

## FACTORES Y CONSECUENCIAS DE LAS ASIMETRÍAS EN EL LIDERAZGO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

Julen Berasaluce Iza

### Resumen

El artículo se centra en el efecto del liderazgo de los partidos en la participación de los seguidores de un partido. Se analiza un modelo de competencia electoral entre dos partidos, se caracteriza el número óptimo de líderes en cada partido y se examina cómo éstos cambian con respecto al mecanismo de influencia, los costos de liderazgo, el tamaño de la población objetivo, la dispersión de las preferencias de los votantes en el espacio ideológico y su distribución. Los factores considerados pueden generar que los líderes de un partido sean menos productivos, conduciendo a dicho partido a contratar un inferior número de ellos y a obtener una menor proporción de votos de su población objetivo, conclusión que guía propuestas normativas.

*Palabras clave:* competencia electoral, competencia espacial, líderes, influencia, movilización.

### Abstract

We focus on the effect of party leadership on the total partisan turnout. We analyze a model of two party electoral competition, characterize the optimal number of leaders for each party and examine how may it change with respect to: influence mechanism, leadership costs, size of the objective population, dispersion of the voters' preferences over the ideological space and their distribution. The factors considered may become the leaders of a certain party less productives, pushing that party to hire a smaller number of them and obtaining a smaller proportion of the votes from its objective population, which may lead us to normative proposals.

*Keywords:* electoral competition, spatial competition, leaders, influence, mobilization.

### INTRODUCCIÓN

En cualquier competencia democrática competitiva entre partidos políticos, éstos tratan de capturar el apoyo del mayor número posible de ciudadanos mediante su voto. En la búsqueda de este objetivo, la definición de una plataforma política no es suficiente. Además, los partidos necesitan el trabajo activo de miembros, colaboradores y simpatizantes que se encuentren en un rango más cercano de influencia que la propia institución. Estos agentes o líderes tienen ideales políticos definidos que son esenciales para deter-

Fecha de recepción: 15 de abril de 2013

Fecha de aceptación: 1 de septiembre de 2013

minar su propio rango de influencia. En este artículo se discuten las repercusiones de la existencia de una competencia a través de la inversión en estos líderes.

En este artículo no se discuten las características particulares de los líderes. Volverse un líder puede implicar la obtención de beneficios pecuniarios o sociológicos deseables por los ciudadanos. La identidad de aquellos que acceden a esta posición puede, asimismo, estar influenciada por características tales como la habilidad política, el carisma o la inteligencia, entre otras. Si éstas son las características esenciales por las cuales un agente adquiere su capacidad de liderazgo y no están estrictamente relacionadas con la ideología de los líderes, el partido, como institución, no se encontrará en posición de controlar exactamente la ideología de sus líderes, más allá de que tengan una cercanía al partido.

Como, desde la perspectiva de los partidos políticos, los líderes son herramientas útiles para obtener votos, puede ser interesante especificar las razones, si existieran, por las cuales un partido puede tener más líderes que otro. En este artículo se analizan cómo las diferencias en la población objetivo de ciudadanos afines a cada uno de los partidos implican diferencias en la inversión en líderes que cada partido realiza. Entre los factores que analizaremos se encuentran el tamaño de la población de referencia, el tamaño del espectro ideológico objetivo, los costos de liderazgo y las asimetrías en la distribución ideológica.

Una vez que asumimos la posibilidad de que un líder pueda influenciar el voto, nos adentramos en una de las cuestiones que más discusión ha generado en la literatura de la economía política, a saber, si el acto de votar es racional. Para responder a esta pregunta debemos centrarnos en cómo el acto de votar y las consecuencias del mismo afectan a la utilidad de un agente que ejecuta dicha acción.

Debemos considerar el modelo de Riker y Ordeshook (1968) como una primera referencia para encarar el problema mencionado. Los autores plantean que un individuo sólo votará si los beneficios esperados resultantes de dicha acción, esto es, el beneficio neto de que el partido al que vota gane las elecciones ponderado por la probabilidad de que su voto genere dicho efecto, sea mayor que el costo de ir a votar.

Sin embargo, en muchas elecciones la probabilidad de que un solo voto afecte al resultado son insignificantes. Por ejemplo, la probabilidad de que un voto afecte al resultado de una elección presidencial en EEUU es cercana a 1 entre 10 millones. Incluso si consideramos los votos de los estados con las competencias históricamente más cerradas, como en Nevada (1960) y en Alaska (1972), esta probabilidad se situaría en torno a 1 contra 1.5 millones (Gelman, King y Boscardin, 2012).

Ello resultaría en lo que se conoce como la “paradoja de la no votación”, según la cual ningún ciudadano debiera ir a votar, dados los ínfimos beneficios esperados. Sin embargo, en caso de que todos los ciudadanos se comportaran de esa manera, un solo voto sería suficiente para decidir una elección.

La “paradoja de la no votación” se ha aproximado, fundamentalmente, desde dos planteamientos. El primero de ellos considera que la emisión del voto no genera utilidad como herramienta para decidir la identidad de los gobiernos (voto instrumental), sino

que es un fin en sí mismo, pues genera beneficios a los ciudadanos (voto expresivo). De esta manera, los ciudadanos emplean el acto de votar para expresarse y reciben a cambio una utilidad por el hecho de ejecutar la acción. Así, la paradoja desaparece automáticamente.

