sido exactamente la misma desde que la ciencia política uruguaya empezó a analizar el sistema de partidos con este concepto. En un principio, en el bloque *tradicional* se agrupaba a los votantes del PC y el PN, mientras que en el bloque *desafiante* se ubicaba al FA y al NE/Partido Independiente (PI) (dependiendo de la elección, a pesar de que este último nunca apoyó orgánicamente al FA en los balotajes). Hasta la elección de 2014 el PI estaba dentro del bloque de centroizquierda. Sin embargo, la situación cambió en 2019 cuando definió que, en caso de balotaje, no apoyaría al FA y se sumaría a la oposición. Con fines analíticos, desde ese momento pasó a integrar el bloque de centroderecha que actualmente componen los partidos políticos que integran la CM.²

El gráfico 2 muestra que el bloque de centroderecha, ganador de la elección de 2019, alcanzó la mayoría de los votos en todos los sectores con la excepción de los más jóvenes y en Montevideo, donde ganó el bloque de centroizquierda. Además, el bloque de centroderecha captó más adhesiones que el promedio que obtuvo en el conjunto de la población entre los hombres, los que tienen entre 30 y 49 años, los uruguayos de nivel socioeconómico medio-alto y los que tienen menos educación (máximo tercer año de educación secundaria). Sin embargo, si prestamos atención a la distribución general de los votantes, encontramos que los dos bloques reclutaron de forma muy pareja en la mayoría de los sectores. Esto es coincidente con lo que plantearon Vairo y Selios (2012) en su análisis de los determinantes del voto en la *familia de izquierda* y la *familia tradicional* en la elección del 2009: el voto por uno u otro bloque está más asociado con variables políticas como la autoidentificación ideológica y algunas preferencias políticas que por características sociodemográficas.

2 Otra manera de entender la composición de estos dos bloques es dejar fuera al PI. Esta es la estrategia de Mieres (2015) para mostrar que el apoyo a las dos mitades disminuyó de 97,4% en 2004 a 96,7% en 2009 y 94,6% en 2014. Sin embargo, consideramos que tiene más sentido incluir al PI y a CA dentro del bloque de centroderecha, ya que ambos partidos terminaron integrado la CM.

Gráfico 2: Intención de voto a cada bloque según características sociodemográficas, 2019
(en porcentaje sobre el voto a ambos bloques)



Nota: Los porcentajes indican la proporción de intención de voto a cada bloque sobre la intención de voto de ambos bloques, sin considerar al resto del electorado. La línea vertical indica la distribución de los dos bloques entre toda la población. Los valores debajo de la columna «Otros» representa el porcentaje dentro de cada segmento que no tenía intención de votar a ninguno de los dos bloques (incluye blanco y nulo, indecisos y partidos menores).

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores en octubre de 2019.

2.2. Los electorados por partidos políticos

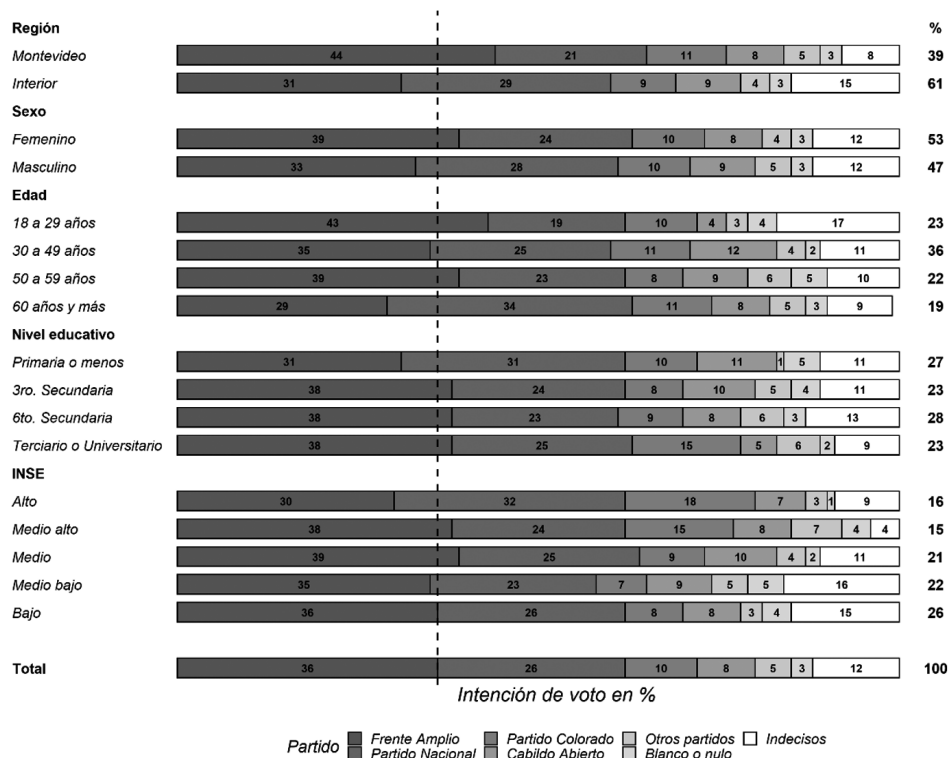
Ningún análisis sobre comportamiento político en Uruguay puede dejar de lado la influencia que tienen las identificaciones partidarias para definir el voto (Zuasnábar, 2015), por eso no podemos analizar el voto únicamente por bloque, sino que hay que observar también el voto hacia los partidos políticos. Como toda medida de agregación, el voto hacia los bloques puede esconder diferencias en lo que ocurre dentro cada uno de ellos. Por ejemplo, si bien es interesante analizar la pérdida de votos del bloque de los *tradicionales* (actual *centroderecha*) de 1971 a 2004 y cómo esos votos se fueron al bloque de los *desafiantes* (actual *centroizquierda*), también es relevante el movimiento en ciclos entre el PC y el PN, pues se ha observado que cuando un partido aumenta, el otro disminuye (Armellini, 2005).

Los tres partidos políticos uruguayos que históricamente han recibido más votos y logrado mayor representación parlamentaria (el PC, el PN y el FA) son partidos *catch all*, ‘atrápalo todo’ o *policlasistas*. El PN y el PC lo fueron desde sus orígenes, aunque claramente el primero tenía un enclave electoral mayor en los sectores rurales y el segundo en los sectores urbanos (González, 1991). El FA, también desde su surgimiento, recibió apoyos desde muy diferentes sectores sociales, aunque tuvo mayor adhesión electoral entre los universitarios y los trabajadores sindicalizados (Gillespie, 1986; Mieres, 1994).

