

Programa Preliminar del 9 Congreso WAPOR LATAM

Opinión Pública e Investigación de Encuestas en Tiempos de Cambios

October 8 14:00-16:00

Panel 1: Public Opinion Research about Minorities

Chair: Maria Braun (MBC MORI)

Suplente: María Jimena Rodríguez (MBC MORI)

Rainbows in Latin America: Public Opinion and Societal Attitudes Towards Homosexuality. (Paper ID: 60)

David Sulmont (Pontificia Universidad Católica del Perú)

Kiara Castaman (Institute of Development Studies, University of Sussex)

Palabras Clave: Culture change, social attitudes, LGBTI rights

Resumen: Over the last decades, the issues around sexual rights and the struggle against the discrimination of lesbian, gays, bisexual, transgender and intersexed people (LGBTI) have become an important feature of social debate and political mobilization in many countries. Social movements in several countries have been promoting awareness of the discrimination and social injustices suffered by LGBTI, and have been advocating for the expansion of their civil rights. A majority of governments have decriminalized homosexuality, and the most progressive ones have recognized same-sex marriages or allow the change of gender on identification documents. Likewise, public opinion attitudes have shifted towards higher levels of recognition and support of the LGBTI community and their rights. Latin America has not been an exception to those social, cultural and political changes. Since 2007, several countries in the region have introduced legislation to protect sexual and civil rights of LGBTI individuals, including legislation that recognized same-sex partnership rights. The advances mentioned above are happening in a region characterized by deep traditional values and Catholic roots but, since the end of the XX century, has also experienced substantial structural changes: rapid economic development; the consolidation of democratic institutions; and the expansion of secular and democratic values. This contribution aims to discuss and analyze how societal attitudes in Latin America have changed towards the recognition of sexual diversities and the support of LGBTI rights over the last three decades. Using data from the World Values Survey and the Latin American Public Opinion Project, we show the evolution of those attitudes between the 1990's and 2017, their relationship with economic development and democratization in the region and the individual factors that helps us to explain the prevalence and changes of negative and positive attitudes toward LGBTI people.

Todes. Un análisis de la opinión pública frente al feminismo y el lenguaje inclusivo. (Paper ID: 487)

daniela Barbieri (Universidad de Buenos Aires (UBA))

Augusto Reina (Universidad de Buenos Aires (UBA))

Palabras Clave: Public opinion and survey research

Resumen: En Argentina el debate en torno al rol de la mujer en la sociedad moderna se desarrolló con fuerza durante el bienio 2017-2018. Esta creciente presencia del tema en la agenda pública se fue generando a través de diferentes temáticas de debate público, denuncias y movilizaciones sociales. La presente ponencia es un análisis exploratorio sobre las percepciones de la opinión pública en torno a los feminismos, sus posiciones y el uso del lenguaje inclusivo. La información presentada recoge una serie de estudios, realizados durante el 2019, a través de grupos focales en diferentes provincias y entrevistas en profundidad con líderes del movimiento de mujeres. Esta línea de trabajo nos llevó a comprender con mayor precisión el campo de significados que evoca la discusión pública y las diferentes comprensiones en torno a los temas de debate público entre los segmentos estudiados

Tolerância política a homossexuais na América Latina: Um teste para a Cultural Backlash Theory.

(Paper ID: 5)

Ednaldo Ribeiro (State University of Maringa)

Naiara Alcantara (Federal University of Parana)

Palabras Clave: Intolerância Política, Homossexualidade, Cultural Backlash, América Latina.