La segunda manera de acercarse al problema, desde la perspectiva del voto instrumental, es mediante la suposición de que sólo un subconjunto de la población racionaliza el problema. El voto de cada uno de esos ciudadanos sigue teniendo un efecto mínimo, pero si consideramos que éstos, a su vez, influyen al subconjunto restante de la población, su acción deja de ser insignificante. Ello implica que este segundo subconjunto de la población ha de ser parcial o totalmente influenciable y, por lo tanto, ha de mostrar un comportamiento de imitación. Estos modelos, que dividen a los ciudadanos entre líderes y seguidores, son comúnmente conocidos como modelos basados en grupos.

Empíricamente se ha analizado cómo la pertenencia a grupos sociales determinados afecta al comportamiento político. Brooks, Nieuwbeerta y Manza (2006) comprobaron cómo variables de género o de pertenencia a un grupo étnico específico han aumentado en su capacidad explicativa sobre el comportamiento de los votantes desde 1960, mientras que variables como la religión y la clase social han mantenido su capacidad explicativa absoluta. Sin embargo, las variables antes mencionadas podrían estar relacionadas con similares preferencias políticas y, por lo tanto, no implicarían necesariamente una causalidad. Para diferenciar estos dos efectos, nos podemos referir a un estudio de Nickerson (2008) en el que comprueba cómo un miembro familiar que recibe cierta publicidad política puede cambiar la tendencia de voto de aquellos familiares que no la han recibido.

La clasificación dicótoma entre líderes y seguidores, y similares clasificaciones discretas, si bien pueden resultar no realistas han sido ampliamente utilizadas en la sociología por su simplicidad. Un ejemplo de esta clasificación es el ofrecido por Roper (1955) que divide a la sociedad estadounidense en seis niveles distintos, de acuerdo a sus relaciones de influencia. La clasificación en dos categorías es similar a la desarrollada inicialmente por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944), conocida como hipótesis de flujo en dos pasos, que divide a los ciudadanos entre emisores y receptores de opinión, limitando el flujo de influencia a una única dirección, de los primeros a los segundos.

Entre las críticas más importantes que se le pueden hacer a este tipo de modelos se encuentra su simplicidad. Robinson (1976) argumenta que puede ser necesaria una clasificación más ajustada de los receptores de opinión, en función de su actitud, pasiva o activa, con respecto a la fuente de influencia, a fin de diferenciar aquellos que realizan una búsqueda activa de una fuente de opinión cercana a su juicio. Eulau (1962) calificó a este tipo de modelos como propios de una concepción ligada al determinismo social. Sin embargo, en este artículo veremos cómo este tipo de comportamientos puede no estar tan alejado de un comportamiento racional.

Los modelos basados en grupos no han de ser confundidos con los modelos de candidatos ciudadanos. En los modelos basados en grupos los líderes son agentes, creados por los partidos políticos, que obtienen un amplio beneficio por la victoria de su partido.

Por ello incurren en grandes costos con el objeto de convencer a otros ciudadanos a que, de igual manera, emitan su voto a ese partido político. En los modelos de candidatos ciudadanos (Besley y Coate, 1997), se supone, por el contrario, que son los propios líderes quienes tienen objetivos políticos. De acuerdo con ello, son los propios ciudadanos los que compiten, de tal manera que los votantes se preocupan por las características de los candidatos, en vez de los partidos. Éste no es el caso de los modelos basados en grupos donde los líderes no obtienen los votos para sí mismos, sino para el partido.

Al contrario que en otros artículos (Shachar y Nalebuff, 1999; Glaeser, Sacerdote y Scheinkman, 1996) el número de líderes de cada partido es endógeno en este modelo. Estos líderes pueden considerarse como directores de grupos formados endógenamente. Una condición que exigiremos para el establecimiento de un grupo es que sus miembros tengan visiones similares, en aplicación del concepto de homofilia. La homofilia es la tendencia natural por la cual los individuos se asocian con otros que piensan de manera similar a ellos, incluso antes de que se haya creado lazo alguno de amistad. Lazarsfeld y Merton (1944) han distinguido entre homofilia de estatus y homofilia de valor, donde la primera indica la tendencia que tienen de juntarse aquellos individuos que comparten estatus social, mientras que la segunda se refiere a una causa relacionada con una ideología común. En este artículo nos centraremos en la homofilia de valor.

El modelo que se considera en este artículo es similar al desarrollado por Herrera y Martinelli (2006) en el cual los partidos en competencia eligen de manera simultánea el número de líderes. Sin embargo, Herrera y Martinelli suponen el posicionamiento de los líderes en una circunferencia, mientras que en este artículo se trata la competencia en un espacio clásico unidimensional, fácilmente identificable con la izquierda-derecha. En este caso, los dos extremos están muy alejados políticamente entre sí; algo que no ocurre, por la ausencia de extremos, en el caso de competencia en circunferencia. Este cambio en el modelo exige asimismo algunos cambios de supuestos añadidos, además de permitir la inclusión de otras características representativas de la competencia política.

Con respecto al mecanismo de influencia utilizado, en este modelo se supone que la misma es un incremento de control del líder sobre la acción de los seguidores, como ya ha sido trabajado en otros artículos (Herrera y Martinelli, 2006; Glaeser, Sacerdote y Scheinkman, 1996). Sin embargo cabe destacar que también se puede considerar como influencia la comunicación estratégica de información (Galeotti y Matozzi, 2008).

