

Perspectivas #158

¿Quién cree que los ricos compran los resultados de las elecciones en las Américas?

Chase Mandell
Vanderbilt University

21 de febrero de 2023

Hallazgos principales:

- En 12 de 15 países, más del 75% de los adultos cree que los ricos compran los resultados de las elecciones algunas veces o siempre
- Aquellos que tienen una mayor riqueza y los que tienen mayores niveles de educación tienen una probabilidad menor de percibir que los ricos compran los resultados de las elecciones
- Mayores niveles de confianza política están correlacionados con menores percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones
- Mayores niveles de confianza social también están correlacionados con menores percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones
- La satisfacción de los ciudadanos con la democracia está estrechamente relacionada con las percepciones de corrupción electoral: un aumento máximo en la satisfacción con la democracia está asociado con una disminución de 19.22 unidades (en una escala de 0 a 100) en la percepción de que los ricos compran los resultados de las elecciones



Considerando los bajos niveles y, en algunos casos, en declive, de la confianza en las instituciones políticas en las Américas¹, es imperativo que los responsables políticos determinen los mecanismos del cinismo en la política. La creencia de que los ricos compran los resultados de las elecciones son un indicador útil a la hora de evaluar la confianza de los ciudadanos en el sistema político, en este caso, más específicamente, su confianza en las elecciones. Algunos investigadores han sugerido que la integridad electoral explica en gran medida la satisfacción con la democracia². En un sentido más amplio, las opiniones de que los ricos compran los resultados electorales pueden proporcionar información importante sobre dinámicas políticas más extendidas. Por lo tanto, merece la pena investigar las percepciones sobre si los ricos compran los resultados de las elecciones en la región de América Latina y el Caribe (ALyC).

Este informe de la serie *Perspectivas* analiza los determinantes de las evaluaciones de los individuos de que los ricos compran los resultados de las elecciones. La ronda de 2021 del Barómetro de las Américas de LAPOP mide las percepciones sobre si los ricos compran los resultados de las elecciones formulando la siguiente pregunta:

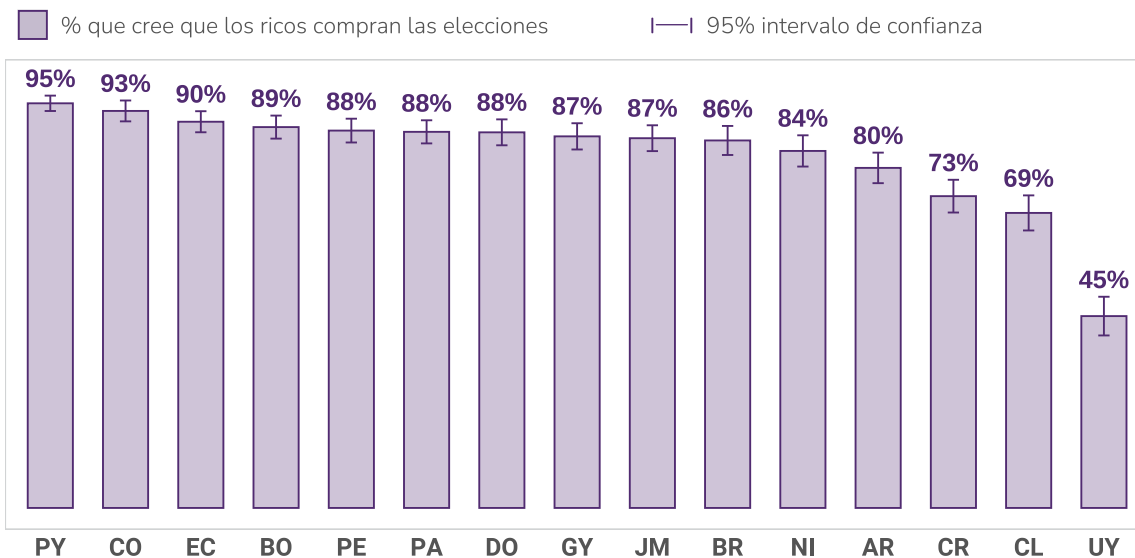
COUNTFAIR2: [Le mencionaré algunas cosas que pueden suceder durante las elecciones y le pediré que me indique si suceden en [país]...] Los ricos compran los resultados de las elecciones. ¿Diría usted que sucede siempre, algunas veces o nunca?