El gráfico 3 indica que los tres partidos mayores mantienen su característica de *catch all* en la elección de 2019. La línea vertical indica el promedio de intención de voto al FA. Los porcentajes a la derecha de cada segmento indican el peso sobre el total de la población mayor de 18 años. El FA es el partido que en la elección de 2019 obtiene más votos en el conjunto de la población y en cada grupo poblacional por separado, a excepción de las personas de nivel socioeconómico alto, los menos educados y los mayores de 60 años. El FA continúa siendo un partido *catch all* con un arraigo un poco mayor en los jóvenes y los sectores medios. Por su parte, el PN logra en promedio una cuarta parte de los apoyos, con intención de voto mayor entre los grupos recién mencionados y menor entre los grupos más jóvenes y en Montevideo.



Gráfico 3: Intención de voto según variables sociodemográficas (en porcentaje)

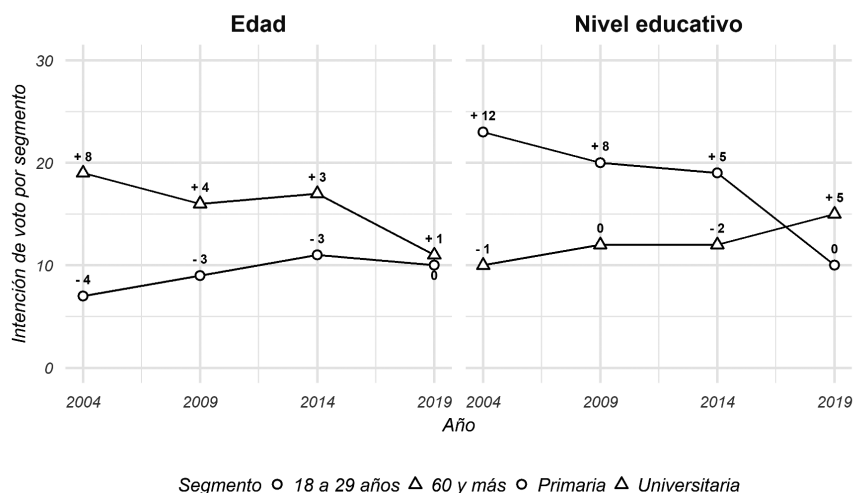


Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores octubre de 2019 y Encuesta Continua de Hogares 2019.

En la elección de 2019, el PC obtuvo alrededor del 10 % de los votos en todos los sectores, pero reforzó su presencia entre los votantes de mayor nivel socioeconómico y entre los profesionales. Esto es un cambio relevante con relación al electorado colorado de elecciones anteriores. Más aún, si miramos los perfiles sociodemográficos del electorado de cada partido a lo largo del tiempo, los cambios más importantes ocurren en los colorados. El gráfico 4 muestra la evolución de la intención de voto al PC según edad y educación; los valores indican los puntos porcentuales de distancia entre la intención de voto en un sector específico de edad y educación y la intención de voto en el total de la muestra. En la elección de 2004 —y

en menor medida en las de 2009 y 2014—, el PC tenía sobrerrepresentados a los votantes de mayor edad (60 y más) y subrepresentados a los más jóvenes. En 2019 estas diferencias desaparecen y las adhesiones que obtiene entre los distintos grupos etarios son proporcionales al peso de esos grupos en el conjunto de la población. Otro cambio está relacionado con la educación. En 2004, estaban sobrerrepresentados los votantes cuyo máximo nivel educativo era primaria (+12 en el gráfico 4). En cambio, en 2019 el perfil educativo del electorado colorado se revierte y pasan a estar sobrerrepresentados los votantes con educación universitaria (+5).

Gráfico 4: Evolución de la intención de voto al PC por segmentos de nivel educativo y edad (en porcentaje)



Nota: Las etiquetas sobre los puntos indican los puntos porcentuales de distancia sobre los que se encuentra la intención de voto al PC en cada segmento respecto al total de la muestra.

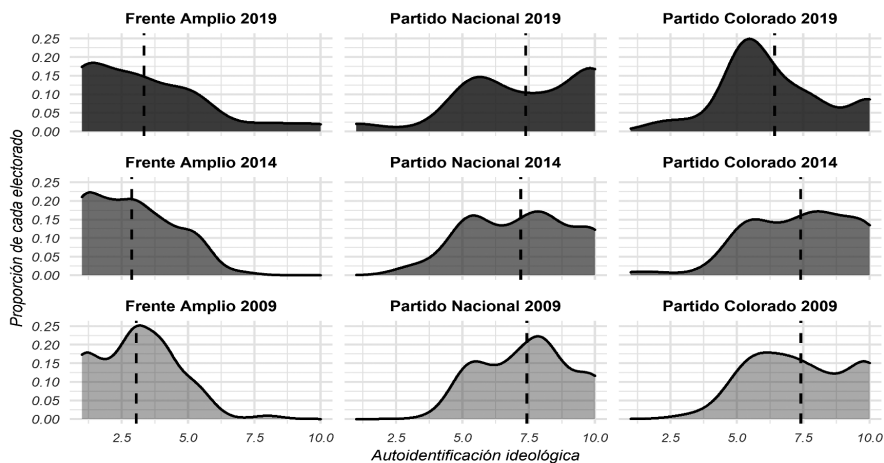
Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores en octubre de 2019.

La idea del policlasismo de los partidos políticos uruguayos ha sido cuestionada por Moreira y Delbono (2015) con el argumento de que el voto a los diferentes partidos no se distribuye de forma uniforme entre sectores sociales, regiones y franjas etarias. Sin embargo, la elección de 2019 in-

dica que, más allá de que cada partido tiene diferentes enclaves electores, los partidos uruguayos siguen siendo partidos *catch all*.

Los electorados de los partidos no son solo presentan diferencias sociodemográficas, sino que captan diferentes segmentos del espacio ideológico. El gráfico 5 muestra la evolución de los promedios de autoidentificación de los electorados del FA, PN y PC en las últimas tres elecciones. En primer lugar, queda clara la composición ideológica de los dos bloques, blancos y colorados se ubican del centro a la derecha, mientras que los frentistas se ubican del centro a la izquierda. En segundo lugar, los electorados del FA y el PN mantuvieron distribuciones ideológicas estables durante las últimas tres elecciones. Nuevamente, el cambio está en el PC, donde aumenta la proporción de individuos ubicados en el centro de la escala, en detrimento de los ubicados en el extremo derecho.

Gráfico 5: Serie de autoidentificación ideológica de los tres principales partidos 2009–2019



Nota: Las líneas verticales indican la media de autoidentificación ideológica, donde 1 representa izquierda y 10 derecha.