Mediante el desarrollo de este modelo se encuentran diferentes argumentos que explican por qué un partido tendría un mayor número de líderes que su oponente. Factores como los costos de liderazgo, los diferentes grados de eficacia en la influencia, el tamaño de la población objetivo y el tamaño de la plataforma ideológica son factores que pueden afectar al número óptimo de líderes de un partido político.

## MODELO

Considérese una competencia política entre dos partidos  $j \in \{A, B\}$ . El único objetivo de cada uno de los partidos políticos es ganar las elecciones o, dado que *ex-ante* no existe

certidumbre sobre el resultado electoral, maximizar la probabilidad de ganar las elecciones. Para ello cada partido elige un número de líderes  $L_j$  entero no negativo. Los líderes del partido A se distribuyen aleatoriamente en el segmento ideológico  $[-1,0]$ , mientras que aquellos del partido B lo hacen en el segmento  $[0,1]$ . La distribución probabilística de la ubicación de los líderes sigue la misma distribución que la de los ideales de la población en el espacio  $[-1,1]$ , bajo la consideración estándar de que cada ciudadano tiene preferencias de un solo pico, misma que, en un principio, se considerará uniforme.

Los líderes son las principales herramientas de captación de votos con los que cuentan los partidos políticos, de tal manera que la única forma en la que los partidos políticos pueden obtener votos es mediante la inversión en líderes. Los líderes representan a aquellos activistas políticos quienes, mediante su trabajo y conexiones, logran votos en favor de su partido preferido. A pesar de que consideraremos una distribución continua de ciudadanos, el conjunto de líderes es contable, por lo que su peso en las elecciones es insignificante y, por ello, nos centraremos en el conjunto de ciudadanos convencidos.

Para explicar el mecanismo de influencia considérese que tenemos  $L_A$  líderes del partido A, y  $L_B$  del B. Cada uno de estos líderes tiene un ideal político, mismo que consideraremos como referencia para definir su espacio de influencia. Tómese todos los líderes de cada partido y ordénense con respecto a la distancia hasta o de sus respectivos ideales políticos. Así,  $x_{1,A}$  representa el ideal del líder del partido A más cercano a 0, el más centrista, mientras que  $x_{L_A,A}$  representa el ideal del partido A más cercano a  $-1$ , el más extremista.

Consideraremos dos tipos de influencia posible. En la primera, los líderes influenciarán hacia los extremos, de tal manera que si el ideal político de un líder  $i$  del partido A está dado por el punto  $x_{i,A}$ , entonces este líder obtendrá todos los votos de los ciudadanos cuyo ideal se encuentre en el segmento  $(x_{i+1,A}, x_{i,A}]$ . Nótese que para el líder más extremista el extremo izquierdo de su plataforma de influencia viene dado por el extremo izquierdo de la distribución ideológica de la población. En el segundo tipo de influencia los líderes influenciarán hacia las dos direcciones, de tal manera que la plataforma de influencia de un líder  $i$  de cualquier partido estará dada por el segmento del espacio ideológico que esté más cerca de este líder que de cualquier otro. Mientras que con la influencia hacia los extremos, la selección del número de líderes solo responde a tratar de reducir el número de votantes no influenciados dentro de la plataforma del partido, en el segundo caso, los partidos pueden arrebatar espacio ideológico. En el caso de los líderes más centristas de cada uno de los dos partidos, éstos se dividirán a partes iguales el espacio electoral del centro que figura entre los ideales de los susodichos líderes.

Supóngase que el objetivo de los partidos políticos es maximizar su probabilidad de victoria y que, para ello, el partido no puede elegir de manera precisa la ideología de cada uno de los líderes que van a convencer a los ciudadanos. En vez de ello, el partido solo ha de decidir cuántos líderes contratar. Cada uno de los líderes implica un costo para el partido C que por simplicidad se supone constante. Ganar las elecciones implica un beneficio que se supone igual para ambos partidos y que se normaliza a 1. Por otro lado, una pérdida electoral no rinde beneficio ninguno, por lo que la opción externa se supone igual a 0.

Cuando los partidos deciden cuántos líderes quiereren contratar, comparan el costo de contratar un líder,  $C$ , con el incremento en la probabilidad de ganar las elecciones que obtendrían con el último líder. Si la diferencia en la probabilidad de ganar las elecciones es mayor que el costo, los partidos querrían tener más líderes; de lo contrario, no.

Denotamos  $P_j(L_A, L_B)$  la probabilidad que el partido  $j$  tiene de ganar las elecciones. Dado que solo se consideran dos partidos es obvio que  $P_A(L_A, L_B) = 1 - P_B(L_A, L_B)$ , esto es, que la suma de ambas probabilidades ha de ser uno. Además, se suponen que en caso de que ningún partido tenga líderes, ambos tienen la misma probabilidad de victoria, esto es,  $P_j(0,0) = 1/2$ , para  $j = A, B$ .

Por lo tanto, el objetivo de cada partido  $j$  es el siguiente:

$$\max_{L_j} P_j(L_A, L_B) - CL_j$$

Por una cuestión de utilidad, definamos el beneficio marginal, esto es, el incremento en la probabilidad de victoria obtenida para el partido por el último líder contratado. Si denotamos el beneficio marginal como  $MB_j(L_A, L_B)$ , para  $j = A, B$  el mismo viene dado por

$$MB_A(L_A, L_B) = P_A(L_A, L_B) - P_A(L_A - 1, L_B)$$

$$MB_B(L_A, L_B) = P_B(L_A, L_B) - P_B(L_A, L_B - 1)$$

Consideraremos, por simetría, que los partidos seleccionan el número de líderes de manera simultánea, por lo que nos enfocaremos en un equilibrio *à la Cournot*. Por lo tanto, un equilibrio ha de ser un par  $(L_A, L_B)$  tal que el incremento de un nuevo líder no exceda  $C$ . Además, el beneficio total neto ha de ser mayor que la opción externa, esto es, ha de ser positiva. Si el número de líderes es estrictamente positivo, el beneficio marginal del último líder ha de ser igual o mayor a  $C$ .