Resumen: A Cultural Backlash Theory (Norris & Inglehart, 2019) define a atual onda conservadora como um reflexo autoritário de uma parcela da população, principalmente composta por gerações mais velhas, descontente com mudanças estruturais ocorridas em diferentes campos da vida social que estariam alterando certo modo de vida “tradicional”. Essas mudanças atingiram os padrões de relações entre os gêneros, as normas que regem o comportamento sexual, dentre outras várias dimensões, gerando alterações nos marcos legais que organizam a vida coletiva. Grupos descontentes com o curso dessas mudanças tenderiam a apoiar movimentos conservadores que eleitoralmente tem conquistado poder político em diferentes contextos com propostas de resgate da tradição. A proposta desse artigo é testar a validade dessa explicação no contexto latino-americano avaliando especificamente a tese do reflexo autoritário sobre atitudes dos cidadãos quanto à tolerância política aos homossexuais. Usando a série histórica de dados do LAPOP (Latin American Public Opinion Project) pretendemos avaliar o impacto das alterações nos marcos legais nacionais a respeito de direitos dessa minoria (casamento homoafetivo, direito de adoção) sobre os indicadores de tolerância política. A análise longitudinal, comparando indicadores prévios e posteriores às alterações jurídicas, bem como a comparação entre contextos em que essas ocorreram com outros, são alguns dos procedimentos adotados.

Roles de género en América Latina: actitudes hacia el aborto. (Paper ID: 471)

Gabriela Catterberg (Univ. de Buenos Aires)

Palabras Clave: Cultura política, género y aborto

Resumen: América Latina experimentó transformaciones relevantes en relación a la igualdad de género desde las transiciones hacia la democracia. Entre ellas, se destacan reformas legales, la implementación de cuotas legislativas y avances educativos. Sin embargo, las latinoamericanas continúan enfrentando desafíos significativos en relación a su autonomía física. En prácticamente todos los países de la región, el aborto está penalizado y sólo en Uruguay es legal sin ningún tipo de condicionantes. Si bien en los últimos años la temática se ha instalado en el debate público, impulsado por movimientos pro legalización, las percepciones de la ciudadanía hacia el aborto ha sido escasamente explorada. En este artículo analizamos actitudes en la población hacia el aborto en América Latina desde una perspectiva de cultura política (Inglehart y Norris 2003). En particular, indagamos cuál es el nivel de apoyo hacia el aborto y qué factores explican las valoraciones sobre dicho apoyo. Argumentamos que mayores niveles educativos, el género, el grado de religiosidad y actitudes favorables a la diversidad aumentan el apoyo

hacia el aborto. En base a encuestas en 18 países de la región realizadas por Latino Barómetro en 2015, testeamos nuestras hipótesis elaborando modelos jerárquicos con efectos aleatorios por país.

Attitudes toward lesbians and gay men in Singapore 2005-2020: Methodological and theoretical considerations. (Paper ID: 69)

Benjamin Detenber (Nanyang Technological University)

Palabras Clave: Singapore, longitudinal, attitudes, mixed method

To gauge attitudes toward lesbians and gay men (ATLG; Herek, 1984) in Singapore and public opinion about related issues (e.g., support for equal rights), three nationally representative telephone surveys were administered in 2005 (N = 1004), 2010 (N = 959), and 2015 (N = 1117). Interviews with citizens and permanent residents age 18 and above were conducted in English, Mandarin or Malay. Random-digit dialing was used so that residential households with unlisted numbers were reached, and within-household random selection employed to ensure probability samples were obtained. The response rate declined over time but remained well above 30% (AAPOR RR Formula 3). Results indicate that while ATLG was negative across the population from 2005 to 2010, they became less so. Acceptance of gay people increased significantly. As expected, age is inversely related to both acceptance and ATLG, while education is positively related. Religion and intrinsic religiosity are significant predictors of ATLG and acceptance, but these relationships are moderated by interpersonal contact.

Funding has been secured to conduct a fourth wave of data collection in 2020. However, the social environment has changed, and it is extremely difficult to conduct representative telephone surveys in Singapore. One reason for this is the Personal Data Protection Act (PDPA) and the establishment of a national Do Not Call (DNC) Registry. Although the DNC registry concerns only marketing calls and not academic research, its implementation has had a chilling effect on telephone service providers, and a knock-on effect on survey researchers. Therefore, for the fourth wave, we will be changing to a home-based, face-to-face interview using stratified sampling. The change of data collection method has potentially significant implications for the longitudinal design of the survey, and these will be presented and discussed both in the local and global context, along with recent findings.