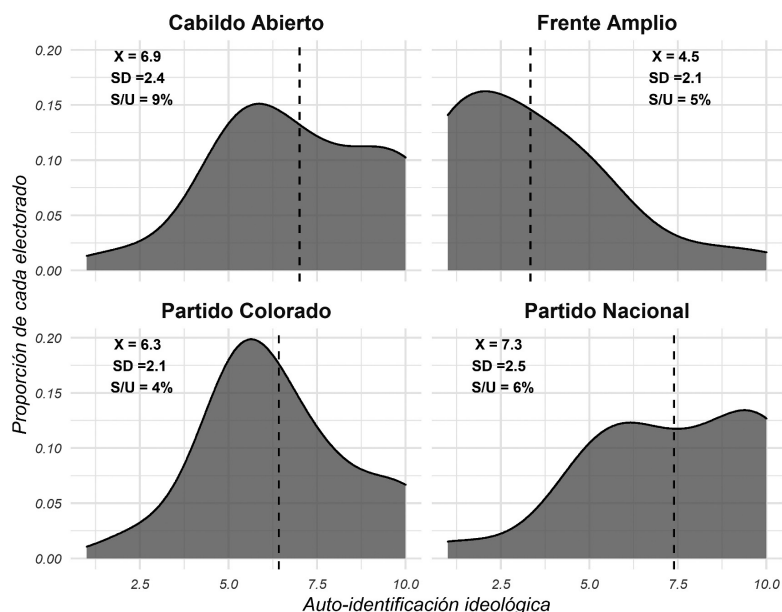
Fuente: Elaboración propia con base en encuestas de Equipos Consultores.

En la elección de 2019, al bloque de centroderecha se sumó CA. El gráfico 6 muestra que el electorado de CA se ubica en el lado derecho de la dimen-



sión ideológica (promedio 6,9), entre el PC (6,3) y el PN (7,3). La aparición de CA como otro actor político relevante puede responder a preferencias insatisfechas de una parte del electorado de derecha que no se sentía representado.

Gráfico 6: Autoidentificación ideológica de los cuatro principales electorados en 2019



Nota: Las líneas verticales indican la media de autoidentificación ideológica. Cada cuadrante contiene la media, el desvío estándar y el % de votantes que no se ubican en la escala.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores en octubre de 2019.

2.3. El electorado de Cabildo Abierto

Más allá de la alternancia en el poder, el cambio más importante en el sistema de partidos que dejó la elección nacional de 2019 es el surgimiento de CA. Si bien el capítulo 5 de este volumen se dedica exclusivamente

a documentar y explicar este fenómeno, en esta sección se describirá brevemente el perfil de los votantes de CA.

El partido, fundado en marzo de 2019, cobró notoriedad luego de obtener casi 50.000 votos en las elecciones internas, a pesar de que el precandidato Guido Manini Ríos no había tenido competencia interna. Poco tiempo después, los sondeos de opinión pública comenzaron a mostrar de forma consistente a CA como el cuarto actor del sistema de partidos, desplazando al PI con holgada diferencia. Algunos actores políticos, académicos y medios de prensa locales e internacionales rápidamente identificaron al novel partido como la «ultraderecha»³ o «derecha pura y dura»⁴ y las comparaciones con Vox en España⁵ o Jair Bolsonaro en Brasil⁶ afloraron.

El electorado de CA está compuesto por una proporción levemente mayor de hombres que de mujeres: una encuesta de Equipos Consultores realizada en agosto de 2019 indicaba que el 54 % de los votantes de CA eran hombres⁷. A su vez, datos publicados por Cifra sugieren que dentro de los votantes de CA se encuentran sobrerrepresentadas las personas con educación primaria (35 %⁸ frente a 27 % en la población adulta).⁹ En la misma línea, la consultora Equipos estimó que el 39 % de los votantes de CA son de nivel socioeconómico bajo.

Una segunda interrogante sobre este nuevo electorado corresponde a su origen. Tanto los datos de la consultora Cifra como los de Equipos indican que en el entorno de la mitad de los votantes de CA provienen de los partidos tradicionales —probablemente de las facciones más a la derecha

3 Portal TNU: «Cabildo Abierto es un partido de ultraderecha que reúne todo lo que estaba disperso», 9 de junio de 2019. <https://www.portaltnu.com.uy/video.php?vid=6124> (visitada el 06/11/2020).

4 El Observador: «Mieres: «Con Cabildo Abierto emerge una derecha pura y dura como nunca hubo en Uruguay», 12 de agosto de 2019. <https://www.elobservador.com.uy/nota/mieres-con-cabildo-abierto-emerge-una-derecha-pura-y-dura-como-nunca-hubo-en-uruguay--2019812111840> (visitada el 06/11/2020).

5 Speranza, Jorge, «Uruguay cuenta ya con su propio Vox», *La Vanguardia*, 26 de mayo de 2019. <https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20190522/462361152039/uruguay-partido-ultraderecha-cabildo-abierto-elecciones-2019.html> (visitada el 06/11/2020).

6 Vázquez, M., y Del Río, A.: «¿Un Bolsonaro uruguayo en octubre?», openDemocracy, 16 de julio de 2019. <https://www.opendemocracy.net/es/uruguay-bolsonaro-octubre-es/> (visitada el 06/11/2020).

7 Subrayado: «Casi la mitad de los votantes de Manini se define de centro y el 31% votó al Partido Nacional», 7 de agosto de 2019. <https://www.subrayado.com.uy/casi-la-mitad-los-votantes-manini-se-define-centro-y-el-31-voto-al-partido-nacional-n540953> (visitada el 06/11/2020).

8 Cifra: «El perfil de los votantes de los distintos partidos», 31 de octubre de 2019, <https://www.cifra.com.uy/index.php/2019/10/31/el-perfil-de-los-votantes-de-los-distintos-partidos/> (visitada el 06/11/2020).

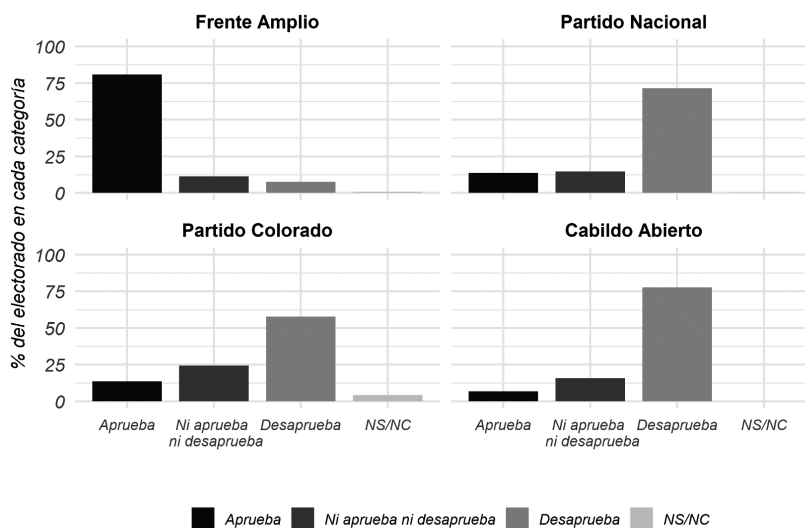
9 Encuesta Continua de Hogares, 2019. Instituto Nacional de Estadística.



dentro de estos partidos—. Entre un quinto y un cuarto de los votantes provienen del FA —probablemente más relacionados con el Movimiento de Participación Popular (MPP)—, mientras que los votantes restantes no declararon voto en la encuesta correspondiente o no votaron.