Así, un par es un equilibrio si:

$$P_A(L_A, L_B) \geq CL_A, MB_A(L_A + 1, L_B) < C \text{ y si } L_A > 0, MB_A(L_A, L_B) \geq C$$

$$P_B(L_A, L_B) \geq CL_B, MB_B(L_A, L_B + 1) < C \text{ y si } L_B > 0, MB_B(L_A, L_B) \geq C$$

## INFLUENCIA HACIA LOS EXTREMOS

### *Modelo básico*

Considérese que la influencia de los partidos es hacia los extremos y que los partidos tienen  $L_A$  y  $L_B$  líderes respectivamente, que podemos ordenar según sus ideales de menor a mayor. Dada la influencia hacia el extremo la manera de aumentar la probabilidad de victoria de un partido es obtener un líder lo más al centro posible de su distribución.

Por ello, nos centraremos en la función de densidad del mayor orden estadístico, dada la distribución uniforme de los ciudadanos, misma que también indica la probabilidad de que un líder específico tenga un posicionamiento ideológico concreto. La función de densidad para el orden estadístico más centrado del partido  $j$ ,  $x_{1,j}$ , está dada por:

$$f_{x_{1,j}}(x_j) = L_j(1 - x_j)^{L_j - x_j}$$

donde  $x_j$  pertenece al espacio político del partido  $j$ . De hecho, podemos transformar la variable  $z_{1,A} = 1 + x_{1,A}$ , puesto que esta variable tiene la misma función de densidad pero está expresada en el mismo espacio que  $x_{1,B}$ , es decir  $[0,1]$ . Como las dos variables aleatorias son independientes, la función de densidad es, simplemente la multiplicación de las respectivas funciones de densidad en el definida en el espacio  $[0,1] \times [0,1]$ :

$$f_{z_{1,A}, x_{1,B}}(z_{1,A}, x_{1,B}) = L_A L_B (z_{1,A})^{L_A - 1} (1 - x_{1,B})^{L_B - 1}$$

Con esta función de densidad podemos calcular la probabilidad de que el partido A gane las elecciones, misma que resulta de que la longitud del segmento  $[-1, x_{1,A}]$  sea superior a la del segmento  $[x_{1,B}, 1]$  o, en otros términos la probabilidad de que  $z_{1,A} \geq 1 - x_{1,B}$ . Por lo tanto,

$$P_A(L_A, L_B) = \int_0^1 \int_{1-x_{1,B}}^1 L_A L_B z_{1,A}^{L_A - 1} (1 - x_{1,B})^{L_B - 1} dz_{1,A} dx_{1,B} = \frac{L_A}{L_A + L_B}$$

De lo que resulta obvio que:

$$P_B(L_A, L_B) = \frac{L_B}{L_A + L_B}$$

De los resultados anteriores podemos deducir que el beneficio marginal del partido  $j$ , viene dado por la función:

$$MB_j(L_A, L_B) = \frac{L_{-j}}{(L_A + L_B)(L_A + L_B - 1)}$$

donde  $-j$  se refiere al partido contrario a  $j$ .

Esta función de beneficio marginal tiene características importantes. La primera de ellas es que el beneficio marginal del partido político  $j$ , si bien es siempre positivo, decrece a medida que aumenta el número de líderes de ese partido. Por otro lado, si uno de los dos partidos tiene más líderes su beneficio marginal también aumenta al aumentar el número de líderes del partido contrario. La razón de este resultado, menos intuitivo que el primero, es que si uno de los dos partidos tiene muchos más líderes que su oposición, éstos no están siendo muy productivos de manera marginal; sin embargo, lo serían más si la situación fuera más pareja.

Para que sea un equilibrio el que ningún partido contrate líderes, las desviaciones no pueden ser óptimas. Nótese que la mejor desviación que tiene un partido ante esta si-

tuación es contratar un solo líder, lo que le otorga una ganancia segura de las elecciones a un costo mínimo, la contratación de un solo líder, mediante lo cual incrementaría su probabilidad de victoria en  $1/2$ . Por lo tanto,  $(0,0)$ , la ausencia de líderes, es un equilibrio si y solo si  $C > 1/2$ , es decir, si el costo de obtener líderes es suficientemente grande en comparación a ganar las elecciones.

Además, en este caso simétrico no puede ser equilibrio el que un partido tenga más líderes que otro. La razón de ello es que para que eso sea un equilibrio es que ha de suceder que el beneficio marginal del partido con más líderes sea superior a  $C$ , mientras que no debe ser óptimo para el partido con menos líderes incrementar su número de líderes. Si se comparan los niveles del beneficio marginal referidos, tal cosa no puede ocurrir, por lo que el equilibrio ha de implicar que los dos partidos tengan el mismo número de líderes, lo cual es lógico en el marco planteado en el que existe una simetría perfecta.