October 8 14:00-16:00

Panel 2: Actitudes populistas y preferencias políticas en Europa y América

Chair: Ryan Carlin (University of Georgia)

Suplente: Iván Llamazares (Universidad de Salamanca)

¿Las actitudes populistas condicionan el voto? Análisis comparado entre Argentina, España e Italia.

(Paper ID: 466)

Fátima García Díez (Universidad de Salamanca)

Mariana Sendra (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: populism, attitudes, political preferences, conditional vote

Resumen: Recent years have witnessed a rapid growth of parties labeled as populist in Europe. On the other hand, analyzes of Latin American politics and its party systems have emphasized the continued and persistent strength of populist political traditions. This work aims to examine, empirically and in a comparative framework, the electoral effects of populist attitudes in two European contexts in which forces with populist discourse (Hawkins 2017) have a recent trajectory (Italy) or very recent (Spain) and a Latin American case (Argentina) where populist ideas have been identified as a permanent feature of political life (Germani 1978, 2010; De la Torre 2013). For it, In this paper, the effects of populist attitudes (Akkerman et al 2013) on voting decisions will be analyzed using data from surveys collected throughout this year. The aim is to establish the greater or lesser degree of direct impact of such attitudes in these party systems. Furthermore, this paper aims to examine to what extent the effects of these attitudes depend on other ideological and political orientations in these three countries. On the one hand, the ideational theory of populism has highlighted its thin ideological character and its necessary articulation with other substantive orientations. On the other hand, the literature on Latin American party systems has given limited importance to the ideological and programmatic divisions in those contexts. Empirical analyzes of the interactive effects of populist attitudes and programmatic preferences are, however, very limited (for Spain see Andreadis et al 2018) or directly non-existent (Italy, Argentina). An empirical and comparative analysis like the one presented here will allow us to evaluate and compare the strength and nature of the direct and indirect effects of populist attitudes on voting in three countries and party systems with widely different political cultures and historical trajectories, and This will contribute to enriching our theoretical understanding of the effects of populist attitudes in Europe and Latin America. Argentina). An empirical and comparative analysis like the one presented here will allow us to evaluate and compare the strength and nature of the direct and indirect effects of populist attitudes on voting in three countries and party systems with widely different political cultures and historical trajectories, and This will contribute to enriching our theoretical understanding of the effects of populist attitudes in Europe and Latin America. Argentina). An empirical and comparative analysis like the one presented here will allow us to evaluate and compare the strength and nature of the direct and indirect effects of populist attitudes on voting in three countries and party systems with widely different political cultures and historical trajectories, and This will contribute to enriching our theoretical understanding of the effects of populist attitudes in Europe and Latin America.

The Social Bases of Populist Attitudes. (Paper ID: 441)

Llamazares Iván (Universidad de Salamanca)

Carolina Plaza-Colodro (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: Populist attitudes, social class, Spain, Italy, France

Resumen: Different research works have focused on the ways class positions affect individual preferences regarding socio-economic and cultural issues and vote-choices (Oesch & Rennwald 2018, Kitschelt & Rehm 2015; Kriesi & Häusermann 2015; Dolezal 2010; Kriesi et al. 2008, etc.). A different stream of research has examined the socio-psychological factors affecting populist attitudes (as defined by Akkerman et al 2014) and the effects of such attitudes on vote-choices (Spruyt et al 2016; Rico et al 2017; Van Hauwert & Van Kessel 2018; Rooduijn 2018). Some other works have explored the socio-economic correlates of voting for parties that are labeled as populist (for instance, Algan et al 2019), but they have not examined the effects of class positions on populist attitudes. With a few and partial exceptions (Stanojevic et al 2018) we have little information on the ways socio-economic and occupational characteristics affect populist orientations, and even less on the ways such attitudes correlate with policy preferences. Our work aims at bringing together these two streams of literature by examining the relationship between socio-economic and occupational characteristics, populist attitudes, and policy preferences. In particular, our work will focus on the degrees to which different segments of the working classes display populist attitudes and on the patterns of articulation among such attitudes and other political preferences (thus addressing topics 1 and 4 in this workshop). Our work will focus on both intra- and cross-national sources of variation.