Por último, es relevante conocer cuáles son las principales actitudes políticas de los votantes de CA. La evidencia muestra que la característica distintiva de los electores de CA no pasa tanto por su ubicación en la escala ideológica, como ya se mostró antes (aunque es posible que los votantes tengan actitudes y valores cercanos a la derecha radical que no necesariamente son captados por la autoidentificación ideológica), sino más bien por una fuerte desaprobación del desempeño del presidente (gráfico 7) y de la evaluación de la situación económica del país (gráfico 9). También es importante destacar que parece haber una significativa influencia militar en el voto a CA, como lo muestra el capítulo 5 de este volumen.

Gráfico 7: Aprobación del presidente según intención de voto



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores en octubre de 2019.

3. Cambio de ciclo en las evaluaciones económicas y voto económico

Las elecciones son momentos donde los ciudadanos evalúan al gobierno de turno y deciden si reelegirlo o votar por la oposición. Entre todos los posibles aspectos que los votantes pueden considerar antes de una elección, las evaluaciones sobre la economía suelen ser decisivas (Lewis Beck y Stegmaier, 2000), tanto es así que existe una teoría que lo explica: la teoría del voto económico. La lógica subyacente al voto económico es sencilla: los votantes premian con su voto a los gobernantes que logran un buen desempeño económico durante su mandato, mientras que castigan malos desempeños evitando votar al partido de gobierno. El efecto de las percepciones económicas ha sido evidenciado en numerosos trabajos en Europa y Estados Unidos (Kinder y Kiewiet, 1981; Lewis-Beck, 1986; Lewis Beck y Stegmaier, 2000, entre otros), así como en América Latina (Gélineau y Singer, 2015; Lewis-Beck y Ratto, 2013) y Uruguay (Queirolo, 2013). En esta sección estimamos el efecto del voto económico en las elecciones nacionales de 2019.

Usualmente, para estudiar la relación entre economía y voto se utilizan las percepciones económicas de los votantes a nivel individual, ya que son mejores predictores que los indicadores macroeconómicos objetivos (Evans y Andersen, 2006). Sin embargo, esta estrategia empírica puede derivar en estimaciones sesgadas dado que las percepciones económicas de los votantes suelen estar influidas no solo por la economía «real», sino también por la exposición a medios de comunicación, experiencias individuales, características demográficas y actitudes políticas previas (Duch *et al.*, 2000). La causalidad también fluye en la dirección contraria, es decir, no solamente las percepciones económicas afectan las preferencias partidarias, sino que también las preferencias partidarias condicionan las percepciones económicas (véanse Evans y Andersen, 2006; Tilley y Hobolt, 2011). Esto se debe a que las identificaciones partidarias funcionan, como sugería el estudio seminal de Campbell *et al.* (1960), como una pantalla perceptual mediante la que los individuos tienden a reconciliar los hechos con sus preferencias políticas previas. Esto es particularmente importante en sistemas de partidos con elevados niveles de identificación partidaria como el uruguayo, donde no solo la dirección, sino también la fuerza de las identificaciones partidarias condiciona fuertemente las percepciones económicas (Opertti, 2020).

Por lo antedicho, existe cierto consenso respecto a que al estimar el efecto de las percepciones económicas en el voto es necesario considerar la endogenei-

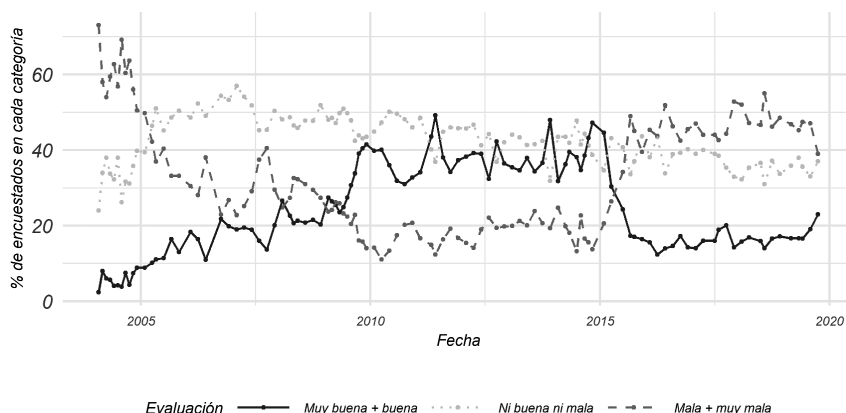


dad entre estas y la identificación partidaria, preferentemente utilizando datos de panel (Niemi *et al.*, 2011). En ausencia de datos de este tipo, se suele apelar a distintas estrategias estadísticas: métodos de dos pasos (Duch *et al.*, 2000), modelos con variables instrumentales (Nadeau *et al.*, 2012), diseños focalizados en muestras de votantes independientes (Stevenson, 1997) o controles por identificación partidaria o alguna variante de ella (Hellwig y McAllister, 2016, o Michelitch *et al.*, 2012). En general, estudios que tienen en cuenta estas consideraciones han encontrado que una vez exogenizadas (sea a través de diseños causales o controles estadísticos), las percepciones económicas tienen un impacto en el apoyo político (Stevenson y Duch, 2013).

3.2. Un cambio en el humor de la opinión pública uruguaya

Desde que hay mediciones sistemáticas de opinión pública en Uruguay, alrededor de 1990, los uruguayos han tenido una percepción predominantemente negativa de la situación económica del país (Zuasnábar, 2018), lo que llevó a calificarlos como «pesimistas estructurales» (Luna, 2002). No es hasta mediados del primer gobierno del FA que los uruguayos desarrollaron visiones mayormente positivas de la situación económica del país (gráfico 8). Esta fase optimista se interrumpió a mediados de 2015 cuando se generó un nuevo cambio de humor de la opinión pública respecto a la economía. Las evaluaciones volvieron a ser mayoritariamente negativas como en la década del 90, y en 10 meses registraron oscilaciones superiores a las mostradas en 10 años.

Gráfico 8: Serie de evaluación de la situación económica del país 2004–2019



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas de Equipos Consultores.