En la mayoría de los países, más de tres cuartas partes creen que los ricos compran los resultados de las elecciones

El Gráfico 1 muestra las percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones en 15 países entrevistados. El gráfico muestra el porcentaje de personas que dicen que los ricos compran las elecciones algunas veces o siempre (versus nunca).

Las barras representan el intervalo de confianza del 95% para cada país. Todos los datos provienen del Barómetro de las Américas de 2021. Esta pregunta solo se realizó en los países que aparecen en el gráfico. En total, se realizó esta pregunta a 11,264 personas en la región de ALyC³.

Hay una diferencia de 50 puntos porcentuales entre el país con el porcentaje más alto de personas que creen que los ricos a veces o siempre compran los resultados de las elecciones (Paraguay con un 95%) y el país con el porcentaje más bajo (Uruguay con un 45%). En 12 de los 15 países, más del 75% de los adultos creen que los ricos a veces o siempre compran los resultados de las elecciones.

Gráfico 1.**Creencia que los ricos compran las elecciones**

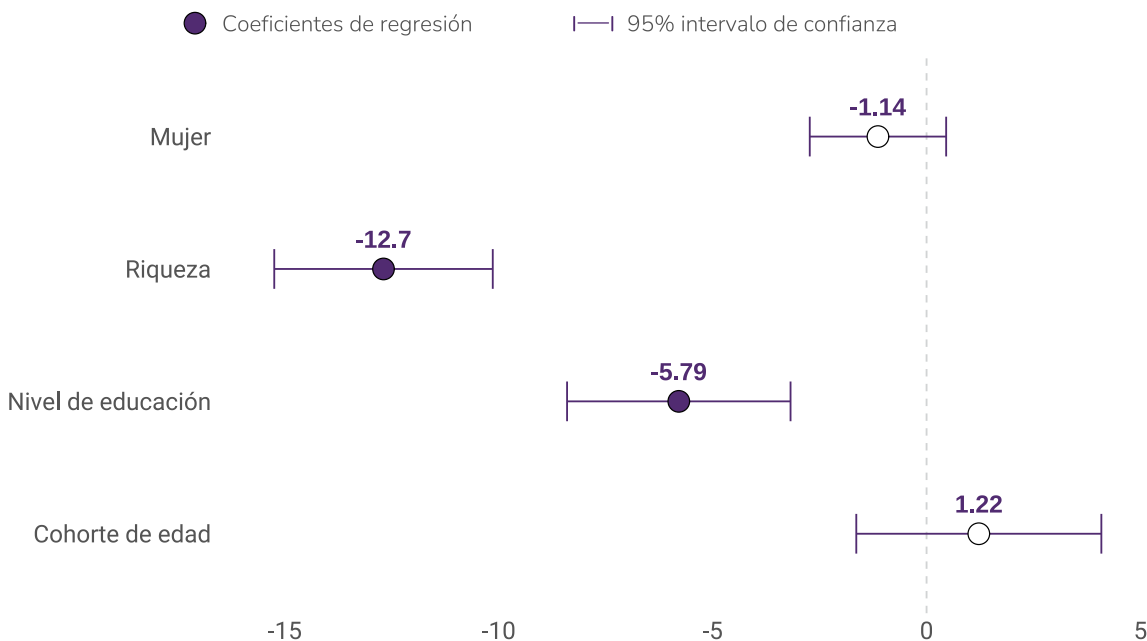
Fuente: Barómetro de las Américas, 2021

LAPOP

La riqueza y la educación predicen las percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones

Para evaluar quién cree que los ricos compran los resultados de las elecciones en la región ALyC, se usa un análisis de regresión de línea que explora la relación de dicha variable con las variables de edad, educación, riqueza y género⁴. Se incluyen efectos fijos por país, aunque se excluyen del gráfico. Se transforma la variable dependiente de tres categorías en una escala de 0 a 100, donde los valores más altos indican una mayor creencia de que los ricos compran frecuentemente los resultados de las elecciones⁵. Todas las variables independientes se codifican de 0 a 1, de modo que cada coeficiente puede leerse como el máximo efecto predicho sobre la variable dependiente.