Actitudes populistas y voto a la derecha radical en España e Italia. (Paper ID: 454)

Pablo Ortiz-Barquero (Universidad Pablo de Olavide)

Iván Llamazares (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: Radical Right, Populism, Vote, Spain, Italy

Resumen: La derecha radical populista se ha convertido en un actor decisivo en muchos sistemas de partidos europeos. En el sur de Europa, en Italia, la coalición política liderada por la Lega, un partido cuyas características populistas han sido ya suficientemente acreditadas, se convirtió en la fuerza política más votada en las elecciones generales de 2018. En España, considerada durante décadas como un caso excepcional en la literatura sobre la derecha radical, VOX irrumpió en las elecciones autonómicas andaluzas a fines de 2018 y entró de manera exitosa en el parlamento español en las dos últimas elecciones generales. VOX puede ser entendido como un claro ejemplo de partido de derecha radical que cuenta entre sus principales elementos ideológicos con el ultranacionalismo españolista, el autoritarismo, los planteamientos antiinmigración y el antifeminismo (Gould; 2019; Ortiz 2019). Aunque a veces se ha señalado la presencia comparativamente menor de elementos populistas en la oferta programática (Acha 2019), carecemos hasta el momento de estudios empíricos sistemáticos sobre la relación entre el radicalismo de derechas y el populismo en España. En general, además, debido a la escasez de datos de encuesta accesibles, no existen apenas análisis sobre la relación entre las actitudes populistas y el voto a las formaciones políticas de derecha radical en estos dos países. El objetivo de este trabajo es examinar precisamente el grado y la forma en que las actitudes populistas (Akkerman et al 2013) han condicionado el voto a las formaciones de derecha radical en estos dos países. Este análisis abordará tanto los efectos directos como los efectos indirectos de tales actitudes sobre el voto a estos partidos. Estos últimos efectos son aquellos que derivan de la interacción entre las actitudes populistas y otro tipo de preferencias ideológicas y programáticas de los votantes. Nuestro trabajo nos permitirá identificar y valorar las semejanzas y diferencias entre los patrones de voto de ambos partidos político. Para la realización de este análisis se utilizarán sendas encuestas online sobre actitudes populistas y voto realizadas por un equipo de la Universidad de Salamanca.

Transcending or radicalizing left-right divides. The electoral support for left-wing populist parties.

(Paper ID: 448)

Carolina Plaza Colodro (Universidad de Salamanca)

Hugo Marcos Marné (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED)

Iván Llamazares (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: Populism, electoral behaviour, political preferences, ideology

Resumen: The Great Recession, along with other socio-political processes, opened a new political space for populist challenger parties. The electoral success of a distinctive left-wing populism in Europe - parties who politicize the denationalization process in socio-economic terms and populist directions - raises new questions that are interesting for our understanding of the current transformations of European party systems. Although the profile of right-wing populist parties has been under investigation for years, the mere existence of left-wing populist parties (LPP) in Europe was “striking” until recently, letting their voters understudied. Recent studies show that LPP electoral support is motivated by a combination of political ideology and populist attitudes, being the socioeconomic issue positions the most important for LPP’s voters. Our study proposes a further examination of the impact of programmatic elements in line with the theories on the formation of libertarian and inclusive preferences on voting for LPP. Beyond the exploration of the core socio-structural features of LPP’s voters, we offer here an empirical test that takes a broader consideration of ideological elements, adding to economic issues redistribution (greed in Kitschelt and Rehm 2015’s terms), inclusiveness (group) and horizontal and participatory politics (grid) attitudes to assess how they relate to electoral support for LPP. Our hypotheses are examined cross-nationally from voter surveys conducted in Italy, Spain, Germany, France and Portugal, countries that can be considered as representative of the set of European countries in which successful LPPs are present. Our data point out that LPPs’ voters support economic equality and common good, horizontal governance and participatory politics and are inclusive with immigrants.