Una contrastación sencilla entre percepciones económicas (gráfico 8) e indicadores macroeconómicos (como la evolución del salario real, el PBI per cápita y la tasa de desempleo, véase el capítulo I.3) sugiere que el desplome de las percepciones económicas en 2015 puede ser visto como «exagerado». Por ejemplo, la proporción de uruguayos que consideraba que la situación económica del país era «mala» o «muy mala» durante el segundo gobierno de Vázquez oscilaba entre el 40 y el 55 %, aproximadamente el mismo rango de valores que durante la segunda presidencia de Sanguinetti, a pesar de que una simple comparación de indicadores macroeconómicos sugiere niveles absolutos de bienestar económico muy diferentes. Esta particularidad puede deberse a que los individuos tienden a reaccionar en mayor medida a las variaciones en los indicadores económicos que a los niveles absolutos (Niemi *et al.*, 1999).

Que los votantes construyan sus percepciones económicas no solamente a través de niveles absolutos de bienestar económico, sino también mediante comparaciones de corto plazo ayuda a entender el gran impacto que un cambio de tendencia relativamente menor en los índices macroeconómicos tuvo en las percepciones económicas de los uruguayos. Otras hipótesis sugieren que ajustes de tarifas o impuestos, así como errores comunicacionales de la política económica de gobierno pueden haber influido (Bogliaccini y Queirolo, 2017; Zuasnábar, 2018).

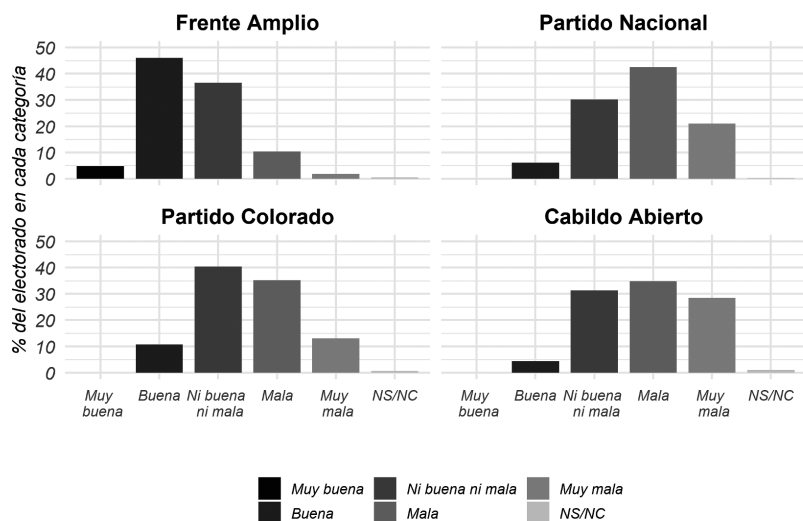
Más allá de las causas del desplome de las percepciones económicas de los uruguayos en 2015, es evidente que este cambio abrupto, precedido de una estabilidad de percepciones mayoritariamente negativas durante el segundo gobierno de Tabaré Vázquez, sugería un escenario menos favorable para el FA de cara a las elecciones de 2019 en comparación con las tres elecciones previas.

3.2. El impacto del voto económico en las elecciones de octubre

Existe cierto consenso en que las percepciones sociotrópicas son las que tienen un mayor impacto al explicar el voto (Lewis-Beck y Stegmaier, 2007). En nuestro caso utilizamos una pregunta que indaga sobre la percepción de la situación económica actual del país. El gráfico 9 muestra su distribución según intención de voto y sugiere una fuerte heterogeneidad: los votantes del FA mantienen juicios económicos mayormente favorables, mientras que los votantes del PN, PC y CA tienen evaluaciones predominantemente negativas.



Gráfico 9: Percepciones económicas del país según intención de voto



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta de Equipos Consultores en octubre de 2019.

La fuerte relación entre ambas variables en el gráfico 9 puede estar mediada por otras variables, por lo tanto, para lograr estimaciones más precisas sobre el impacto del voto económico en las elecciones nacionales de 2019 utilizamos una serie de modelos de regresión logística. La variable dependiente es binaria: 1 es la intención de voto a cualquiera de los tres principales partidos de la CM y 0 al resto de las opciones. Una primera especificación simple del modelo que sirve como línea de base estima el efecto de las percepciones económicas incluyendo controles sociodemográficos (sexo, edad, educación y desempleo) y variables actitudinales (interés en la política y autoidentificación ideológica). La segunda especificación del modelo agrega un control por identificación partidaria (codificada en independientes, la categoría de referencia, identificados con el FA e identificados con el PN y/o PC).¹⁰ Por último, una tercera especificación responde a posibles problemas de interpretación de la variable dependiente debido a que solo distingue votantes de PN, PC y CA del resto de los votantes, sean votantes del FA, partidos menores, indecisos o voten en blanco o anulado.

¹⁰ La variable de identificación partidaria se construye con el indicador usado en Zuasnábar (2010). Este indicador contempla posibilidades de identificaciones partidarias múltiples. Para el modelo, agrupamos a los partidarios en independientes, partidarios del FA y partidarios de los partidos tradicionales (incluyendo partidarios solo PN, solo PC y los identificados con ambos partidos).

En términos estrictos, la variable dependiente para las dos primeras especificaciones del modelo es la intención de voto a los partidos de la CM a mediados de octubre (fecha de campo de la encuesta). Esto es una ventaja en cuanto a que tenemos un interés sustantivo por identificar las causas de que un votante elija tal partido en detrimento de otros partidos o de no decidir. Sin embargo, el hecho de que un votante no haya decidido —o no quiera reportar— su voto al momento de la encuesta no necesariamente implica que no vaya a votar por alguno de los partidos de la CM, que en definitiva es el comportamiento que estamos tratando de estimar. Para evitar esto, la tercera especificación excluye a los indecisos. Si los resultados se mantienen en una tercera especificación del modelo que solo contempla a los votantes «decididos», el modelo se vuelve más robusto.

Tabla 1: Efecto de las percepciones económicas en el voto al PN, PC o CA

	(1)	(2)	(3)
	Línea de base	Control por identificación partidaria	Entre votantes decididos
Percepciones económicas (ref.=«Muy buena o buena»)			
«Ni buena ni mala»	4,82*** (0,98)	1,88*** (0,44)	2,00*** (0,52)
«Mala o muy mala»	11,03*** (2,20)	3,06*** (0,71)	4,76*** (1,26)
Mujer (1=Sí)	0,71*** (0,09)	0,89 (0,13)	1,12 (0,20)
Edad	1,01** (0,00)	1,00 (0,00)	1,01 (0,01)
Desocupado (1=Sí)	1,18 (0,25)	1,02 (0,24)	1,00 (0,28)
Nivel educativo (ref.=Primaria o menos)			
Ciclo básico	0,91 (0,18)	0,68* (0,14)	0,69 (0,18)
Bachillerato	1,05 (0,21)	0,80 (0,17)	0,94 (0,25)
Terciario	1,48* (0,30)	0,95 (0,22)	1,06 (0,30)