El Gráfico 2 ilustra que, en promedio en la región de ALyC, a medida que los individuos acumulan riqueza, moviéndose del grupo con menor riqueza al de mayor riqueza, tienen una probabilidad de 12.7 puntos menos de percibir que los ricos compran los resultados de las elecciones. Esto está en línea con investigaciones que muestran que los individuos con bajos niveles de riqueza tienen menor confianza en los procesos electorales⁶.

Gráfico 2.**Predictores socioeconómicos y demográficos de las percepciones de que los ricos compran elecciones**

Fuente: Barómetro de las Américas, 2021

LAPOP

También existe una correlación negativa con la educación. En general, cuanto más nivel educativo tiene una persona, menos percibe que los ricos compran los resultados de las elecciones en su país. Esto es consistente con los trabajos que sugieren que los ciudadanos con más educación tienen más confianza en las elecciones en la región⁷.

Debería señalarse que otros académicos encuentran que mayores niveles de educación y riqueza están relacionados con una mayor probabilidad de mencionar la corrupción el problema más grave⁸. En resumen, parece haber dos tipos diferentes de cinismo en la región de ALyC: aquellos con menor nivel de educación y menos ricos tienen más probabilidades de creer que los ricos corrompen los procesos electorales, mientras que aquellos con mayor educación y ricos tienen más probabilidades de pensar que la política en sí misma es corrupta.

Finalmente, la edad y la identidad de género no son predictores estadísticamente significativos de las percepciones de que los ricos compran los resultados electorales de las personas en las Américas. Algunos estudios anteriores sugieren que los hombres y las personas de mayor edad tienen menos confianza en las elecciones de la región. Los resultados de este estudio, que se centran en una variable dependiente similar pero distinta, no son estadísticamente significativos⁹.

Otras explicaciones adicionales de las percepciones sobre la compra de los resultados electorales por parte de los ricos

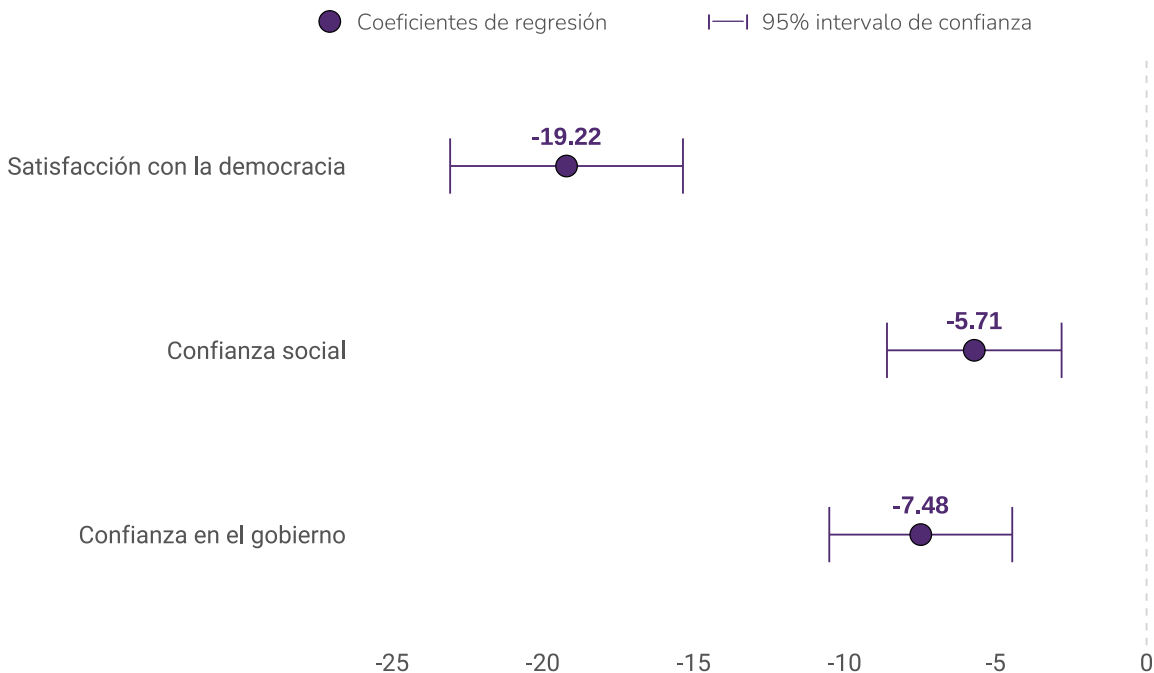
En esta sección, se consideran varios factores adicionales que podrían estar relacionados con las percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones: confianza política, confianza social y satisfacción con la democracia. El objetivo es medir la correlación entre las evaluaciones de confianza y la democracia, por un lado, y las percepciones de que los ricos compran los resultados electorales, por otro.