Closed Personalities and Threat: The Personality Roots of Autocratic Support. (Paper ID: 323)

Paula Armendariz Miranda (University of Minnesota)

Palabras Clave: Public opinion, survey research, autocracy, democracy, personality, political psychology

Resumen: Democracy is in danger around the world, as fewer people seem to think of it as a desirable form of government (Wike et al 2019, Zechmeister & Lupu 2019). Perhaps more alarming is the fact that some individuals appear to see autocratic forms of governance as viable alternatives (Zechmeister & Lupu 2019, Singer 2018). Current explanations based on economic development and governmental performance offer a narrow explanation for why some people reject democracy and subsequently support autocratic forms of governance (Inglehart & Welzel 2007, Booth & Seligson 2009, Singer 2018). To advance this debate, I offer a novel argument based on personality psychology. I argue that individuals who are low on the personality trait of openness – what I term closed personalities – are more supportive of autocracy. Closed personalities are intolerant of difference, seek uniformity of thought, and are particularly affected by societal threats. Hence, they seek political arrangements that repress diversity and enforce submission to authorities. Moreover, I hold that under conditions of crisis – (poor economic performance, rampant corruption and insecurity) and civil disobedience (episodes of massive protests and disobedience to authorities) threats, closed people activate their tendency to support autocracy. Using data from the 2010 AmericasBarometer and original online survey experiments in Chile and Ecuador, I show how closed individuals tend to be highly supportive of autocracy. I further show that conditions of crisis and civil disobedience particularly affect closed personalities. Such contexts ignite authoritarian sentiments among closed individuals, even making them prefer autocracy over democracy and support the closure of democratic institutions. Given the rise of populism and autocratic leaders around the world, understanding the psychological roots of support for autocracy, as well as the contextual factors that ignite these attitudes, are crucial to advance our knowledge of how individuals form their attitudes towards autocracy and democracy.

October 8 14:00-16:00

Panel 4: Opinión Pública y Actitudes Políticas en Chile

Chair: Miguel Angel López (Universidad de Chile)

Suplente: Calorina Segovia (Universidad Diego Portales)

Cambios y Continuidades en el clivaje Autoritarismo/Democracia en Chile: 1996-2017. (Paper ID: 331)

Daniela Antivilo (Universidad de Chile)

Alejandro Plaza (Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social)

Palabras Clave: Cambios y Continuidades en el clivaje Autoritarismo/Democracia en Chile: 1996-2017

Resumen: Esta investigación examina la evolución del clivaje autoritarismo/democracia en su capacidad de modelar las preferencias políticas de los chilenos entre 1996 y 2017. Antecedentes respecto al caso chileno exponen que la reconfiguración del sistema de partidos en el retorno a la democracia es el resultado de la fisura generada por el plebiscito de 1988 (Tironi y Agüero, 1999). Se conjetura que el clivaje autoritarismo/democracia si bien tiene una relación estadísticamente significativa con las preferencias políticas, no obstante, con el paso del tiempo esta relación tenderá a reducirse. Utilizando los datos de la encuesta Latinobarómetro entre 1996 y 2017, y aplicando técnicas de regresión lineal se estima la relación entre el apoyo a la democracia con las preferencias políticas de los chilenos. En primera instancia los resultados muestran una relación significativa hasta mediados de los años dos mil, en consistencia con investigaciones previas (Torcal y Mainwaring, 2003). En segundo lugar, se puede apreciar que en la medida de que la oferta política se diversifica desde el año 2009, la relación tiende a disminuir. Y finalmente, la relación entre el autoritarismo y la democracia vuelve a tener un rol en particular con la aparición de candidatos que activan discursivamente este clivaje como sucede con la candidatura del candidato conservador José Antonio Kast. Para terminar, se discute sobre la persistencia y cambio de este clivaje en un nuevo escenario político chileno y global, y como este clivaje puede ser procesado comunicacionalmente de manera distinta por las nuevas generaciones.