	(1)	(2)	(3)
	Línea de base	Control por identificación partidaria	Entre votantes decididos
Interés en la política (ref.=«Nada»)			
«Poco»	1,27 (0,2)	1,21 (0,2)	1,10 (0,23)
«Bastante»	1,97*** (0,37)	2,03*** (0,45)	1,51 (0,40)
«Mucho»	1,79** (0,41)	2,01** (0,58)	1,19 (0,42)
Autoidentificación ideológica (1=izquierda, 10=derecha)			
	1,50*** (0,04)	1,34*** (0,05)	1,40*** (0,06)
Identificación partidaria (ref.=independiente)			
Identificado con FA		0,02*** (0,01)	0,01*** (0,01)
Identificado con PN, PC o ambos		9,87*** (2,29)	29,94*** (14,07)
Constante			
	0,01*** (0,00)	0,05*** (0,02)	0,05*** (0,02)
Pseudo R ²	0,28	0,43	0,56
N	1,657	1,657	1,395

Nota: La variable dependiente es intención de voto a los principales partidos de la Coalición Multicolor, codificada como 1 si el respondiente dice votar por el PN, PC o CA. Las celdas reportan razones de probabilidad con errores estándar entre paréntesis. *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Equipos Consultores.

La tabla 1 presenta los principales resultados de las tres especificaciones del modelo de regresión logística. Los coeficientes están calculados como razones de probabilidad —*odds ratios*—, por lo que valores mayores a 1 implican una relación positiva y valores entre 0 y 1, una relación negati-



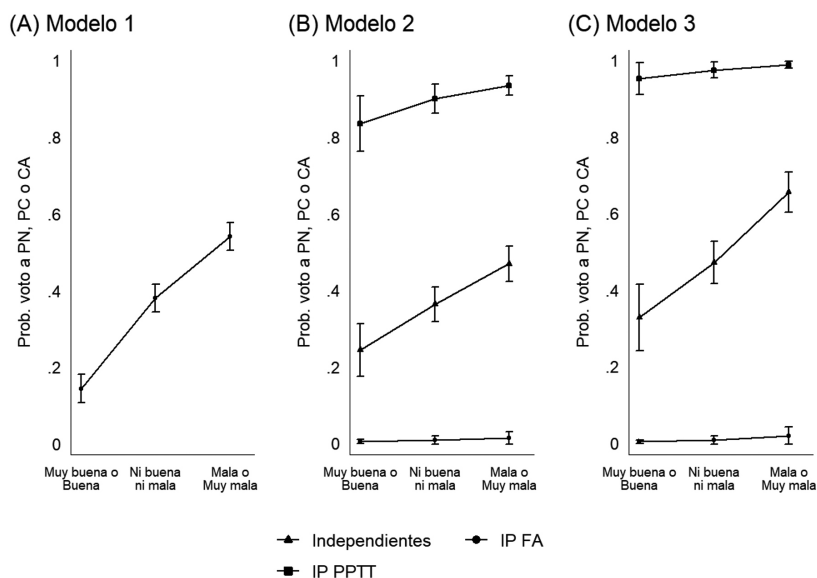
va. Los resultados evidencian que en las tres especificaciones existe una relación positiva entre las percepciones económicas y la intención de voto a la oposición. También, en línea con lo esperado, la inclusión del control de identificación partidaria reduce significativamente esta relación. Estos resultados también sugieren que el impacto de variables sociodemográficas como educación y desempleo no muestra una relación significativa con el voto por bloque.

Para facilitar la interpretación de estos resultados presentamos probabilidades estimadas promedio (*average predicted probabilities*) de votar a partidos de la CM según la evaluación económica. Para lograr estas estimaciones dejamos constantes todas las variables en sus valores observados para cada caso para luego calcular la probabilidad estimada y promediar todos los casos.¹¹ Este enfoque evita generar predicciones para valores no existentes (como mantener variables discretas en sus medias) y permite una mejor interpretación sustantiva de ellas (Hanmer y Ozan, 2013). El gráfico 10 presenta las probabilidades estimadas de voto a PN, PC o CA y sus intervalos de confianza según distintos valores de nuestros predictores. El panel (A) muestra la probabilidad de voto al PN, PC o CA según las evaluaciones económicas. Estos resultados fueron derivados de la primera especificación del modelo, que no incluye el control por identificación partidaria. En esa especificación, el efecto marginal promedio de las percepciones económicas en el voto a los partidos de la CM no solamente es estadísticamente significativo, sino que es grande: aun controlando por variables sociodemográficas y actitudinales, la probabilidad de que un votante se incline por algún partido de la CM es aproximadamente tres veces mayor si tiene una percepción negativa de la situación económica actual del país (0,54 [0,50 0,58]) que si tiene una percepción positiva (0,15 [0,11 0,18]).

11 Las estimaciones se realizaron mediante la función *margins (asobserved)* del software Stata.



Gráfico 10: Probabilidades estimadas promedio según percepciones económicas e identificación partidaria



Nota: La variable dependiente es intención de voto a los principales partidos de la Coalición Multicolor, codificada como 1 si el respondiente dice votar por el PN, PC o CA. El resto de las variables se dejaron como observadas.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Equipos Consultores.

Sin embargo, utilizando este enfoque corremos el riesgo de sobreestimar el impacto del voto económico, dado que muchos votantes pueden haber ajustado sus evaluaciones económicas a su identificación partidaria previa. Para evitar esta sobreestimación, el panel (B) presenta las probabilidades estimadas promedio para individuos sin IP, con IP con el FA y con IP con los PPTT, derivadas del modelo (2). Allí podemos observar que las percepciones económicas poco importan en el voto para los uruguayos que se identifican con un partido, fenómeno que es esperable debido a la importante correlación entre identificación partidaria y voto. No obstante, no todo el electorado tiene una identificación partidaria; de hecho, las últimas estimaciones —incluyendo la encuesta utilizada para la construcción de estos modelos— sugieren que poco menos de la mitad de los uruguayos tienen identificaciones partidarias¹²

¹² En 2019 la encuesta de LAPOP en Uruguay arrojó que el 48% de los uruguayos se sienten identificados con un partido político.

Si nos concentramos en el efecto de las percepciones económicas sobre el voto a partidos de la CM para los independientes, vemos que hay una relación directa: a peor evaluación de la situación económica del país, mayor probabilidad de voto dentro de la CM, aun controlando por variables sociodemográficas y actitudinales. Tanto el efecto marginal promedio de pasar de la categoría «buena o muy buena» a «ni buena ni mala» como el de pasar de «ni buena ni mala» a «mala o muy mala» son estadísticamente significativos en la intención de voto a partidos de la CM. En esta estimación, nuevamente, no solo se trata de efectos significativos, sino que también el tamaño del efecto es considerable. Por ejemplo, un votante sin identificación partidaria con una evaluación económica positiva tiene una probabilidad de votar a un partido de la CM de 0,24 [0,18 0,31] mientras que si tiene evaluación económica negativa esa probabilidad se duplica 0,47 [0,42 0,52].