La primera expectativa es que bajos niveles de confianza política y baja confianza social predicen de manera positiva las percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones. Estudios previos indican que la desconfianza política, definida como desconfianza en las instituciones políticas, pone en duda los resultados electorales¹⁰. De manera similar, la confianza social, definida como confianza en círculos sociales, también se ha asociado con percepciones de los resultados electorales. Aunque un estudio previo sugiere que solo la confianza política tiene un efecto estadísticamente significativo sobre las percepciones de los resultados electorales (ver Norris 2013), la mayor parte de la literatura indica que la confianza social todavía juega un papel importante (ver Levi y Stoker 2000).

El Gráfico 3 presenta los resultados de una regresión lineal que incluye estas variables adicionales. El análisis también incluye como controles las variables sociodemográficas incluidas en el análisis del Gráfico 2¹¹.

Para medir la confianza política, se operacionaliza una pregunta que pide a los encuestados que evalúen cuánta confianza tienen en que el gobierno nacional haga lo correcto. En línea con las expectativas, un aumento máximo en la confianza en el gobierno predice una disminución de 7.48 unidades en la percepción de un individuo de que los ricos compran los resultados de las elecciones.

La confianza social se operacionaliza a través de una pregunta que pide a los encuestados que identifiquen si los miembros de su vecindario, área o comunidad son confiables. Afirmando lo señalado por otros académicos, un aumento máximo en la confianza social predice una disminución de 5.71 unidades en la percepción de un individuo de que los ricos compran los resultados electorales.

Gráfico 3.**Predictores de las percepciones de que los ricos compran elecciones**

Fuente: Barómetro de las Américas, 2021

LAPOP

La siguiente expectativa es que una mayor satisfacción con la democracia predice negativamente las percepciones de que los ricos compran los resultados de las elecciones. Algunos académicos han demostrado que cuando las personas creen que existe un fraude electoral generalizado o tienen dudas sobre los resultados de las elecciones, también tienden a sentirse menos satisfechos con la democracia¹². Estos postulados se evalúan con una pregunta que indaga sobre el nivel de satisfacción con la democracia. Como era de esperar, aumentos en la satisfacción con la democracia están asociados con una menor percepción de que los ricos compran los resultados de las elecciones. Pasar del nivel mínimo al máximo de satisfacción con la democracia predice una disminución en esta actitud de 19.22 unidades.

Esta fuerte conexión entre la satisfacción con la democracia y las opiniones sobre las elecciones merece ser destacada. En los datos brutos, entre aquellos que creen que los ricos compran las elecciones siempre, el 29.8% está satisfecho con el funcionamiento de la democracia, entre aquellos que creen que los ricos a veces compran los resultados de las elecciones, el 44.8% está satisfecho. En contraste, entre aquellos que creen que los ricos nunca compran los resultados electorales, el porcentaje de los que están satisfechos con la democracia es significativamente mayor: 61.9%.

Conclusión

Este informe de *Perspectivas* muestra que la satisfacción con la democracia es el predictor más fuerte de la probabilidad de que una persona perciba que los ricos compran los resultados de las elecciones. Además, se encuentra que aquellos con menos confianza en el gobierno y menos confianza en su círculo social, son más propensos a percibir que los ricos compran los resultados de las elecciones. Además, es más probable que las personas menos ricas y con menor nivel de educación perciban que los ricos compran los resultados de las elecciones.