Por lo tanto, si el equilibrio existe para un número de líderes estrictamente positivo, ha de tener la forma de  $(L,L)$ . En ese caso el beneficio marginal de cada partido estaría dado por:

$$MB_j(L,L) = \frac{1}{2(2L-1)}$$

Nótese que  $MB_j(L,L)$  es estrictamente decreciente en  $L$ , tiende a 0 cuando  $L$  tiende a infinito y  $MB_j(1,1) = 1/2$ . Bajo el fundamento de estas características, nótese que siempre existe un equilibrio y éste es único. El mismo es  $(0,0)$  cuando  $C > 1/2$ , mientras que si  $C \leq 1/2$ , el equilibrio es  $(L^*,L^*)$ , donde es el mayor  $L$  para el cual se mantiene la

desigualdad  $\frac{1}{2(2L-1)} \geq C$ . Nótese que si  $C \leq 1/2$ , esto es cierto al menos para  $L = 1$ ,

y que como  $MB_j(L,L)$  es estrictamente decreciente,  $L$  es único, para el cual, además, se cumple que el beneficio neto es positivo.

Por lo tanto, en el equilibrio simétrico en el que los líderes influyen hacia los extremos, el equilibrio es único y simétrico. Los dos partidos son apoyados por el mismo número de líderes y este número es decreciente en el costo de contratación. En consecuencia ambos partidos obtienen la misma probabilidad de ganar las elecciones o, en una interpretación alternativa, la misma proporción de votos esperada. Por otro lado, los menores costos de liderazgo debido a, por ejemplo, menores costos de comunicación, incrementan la participación electoral.

### *Diferentes espacios ideológicos*

Consideremos por un momento que el espacio ideológico mantenido por cada partido es alterado, pero que se mantiene la igualdad en la proporción de ciudadanos en cada uno de ellos. Es decir, la mitad de la población se distribuye uniformemente en el segmento  $[-1,0]$ , mientras que la otra mitad se distribuye uniformemente en el segmento  $[0,\alpha]$ , donde  $\alpha > 0$ , sin pérdida de generalidad.

Si realizamos los cálculos sobre la probabilidad de ganar de cada partido en este nuevo marco, los mismos no varían en absoluto en comparación a los obtenidos anteriormente. De ello podemos concluir que, con respecto a las influencias ejercidas hacia los extremos, el incremento del espectro ideológico no afecta en absoluto, siempre que la influencia sea perfecta, esto es, siempre que no dependa de la longitud de la distancia ideológica.

### *Asimetrías en el costo*

Puede suceder que uno de los partidos soporte menores costos de liderazgo que otro. Por ejemplo, la participación en uno de los partidos puede generar mayor prestigio social a aquellos que participan activamente en el mismo; o puede estar relacionado con una pertenencia religiosa, por lo que los ciudadanos pueden estar dispuestos a realizar un esfuerzo mayor por una recompensa terrenal más reducida. Podemos expresar esta situación como  $C_j < C_k$ , donde  $j \neq k$ . En este caso, ha de ocurrir en equilibrio que  $L_j \geq L_k$ ; es decir, el partido con los costos de liderazgo más altos no puede tener más líderes. Si la diferencia en el costo es suficiente, puede ocurrir que el partido con menores costos de liderazgo tenga más líderes.

La diferencia en el número de líderes es importante. Consideremos, por ejemplo, el comportamiento electoral de la juventud en un contexto hipotético en el que, al igual que en el modelo, los jóvenes están perfectamente distribuidos en todo el espectro electoral, es decir, existe el mismo número de individuos de izquierda que de derecha. Si hacer proselitismo en favor de uno de los dos partidos fuera mejor visto socialmente, ese partido tendría un mayor número de líderes y obtendría una mayor probabilidad de victoria o, lo que es lo mismo, una mayor proporción esperada de votos en ese segmento de la población.

### *Poblaciones objetivo de diferente tamaño*

Consideremos ahora una situación asimétrica donde el partido B sufre de una desventaja. Debido a, por ejemplo, malos canales de comunicación, el partido B solo obtiene una fracción  $1/\beta$ , donde  $\beta > 1$ , de los ciudadanos a los que influye. Esta consideración es equivalente a suponer que la fracción de la población con un ideal uniformemente distribuido bajo cero es superior a los uniformemente distribuidos por encima de este nivel. En este caso, la función de densidad de  $(z_{1,A}, x_{1,B})$  no varía, mientras que la probabilidad

de que el partido A gane las elecciones es igual a la probabilidad de que  $z_{1,A} \geq \frac{1-x_{1,B}}{\beta}$ ,

esto es:

$$P_A(L_A, L_B, \beta) = \int_0^1 \int_{\frac{1-x_{1,B}}{\beta}}^1 L_A L_B z_{1,A}^{L_A-1} (1-x_{1,B})^{L_B-1} dz_{1,A} dz_{1,B} = 1 - \frac{L_B}{(L_A + L_B)} \beta^{L_A}$$

De la cual, podemos obtener los beneficios marginales para cada uno de los partidos:

$$MB_A(L_A, L_B, \beta) = \frac{L_B [1 + (\beta - 1)(L_A + L_B)]}{(L_A + L_B)(L_A + L_B - 1)\beta^{L_A}}$$

$$MB_B(L_A, L_B, \beta) = \frac{L_A}{(L_A + L_B)(L_A + L_B - 1)\beta^{L_A}}$$

Mediante la comparación de estas dos beneficios marginales se puede observar que el partido B no puede tener más líderes que el partido A, mientras que si  $\beta$  es suficientemente grande como el beneficio marginal del partido A es más grande, puede suceder que para el partido A sea óptimo tener más líderes que para el partido B.