El panel (C) muestra las probabilidades esperadas promedio derivadas del modelo (3), es decir, solo para aquellos votantes que hayan decidido su voto (sea por un partido, en blanco o anulado). Las probabilidades estimadas promedio para esta especificación sugieren que las percepciones económicas —entre votantes independientes— tienen un efecto aún más pronunciado cuando excluimos los indecisos. Por supuesto, las probabilidades estimadas en el panel (C) son en general mayores debido a que la probabilidad de base de votar a los partidos de la CM aumenta al excluir a los votantes indecisos. La probabilidad de votar a algún partido de la CM de un votante sin identificación partidaria que evalúa de forma positiva la economía es de 0,33 [0,24 0,42], mientras que si sus percepciones económicas son negativas es de 0,66 [0,6 0,71]. Al igual que en la especificación anterior, controlando por variables sociodemográficas y actitudinales, la probabilidad de que un individuo vote a algún partido de la CM se duplica si pasa de evaluar la economía de país como «muy mala» o «mala» a «buena» o «muy buena».

En definitiva, incluso si consideramos que con los datos disponibles no podemos obviar la endogeneidad entre identificación partidaria y percepciones económicas y tomamos el supuesto conservador de que todos los individuos con identificación partidaria determinaron su voto de forma independiente de las evaluaciones económicas, encontramos que las percepciones económicas jugaron un rol importante en el voto a los partidos de la CM. A grandes rasgos, nuestras estimaciones sugieren que, para un votante independiente, pasar de evaluar la situación económica del país como «mala» o «muy mala» a «buena» o «muy buena» duplica la probabilidad de votar al PN, PC o CA.



4. Conclusiones

El comportamiento político de los uruguayos desde 1999 está dividido en dos bloques estables. En este marco, la alternancia en el gobierno se produce cuando uno de esos bloques logra captar algunos votos más que el otro. Eso fue lo que sucedió en 2004 y volvió a suceder en 2019. Este artículo mostró que los perfiles sociodemográficos de los votantes del bloque de centroizquierda y del bloque de centroderecha no han cambiado de forma sustantiva. Tampoco encontramos cambios importantes en los electorados de los partidos políticos mayores: FA, PC y PN, con la excepción de la pérdida de votantes con nivel educativo bajo que captaba el PC y el movimiento de su electorado hacia el centro. La aparición de CA como un actor relevante en el sistema de partidos trajo la pregunta de quiénes son y de dónde vienen sus votantes. Los cabildantes comparten algunas características de los electorados que apoyan a partidos de derecha radical en otras partes del mundo, aunque su autoidentificación ideológica no se ubica en un extremo.

En conclusión, las adhesiones a los bloques ideológicos y a los partidos políticos uruguayos son muy estables. Por lo tanto, los cambios se dan en los márgenes. Esto no es una novedad, el resultado de las elecciones en Uruguay está definido bastante antes de la fecha en que se realizan, y es un pequeño grupo de votantes el que termina definiendo la elección, sea por «activación» o «conversión» (De Armas y Cardarello, 2015). La elección de 2019 no fue la excepción.

Tampoco fue la excepción el peso que tuvieron las evaluaciones de la economía en las decisiones de voto de los uruguayos en 2019. Después de unos años de optimismo con la situación económica del país, poco común en la historia uruguaya desde que existen estudios de opinión pública que nos permitan medir las evaluaciones económicas, volvió el pesimismo a instalarse a mediados de 2015. Este cambio de humor en el clima de opinión no es coincidente con la evolución de indicadores económicos como el crecimiento económico, el salario real o el desempleo. No en sus valores absolutos, aunque sí puede estar relacionado con los cambios relativos. Las causas de este cambio de humor y la vuelta al pesimismo económico es un tema para futuras investigaciones.

Este capítulo presenta evidencia de que estas evaluaciones negativas pueden haber tenido un efecto en el voto de los uruguayos hacia los partidos que actualmente integran la CM, es decir, en el voto a favor de la oposición y en contra del gobierno. El efecto de la disconformidad económica fue muy importante, principalmente entre quienes son independientes, los mismos que, en un país dividido en mitades, suelen definir una elección.



Bibliografía

- Armellini, M. (2005). Algunas notas sobre la evolución de las decisiones electorales en Uruguay. En D. Buquet (Coord.), *Las claves del cambio: Ciclo electoral y nuevo gobierno 2004/2005*. Montevideo: Banda Oriental, ICP, FCS, Udelar.
- Bogliaccini, J. A. y Queirolo, R. (2017). Uruguay 2016: Mayorías parlamentarias en jaque y desafíos de revisión para sostener el modelo. *Revista de Ciencia Política*, 37(2): 589-612.
- Buquet, D., y De Armas, G. (2004). La evolución electoral de la izquierda: Crecimiento demográfico y moderación ideológica. En J. Lanzaro (Coord.), *La izquierda uruguaya entre la oposición y el gobierno*. Montevideo: Fin de Siglo.
- Buquet, D., y Piñeiro, R. (2014). La consolidación de un nuevo sistema de partidos en Uruguay. *Revista Debates*, 8(1).
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., y Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. University of Chicago Press.
- Chasquetti, D., y Garcé, A. (2005). Unidos por la historia: Desempeño electoral y perspectivas de colorados y blancos como bloque político. En D. Buquet (Coord.), *Las claves del cambio: Ciclo electoral y nuevo gobierno 2004/2005*. Montevideo: Banda Oriental, ICP, FCS, Udelar.
- De Armas, G., y Cardarello, A. (2015). El comportamiento electoral de los uruguayos en octubre de 2010: Haciendo la autopsia a votantes «fieles», «conversos» e «indecisos». En D. Buquet y N. Johnson (Eds.), *Del cambio a la continuidad: Ciclo electoral 2009-2010 en Uruguay*. Montevideo: Fin de Siglo, ICP, FCS, Udelar.
- Duch, R. M., Palmer, H. D., y Anderson, C. J. (2000). Heterogeneity in perceptions of national economic conditions. *American Journal of Political Science*: 635-652.
- Evans, G., y Andersen, R. (2006). The political conditioning of economic perceptions. *The Journal of Politics*, 68(1): 194-207.
- Gélineau, F., y Singer, M. M. (2015). The economy and incumbent support in Latin America. En R. Carlin et al. (Eds.), *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts*. Ann Arbor: University of Michigan Press.