Una de las relaciones más destacadas reveladas en este informe es que la percepción de que los ricos compran los resultados de las elecciones está altamente correlacionada con la satisfacción con la democracia. El análisis de regresión no confirma la dirección de esta relación: puede ser que la baja confianza en las elecciones disminuya la satisfacción con la democracia, y también puede ser el caso que aquellos que están descontentos con el funcionamiento de la democracia sean más propensos a creer que los resultados de las elecciones se pueden corromper. Es necesario que los responsables de las políticas públicas reconozcan que la satisfacción de los ciudadanos con la democracia está estrechamente relacionada con las percepciones de corrupción electoral. Esto tiene implicaciones en los métodos para mejorar la satisfacción de los ciudadanos con la democracia. Por ejemplo, sería bueno investigar e implementar políticas efectivas que mitiguen la influencia de los intereses de las élites en los resultados electorales, lo que a su vez puede mejorar la confianza en los procesos políticos y, en última instancia, fortalecer la democracia.

Notas

1. Saiani et. al (2021).
2. Norris (2019). (2022).
3. De aquellos a los que se le hizo la pregunta, 687 respondieron "no sé" y otros 347 no dieron una respuesta. La tasa de no respuesta para esta pregunta es por tanto del 9.2%. Todas las cifras de este informe provienen de la siguiente versión de la base de datos del Barómetro de las Américas: 2021 v.1.2_w. Estados Unidos y Canadá no se incluyen en el análisis.
4. Todas las variables independientes fueron recodificadas a una escala de 0 a 1. Edad (**EDAD**) es una medida de la edad del encuestado en cohortes (cohorte más joven = 25 o menos; cohorte de más edad=66+). El movimiento de 0 a 1 en edad refleja un cambio de la categoría de menor edad a la de mayor edad. La riqueza (**WEALTH**) se mide a partir de un análisis factorial de los bienes del hogar, tales como televisión, refrigerador, etc. Se creó una serie de variables nuevas de riqueza para representar cada cuartil, siendo la categoría que representa la mayor riqueza la base de comparación. Educación (**EDR**) es una variable categórica según el nivel más alto de educación obtenido por el individuo. En este informe, la categoría más baja es sin educación o educación primaria, mientras que la educación postsecundaria es la más alta. Los datos de sin educación y educación primaria se codificaron bajo la misma categoría ya que el porcentaje de gente sin educación formal es muy pequeño. Por tanto, un movimiento de 0 a 1 en educación es un cambio de educación primaria o sin educación a educación postsecundaria. Para la variable género (**GENDER**), las mujeres y las personas que se identifican como no binarias se representan como 1, y los hombres se representan como 0.
5. Las tres categorías de la variable se recodifican de manera que 0="nunca", 50="a veces", and 100="siempre".
6. Mochtak, Lesschaeve, y Glaurdić (2021).
7. Rosas (2010).
8. Inglehart (1981); Franzen y Meyer (2010).
9. Rosas (2010).
10. Citrin y Stoker (2018).
11. Se recodificaron las siguientes variables: **ANESTG**. ¿Qué tanto confía en que el gobierno nacional hace lo correcto? Esta variable (**ANESTG**) está conformada por una escala de 4 puntos que se codifica en términos de un mínimo (nada, que tiene un puntaje de 0) a un máximo (mucho, con un puntaje de 1). **IT1**. Y hablando de la gente de su barrio/área/vecindad, ¿diría usted que la gente de su barrio/área/vecindad es muy confiable, algo confiable, poco confiable o nada confiable? Esta variable (**IT1**) está en una escala de 4 puntos que se codifica en términos de un mínimo (nada confiable, con un puntaje de 0) a un máximo (muy confiable, con un puntaje de 1). **PN4**. En general, ¿usted diría que está muy satisfecho, satisfecho, insatisfecho, o muy insatisfecho con la forma en que la democracia funciona en (país)? Esta variable (**PN4**) está en una escala de 4 puntos que se codifica en términos de un mínimo (muy insatisfecho, con un puntaje de 0) a un máximo (muy satisfecho), con un puntaje de 1.
12. Norris (2019); Fortin-Rittberger, Harfst, y Dinglera (2017).