Esto es, cuando un partido tiene líderes más eficientes o enfrenta una población objetivo más grande, sus líderes son marginalmente más productivos. El partido con los líderes marginalmente más productivos contrata más en equilibrio. En ese caso, este partido obtendrá una proporción esperada de votos mayor que la proporción de ciudadanos de los que trata de obtener el voto. Por lo tanto, un partido con una mayor población objetivo puede obtener mediante este efecto una mayor proporción de votos de esa población objetivo. En caso de que se quisiera que un sistema electoral representara las preferencias de la sociedad de la manera más perfecta posible, y no solo la de aquellos que emiten su voto, se podría considerar compensar a los partidos más pequeños, para los que la contratación de líderes no es óptima.

### *Distribuciones no uniformes*

Aunque el modelo está construido para distribuciones uniformes de la población, los resultados de la influencia hacia los extremos pueden ser extendidos a cualquier distribución de votantes. La intuición de la validez de los resultados es clara si nos referimos al voto esperado de un único líder. Como este único líder emerge aleatoriamente de la población objetivo del partido, es equiprobable que se sitúe a ambos lados del mediano. De hecho, el voto esperado de este líder es exactamente la mitad de la población objetivo del partido.

Para cualquier distribución continua, la fracción esperada de la población con un ideal más extremo que el del líder más centrista, es decir, la fracción esperada del voto para el partido  $j$ , de entre su población objetivo, es  $L_j / (L_j + 1)$ . Este resultado es equivalente para todas las distribuciones continuas, lo que indica la intuición de por qué el resultado no depende de la forma concreta de la distribución, misma que se supone uniforme para simplificar su exposición.

### INFLUENCIA EN AMBAS DIRECCIONES

Consideremos ahora que los líderes influyen en ambas direcciones. Esto sería idéntico a suponer que los ciudadanos tienen preferencias de un solo pico simétricas con respecto al líder cuya acción imitan. En este caso, por construcción, no hay abstención.

A diferencia del caso anterior, este acercamiento puede generar una inconsistencia. Si un ciudadano con ideal inferior a 0 se convierte en líder pedirá el voto para el partido A. Sin embargo, si no lo hace, su voto puede ser capturado por un líder con un ideal superior a 0, si éste último es suficientemente centrista.

Con respecto al caso simétrico, en el que las dos poblaciones objetivo de los partidos tienen el mismo tamaño y están distribuidas sobre un espacio ideológico de igual dimensión, los resultados no varían, puesto que la condición para la victoria de cada uno de los partidos es exactamente la misma que la establecida en la sección anterior. Sin embargo las asimetrías entre los partidos tienen algunos efectos distintos.

### *Eficiencia o tamaño asimétrico*

En la sección previa era equivalente considerar si los líderes de los partidos tenían distinta eficiencia en la captura de votos sobre sus espacios de influencia o si el tamaño de la población objetivo de los partidos era distinta. Sin embargo, cuando los líderes influyen en ambas direcciones, estos casos tienen un tratamiento distinto. Si los líderes del partido B son menos eficientes lo serán también cuando capturan votantes con un ideal inferior a 0; mientras que si el tamaño de la población con un ideal menor a cero es mayor, eso incrementará la eficiencia del líder que capture esos votos, independientemente del partido al que vote.

Si los líderes del partido B son menos eficiente, de tal manera que obtienen una fracción  $1/\tilde{\beta}$  para  $\tilde{\beta} > 1$ , tenemos que:

$$P_A(L_A, L_B) = P\left(z_{1,A} > (1 - x_{1,A}) \frac{2}{2 + \tilde{\beta}}\right)$$

lo cual nos genera un resultado cualitativamente equivalente al de la sección anterior,

salvo que  $\beta = \frac{2 + \tilde{\beta}}{2}$ .

Si consideramos que el tamaño de la población con un ideal mayor que 0 es una fracción  $1/\hat{\beta}$  donde  $\hat{\beta} > 1$ , mientras que el tamaño de la población con un ideal menor es 1. En este caso la probabilidad de victoria del partido A es:

$$P_A(L_A, L_B) = \frac{L_A}{L_A + L_B} + \frac{L_B}{L_A + L_B} \left[ 1 - \sum_{i=0}^{L_B} \frac{L_A! L_B! (1/\hat{\beta} - 1)^{L_B+i}}{(L_A + i)! (L_B - i)!} \right]$$

que, debido a que el segundo término es positivo, es una probabilidad mayor a la obtenida en el caso simétrico. De hecho, los beneficios marginales para todos los líderes del partido A se incrementan, mientras que aquellos del partido B, por contra disminuyen, de tal manera que se cumple el mismo resultado cualitativo por el cual el partido que enfrente una tamaño mayor de población objetivo puede tener más líderes y por lo tanto

capturar una proporción de votos mayor incluso que su ya mayor proporción de apoyo entre poblaciones objetivo.