- Gillespie, C. (1986). Activists and the Floating Voter: The Unheeled Lessons of Uruguay's 1982 Primaries. En D. A. Silva (Ed.), *Elections and Democratization*. San Diego: Center for Iberian and Latin America Studies, University of California.
- Golder, M. (2016). Far right parties in Europe. *Annual Review of Political Science*, 19.
- González, L. E. (1991). *Political Structures and Democracy in Uruguay*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- González, L. E. (1999). Los partidos establecidos y sus desafiantes. En L. E. González, *Los partidos políticos uruguayos en tiempos de cambio*. Montevideo: Fundación BankBoston y Universidad Católica del Uruguay.
- González, L. E. (2009). La estabilización del sistema de partidos uruguayo, 1999-2009. En L. E. González (Ed.), *El voto en Uruguay, 2009-2010*. Montevideo: Fundación Konrad Adenauer y Universidad Católica del Uruguay.
- González, L. E. (2014). Uruguay en las dos primeras décadas del siglo XXI: Partidos cambiantes, sistema estable. En P. Mieres (Ed.), *La campaña electoral 2014 en Uruguay*. Montevideo: Fundación Konrad Adenauer y Universidad Católica del Uruguay.
- González, L. E., y Queirolo, R. (2005). Las elecciones nacionales del 2004: Posibles escenarios. En autores varios, *Elecciones 1999/2000*. Montevideo: Banda Oriental, ICP, FCS, Udelar.
- Hanmer, M. J., y Ozan Kalkan, K. (2013). Behind the curve: Clarifying the best approach to calculating predicted probabilities and marginal effects from limited dependent variable models. *American Journal of Political Science*, 57(1): 263-277.
- Hellwig, T., y McAllister, I. (2016). Does the economy matter? Economic perceptions and the vote in Australia. *Australian Journal of Political Science*, 51(2): 236-254.
- Kinder, D. R., y Kiewiet, D. R. (1981). Sociotropic politics: The American case. *British Journal of Political Science*, 11(2): 129-161.
- Kirchheimer, O. (1966). The transformation of the Western European party systems. *Political parties and political development*, 177-200.

- Lanzaro, J. (1999). A las coaliciones hay que verlas como sociedades en las que los socios se juntan y también compiten entre sí. En autores varios, *Uruguay después del balotaje: El impacto de la reforma y el nuevo escenario político*. Montevideo: Cauce.
- Lanzaro, J. (2000). *La «segunda» transición en el Uruguay: Gobierno y partidos en un tiempo de reformas*. Montevideo: CSIC, ICP, FCS, Udelar – Fondo de Cultura Universitaria.
- Lewis-Beck, M. S. (1986). Comparative Economic Voting: Britain, France, Germany, Italy. *American Journal of Political Science*, 315-346.
- Lewis-Beck, M. S., Nadeau, R., y Elias, A. (2008). Economics, party, and the vote: Causality issues and panel data. *American Journal of Political Science*, 52(1): 84-95.
- Lewis-Beck, M. S., y Ratto, M. C. (2013). Economic voting in Latin America: A general model. *Electoral Studies*, 32(3): 489-493.
- Lewis-Beck, M. S., y Stegmaier, M. (2000). Economic determinants of electoral outcomes. *Annual Review of Political Science*, 3(1): 183-219.
- Lewis-Beck, M. S., y Stegmaier, M. (2007). Economic models of voting. En *The Oxford handbook of political behavior*.
- Luna, J. P. (2002). ¿Pesimismo estructural o voto económico? *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 13: 123-151.
- Michelitch, K., Morales, M., Owen, A., y Tucker, J. A. (2012). Looking to the future: Prospective economic voting in 2008 Presidential Elections. *Electoral Studies*, 31(4): 838-851.
- Mieres, P. (1994). *El voto: Desobediencia y lealtad ciudadana*. Montevideo: Fin de Siglo.
- Mieres, P. (2015). *Eppur si muove*: La evolución electoral de las opciones políticas alternativas a las dos mitades. En A. Garcé y N. Johnson (Eds.), *Permanencias, transiciones y rupturas: Elecciones en Uruguay 2014/2015*. Montevideo: Fin de Siglo, ICP, FCS, Udelar.
- Moreira, C. (1999). Coalición y política de bloques. En autores varios, *Uruguay después del balotaje: El impacto de la reforma y el nuevo escenario político*. Montevideo: Cauce.
- Moreira, C. (2004). *Final de juego: Del bipartidismo tradicional al triunfo de la izquierda en Uruguay*. Montevideo: Trilce.



- Moreira, C., y Delbono, A. (2015). Diferenciación social, generacional y geográfica del voto del FA en las elecciones nacionales de 2014: Revisando la hipótesis del policlasismo de los partidos políticos uruguayos. En *Permanencias, transiciones y rupturas: Elecciones en Uruguay 2014/2015*. En A. Garcé y N. Johnson (Eds.). Montevideo: Fin de Siglo, ICP, FCS, Udelar.
- Nadeau, R., Lewis-Beck, M. S., y Bélanger, É. (2012). Economics and elections revisited. *Comparative Political Studies*, 46(5): 551-573.
- Niemi, R. G., Bremer, J., y Heel, M. (1999). Determinants of state economic perceptions. *Political Behavior*, 21(2): 175-193.
- Niemi, R. G., Weisberg, H. F., y Kimball, D. C. (2011). Are economic factors weakening as vote determinants. *Controversies in Voting Behavior*, 5.
- Opertti, M. (2020). Stoic partisans: The political conditioning of economic perceptions in Uruguay. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 9(1): 67-88.
- Piñeiro Rodríguez, R., y Rosenblatt, F. (2020). Stability and incorporation: Toward a new concept of party system institutionalization. *Party Politics*, 26(2): 249-260.
- Queirolo, R. (2013). *The Success of the Left in Latin America: Untainted Parties, Market Reforms, and Voting Behavior*. University of Notre Dame Press.
- Selios, L., y Vairo, D. (2012). Elecciones 2009 en Uruguay: Permanencia de lealtades políticas y accountability electoral. *Opinião Pública*, 18(1): 198-215.
- Stevenson, R. T. (1997). *How Parties Compete: Electoral Performance and Government Participation in Parliamentary Democracies*. Ph. D. dissertation, University of Rochester.
- Stevenson, R. T., y Duch, R. (2013). The meaning and use of subjective perceptions in studies of economic voting. *Electoral Studies*, 32(2): 305-320.
- Tilley, J., y Hobolt, S. B. (2011). Is the government to blame? An experimental test of how partisanship shapes perceptions of performance and responsibility. *The Journal of Politics*, 73(2): 316-330.



Zuasnábar, I. (2015). Identificação partidária no Uruguai: Os impactos da reforma eleitoral de 1996. En H. De Souza y A. Lavareda (Coords.), *Voto e estratégias de comunicação política na América Latina*. Curitiba: Appris.

Zuasnábar, I. (2018). *Treinta años de opinión pública en el Uruguay*. Montevideo: Konrad-Adenauer Stiftung e. V./Fundación Konrad Adenauer Oficina Uruguay.