Referencias

Citrin, Jack y Laura Stoker. 2018. "Political Trust in a Cynical Age." *Annual Review of Political Science* 21: 49-70. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-050316-092550>

Fortin-Rittberger, Jessica, Philipp Harfst y Sarah C. Dinglera. 2017. "The Costs of Electoral Fraud: Establishing the Link Between Electoral Integrity, Winning an Election, and Satisfaction with Democracy." *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 27 (3): 350-368. doi:10.1080/17457289.2017.1310111

Franzen, Axel y Reto Meyer. 2010. "Environmental Attitudes in Cross-National Perspective: A Multilevel Analysis of the ISSP 1993 and 2000." *European Sociological Review* 26 (2): 219-234.

Inglehart, Ronald. 1981. "Post-Materialism in an Environment of Insecurity." *American Political Science Review* 75 (4): 880-900.

Levi, Margaret, y Laura Stoker. 2000. "Political Trust and Trustworthiness." *Annual Review of Political Science* 3 (1): 475-507. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.3.1.475>

Mochtak, Michal, Christophe Lesschaeve y Josip Glaurdić. 2021. "Voting and Winning: Perceptions of Electoral Integrity in Consolidating Democracies." *Democratization* 28 (8): 1423-1441. doi: 10.1080/13510347.2021.1918111

Norris, Pippa. 2013. "The New Research Agenda Studying Electoral Integrity." *Electoral Studies* 32 (4): 563-575. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2013.07.015>

Norris, Pippa. 2019. "Do Perceptions of Electoral Malpractice Undermine Democratic Satisfaction? The US in Comparative Perspective." *International Political Science Review* 40 (1): 5-22. <https://doi.org/10.1177/0192512118806783>

Rosas, Guillermo. 2010. "Trust in Elections and the Institutional Design of Electoral Authorities: Evidence from Latin America." *Electoral Studies* 29 (1): 74-90. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2009.09.006>

Saiani, Paolo Parra, Enrico Ivaldi, Andrea Ciacci y Lucia Di Stefano. 2021. "Broken Trust. Confidence Gaps and Distrust in Latin America." *Social Indicators Research*. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02796-3>

Chase Mandell (chase.b.mandell@vanderbilt.edu) es un estudiante de tercer año en Vanderbilt University. Se está especializando en Ciencias Políticas, Español y Economía, y espera trabajar en el ámbito de las políticas públicas sociales.

Este reporte fue editado por Elizabeth Zechmeister y Laura Sellers. Este reporte fue traducido por Margarita Corral y J. Daniel Montalvo. La auditoría de este reporte fue hecha por Eui Young Noh y Meg Frost. El formato, la producción, la revisión, los gráficos y la distribución del reporte fueron manejados por Valerie Schweizer-Robinson y Laura Sellers. Muestras datos e informes están disponibles para su descarga gratuita en el sitio web del proyecto. Síguenos en Twitter para mantenerse en contacto.

Como miembro fundador de la iniciativa de transparencia de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública (AAPOR), LAPOP se compromete a la divulgación rutinaria de nuestros procesos de recopilación de datos y presentación de informes. Se puede encontrar más información sobre los diseños de la muestra del Barómetro de las Américas en vanderbilt.edu/lapop/core-surveys.

Este reporte de *Perspectivas* ha sido posible gracias al apoyo del pueblo de Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y Vanderbilt University. Las opiniones expresadas en este reporte de *Perspectivas* corresponden al autor y LAPOP y no reflejan necesariamente el punto de vista de USAID, del Gobierno de los Estados Unidos o cualquiera de las otras instituciones financiadoras. Las encuestas del Barómetro de las Américas de LAPOP son financiadas principalmente por USAID y Vanderbilt.

vanderbilt.edu/lapop 

@LAPOP_Lab 

lapop@vanderbilt.edu 

+1-615-322-4033 

230 Appleton Place, PMB 505, Suite 304, Nashville, TN 37203, USA 