### *Diferente tamaño del espectro político*

Si la población objetivo del partido B, de donde surgen sus líderes, está distribuida en el espacio ideológico  $[1, \hat{\alpha}]$ , mientras que la proporción de la población con un ideal por inferior o superior a  $\hat{\alpha}$  es idéntica, la probabilidad de victoria del partido A es:

$$P_A(L_A, L_B) = \int_0^{\hat{\alpha}} \int_{1-x_{1,B}}^1 \frac{L_A L_B z_{1,A}^{L_A-1}}{\hat{\alpha}} \left(1 - \frac{x_{1,B}}{\hat{\alpha}}\right)^{L_B-1} dz_{1,A} dz_{1,B} = \sum_{i=1}^{L_A} \frac{L_A! L_B! \hat{\alpha}^i}{(L_A - i)! + (L_B + i)!}$$

mientras que el beneficio marginal del partido A es:

$$MB_A(L_A, L_B) = \frac{L_A! L_B! \hat{\alpha}^{L_A}}{(L_A + L_B)!}$$

que es claramente creciente en  $\hat{\alpha}$ , por lo que cuando los líderes influyen en ambas direcciones del espectro político, tanto al centro como hacia los extremos, el partido con el espacio ideológico sufre de una desventaja. La razón es que el partido con un mayor espectro electoral tiene mayor probabilidad de generar líderes lejanos al centro y por lo tanto sus líderes son menos productivos, dado que es en la captura del centro político donde se define la victoria electoral en este caso.

### *Distribuciones asimétricas*

Al contrario que en el apartado anterior, cuando los líderes influyen en ambas direcciones, las diferentes distribuciones de los ideales de los ciudadanos tienen un efecto. Consideremos la distribución beta, dado que  $B(1,1)$  corresponde a la distribución uniforme, y la alteración de los parámetros alpha y beta ofrece un amplio rango de distribuciones distintas. Considérese que los ciudadanos con un ideal inferior a cero tienen sus ideales distribuidos uniformemente, mientras que se altera la distribución de los ciudadanos con ideales mayores a 0.

Cuanto mayor es alpha o menor es beta, mayor es el sesgo de la distribución de ideales superiores a 0 hacia el centro. El partido con una distribución más sesgada hacia el centro tiene los líderes más productivos. Por lo tanto esperaríamos que el partido más sesgado hacia el centro tenga el mayor número de líderes y, en consecuencia, la mayor probabilidad de ganar las elecciones.

También se puede considerar que todos los ciudadanos tienen distribuciones beta, en las cuales el parámetro alpha iguala al parámetro beta. El partido para el cual estos parámetros tienen el menor valor cuenta con una mayor proporción de sus ciudadanos en los extremos de su población objetivo. En este caso el voto esperado para el primer líder

de estos partidos es el mismo. Sin embargo, a partir del primer líder, aquellos líderes del partido con más proporción de líderes en sus respectivos extremos tiene una mayor probabilidad de obtenerlos en el centro, lo que los hace más productivos y genera que ese partido contrate más líderes.

## CONCLUSIÓN

En este artículo, se ha construido un modelo que explica endógenamente cómo dos partidos en competencia eligen su respectivo número óptimo de líderes. La elección de líderes puede verse como un mecanismo de obtención de voto. Hemos comparado dos mecanismos de influencia para observar los efectos de diferencias en las poblaciones objetivo sobre la productividad del esfuerzo de los líderes, lo cual afecta al tamaño en esta inversión por parte de los partidos.

Para cada uno de los dos mecanismos de influencia hemos construido un equilibrio simétrico. Además, hemos analizado diferentes asimetrías tales como las que se dan en los costos de liderazgo, en la eficiencia de los líderes, en el tamaño de la población objetivo, el tamaño del espacio ideológico y distribuciones no uniformes para examinar cómo éstas afectan tanto al número de líderes óptimo en equilibrio, como al resultado esperado de las elecciones.

Primero de todo, hemos caracterizado el equilibrio para el caso simétrico bajo ambos mecanismos, el cual resulta ser idéntico. Existe un único equilibrio, en el cual los dos partidos contratan el mismo número de líderes, que es decreciente con respecto al costo de liderazgo. Este resultado es similar al ofrecido por Herrera y Martinelli (2006).

Mediante estática comparativa hemos visto factores que afectan a una contratación distinta de líderes. Si uno de los líderes disfruta de menores costos de liderazgo, debido a canales de comunicación más económicos o a mayores beneficios de ganar las elecciones, tendrá más líderes en equilibrio. Los costos de liderazgo no tienen un efecto directo en el mecanismo de influencia, sino que afecta a través de la decisión óptima del número de líderes en comparación a su beneficio esperado. Por lo tanto su efecto es el mismo para ambos mecanismos de influencia, los cuales otorgan la misma probabilidad de ganar las elecciones.

Si los líderes de uno de los partidos son más eficientes influenciando a sus seguidores o si uno de los partidos tiene una población objetivo más numerosa, este partido tiene más líderes en equilibrio. Este resultado cualitativo es consistente con cualquiera de los mecanismos de influencia considerados. Su efecto es muy importante, dado que no solo sucede que el partido aventajado tiene mayor probabilidad de ganar las elecciones. Además, se espera que el partido aventajado obtenga un mayor porcentaje de votos que la proporción del apoyo que tiene en la sociedad, dado que le es óptimo realizar una mayor inversión de líderes, obteniendo una mayor proporción de los votos de su población objetivo.

De este resultado se pueden extraer conclusiones normativas. Si el objetivo de un sistema electoral es describir lo más perfectamente posible las preferencias de una so-

ciudad, y no solamente la de aquellos que votan, se han de considerar los efectos de la inversión en líderes, o de otras formas de movilizar el voto, y la aleatoriedad de los resultados de esta inversión. Debido a este efecto los partidos pequeños sufren de una desventaja, incluso con una regla proporcional. Este argumento se ha de considerar en favor de sistemas electorales que, más allá de que sean perfectamente proporcionales, ofrezcan compensaciones a los partidos pequeños.

Por otro lado, el efecto del tamaño del espectro ideológico depende del mecanismo de influencia. Se ha encontrado que un mayor espacio ideológico no tiene efecto alguno cuando la dirección de la influencia es hacia los extremos, mientras que es negativo cuando la influencia se da en ambas direcciones. La razón de ello es la desventaja de un partido con un mayor espacio ideológico a la hora de tratar de cubrir al ciudadano mediano. Aunque la competencia de los partidos por el centro ha sido descrita como fiera, ésta región ideológica es también una en la cual, debido a la indiferencia, se puede dar una abstención importante. Por lo tanto, aunque pueda existir influencia hacia el centro, ésta puede no ser perfecta, de tal manera que se reduzca la ventaja del partido con un menor espacio ideológico que cubrir.

Sin embargo hemos de mencionar un segundo efecto por el cual el mayor espacio ideológico puede implicar una desventaja. Si la eficiencia de los líderes fuera decreciente en el espacio político, de tal manera que un mayor alejamiento implicara una menor probabilidad de imitar al líder, los líderes del partido con un mayor espacio ideológico serían menos efectivos, resultando menos de ellos en equilibrio y perjudicando al resultado electoral del partido correspondiente.

Finalmente hemos examinado el efecto de distribuciones no uniformes. Si los líderes solo influyen hacia los extremos, la forma de la distribución tiene un efecto nulo. Por el contrario, si los líderes influyen en ambas direcciones del espacio ideológico, se espera de aquellos líderes del partido con mayor sesgo hacia el centro que se sitúen más cerca del mediano y, en consecuencia, sean más productivos. Un partido más centrado tiene más líderes que su oposición en equilibrio y una mayor probabilidad de victoria.

A pesar de que no lo realizamos en este artículo, un análisis de bienestar podría ser interesante. Para extraer alguna conclusión con respecto a esta cuestión se ha de especificar cómo se construye la política final y si esa política final afecta a las decisiones de los líderes de manera diferente al ideal de los líderes. La relación entre las asimetrías consideradas y la política final sería también de gran interés.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Besley, Timothy y Coate, Stephen. 1997. "An economic model of representative democracy", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108, No. 1, pp. 85-114.
- Brooks, Clern; Nieuwbeerta, Paul y Manza, Jeff. 2006. "Cleavage-based voting behavior in cross-national perspective: evidence from six postwar democracies", *Social Science Research*, Vol. 35, No. 1, pp. 88-128.

- Eulau, Heinz. 1962. *Class and party in the Eisenhower years*. New York, Free Press of Glencoe.
- Feddersen, Timothy J. 2004. "Rational choice theory and the paradox of not voting", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 18, No. 1, pp. 99-112.
- Galeotti, Andrea y Matozzi, Andrea. 2008. "Personal Influence: Social context and political competition" en <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1057681](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1057681)> [Consultado el 15 de febrero de 2013]
- Gelman, Andrew; King, Gary y Boscardin, W. John. 2012. "Estimating the probability of events that have never occurred: When is your vote decisive?", *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 93, No. 441, pp. 1-9.
- Glaeser, Edward L.; Sacerdote, Bruce y Scheinkman, José A. 1996. "Crime and social interactions", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 111, No. 2, pp. 507-548.
- Herrera, Helios y Martinelli, César. 2006. "Group formation and voter participation", *Theoretical Economics*, Vol 1., pp. 461- 487.
- Lazarsfeld, Paul F.; Berelson, Bernard y Gaudet, Hazel. 1944. *The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, Sloan and Pearce.
- Luce, R. Duncan. 2012. *Individual choice behavior: A theoretical analysis*. New York, Courier Dover Publications.
- Nickerson, David W. 2008. "Is voting contagious? Evidence from two field experiments", *American Political Science Review*, Vol. 102, No. 1, pp. 49-57.
- Precker, Joseph A. 1952. "Similarity of valuing as a factor in selection of peers and near-authority figures", *Journal of abnormal psychology*, Vol 47, pp. 406-414.
- Quattrone, George A. y Tversky, Amos. 1988. "Contrasting rational and psychological analyses of political choice". *American Political Science Review*, Vol. 82, No. 3, pp. 719-736.
- Riker, William H. y Ordeshook, Peter C. 1968. "A theory of the calculus of voting". *American Political Science Review*, Vol. 62, No. 1, pp. 25-42.
- Robinson, John P. 1976. "Interpersonal influence in election campaigns. Two step-flow hypotheses", *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 40, No. 3, pp. 304-319.
- Roper, Elmo. 1955. "Prefacio" en Elihu Katz y Paul F. Lazarsfeld (eds.) *Personal Influence*. Transaction Publishers, New Brunswick.
- Shachar, Ron y Nalebuff, Barry. 1999. "Follow the Leader: Theory and evidence on political participation", *The American Economic Review*, Vol. 89, No. 3, pp. 525-547.
- Zuckerman, Alan S. 2005. *The social logic of politics. Personal networks as context for political behavior*. Philadelphia, Temple University Press.

JULEN BERASALUCE IZA

Doctor en Economía por la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente desempeña como profesor-investigador en el Departamento de Economía y Finanzas de la Universidad de Guanajuato. Está especializado en economía política, en espacial competencia espacial, microeconomía e incentivos de las regulaciones. Correo electrónico: [julen.berasaluce@ugto.org](mailto:julen.berasaluce@ugto.org)