Measuring the accuracy of Chilean electoral polls. (Paper ID: 333)

Miguel A. López-Varas (Universidad de Chile)

Palabras Clave: Polls, elections, Multinomial, accuracy, methods, abstention

Resumen: This paper uses several methodological strategies to analyze electoral polls precision in Chile. The paper considers seven presidential elections since the return to democracy and assess polls against actual election results to measure the accuracy of pre-electoral polls. Comparative analysis of poll accuracy for a two party-candidates race generally uses Mosteller (1949) or/and Martin, Traugott, and Kennedy (2005). Since Chilean presidential elections are multi party/candidate, these traditional measures of accuracy are less suitable. Consequently this paper will use the "Multinomial Accuracy Measure for Polling Bias" proposed by Arzheimer and Evans (2013) and tested in French presidential elections. Our results show that the change from compulsory to voluntary voting in 2012 introduced uncertainty in the predictive capacity of Chilean pre-electoral polls. The main problem arises from the inability of pollsters to distinguish between real voters and abstention. Using the 2017 pre-election surveys, we study the house effects of polling companies and their strategies to estimate the likely voters.

#ChileDespertó... Emotional and Social Underpinnings of 2019/2020 Chile's Social Protests. (Paper ID: 205)

Carolina Segovia (Universidad Diego Portales)

Palabras Clave:

Resumen: The social protests' cycle that exploded in October 2019 in Chile, and that is most likely to continue through 2020, has confronted scholars and political leaders with a number of questions regarding the causes of the social mobilization process, and its characteristics (lack of leadership, organization of protests through social networks and its high levels of violence). In this paper we consider and evaluate major theories regarding the origins of social upheaval and evaluate them with results obtained by public opinion surveys conducted before and during this process.

October 9 14:00-16:00

Panel 7: Impacto de la comunicación política en campañas electorales en la opinión pública

Chair: Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Suplente: Sandro Macassi (PUCP)

Facebook y la campaña electoral española: análisis exploratorio de los contenidos de pago de los partidos políticos. (Paper ID: 259)

Lorena Cano-Orón (University of Valencia)

Dafne Calvo (Universidad de Valladolid)

Tomás Baviera (Universitat Politècnica de València)

Eva Campos (Universidad de Valladolid)

Guillermo López García (Universidad de Valencia)

Palabras Clave: Facebook, digital campaign, ads, political communication

Resumen: La publicidad electoral en redes sociales ha adquirido una significativa relevancia en los últimos tiempos (Broockman y Green, 2014; Kim et al., 2018) después de que varios estudios hayan constatado su uso generalizado en la campaña presidencial de EEUU en 2016 (Howard, 2018), la campaña por el referéndum del Brexit en Reino Unido (Bastos y Mercea, 2019) o, entre otras, las elecciones de Brasil en 2018 (Nascimento y Alves, 2018). Diversos trabajos han abordado el engagement producido por los anuncios (Elder y Phillips, 2017); la inclusión de temas de agenda en estos (Borah, Fowler, y Ridout, 2018); el uso de mensajes negativos y de ataque (Auter y Fine, 2016) o su nivel personalización y capacidad persuasiva (Kruikemeier, Sezgin y Boerman, 2016). Esta investigación cuenta con un corpus de 10.485 anuncios publicados en Facebook durante la campaña electoral de las Elecciones a Cortes Generales en España (abril de 2019) por parte de los partidos políticos nacionales con mayor intención de voto: Partido Socialista, Partido Popular, Ciudadanos, Unidas Podemos - Podemos e Izquierda Unida, por separado- y Vox. Con un propósito exploratorio, este trabajo plantea un primer resumen de las características de estos anuncios, realizada a través del análisis de contenido sobre una muestra aleatoria del conjunto total de datos. Esta codificación permite obtener unos primeros resultados relativos a la personalización de la comunicación, la argumentación de los mensajes, el tono del lenguaje empleado, el tema de los anuncios, su objetivo o la presencia de fake news. La utilización de un amplio número de variables contribuye previsiblemente a conocer las características formales y discursivas de la publicidad en Facebook por parte de los partidos políticos españoles para abrir nuevas vías de investigación sobre un objeto de estudio de creciente interés académico.

Frames de Polarización y neutralidad y efecto de “hostile media” en las elecciones presidenciales peruanas del 2016. (Paper ID: 194)

Sandro Macassi (PUCP)

Palabras Clave: frames, polarizacion, hostile media, elecciones

Resumen: Durante los procesos electorales o contextos de polarización, periodistas, columnistas, periodistas y ciudadanos desde sus medios o redes sociales se esfuerzan por argumentar a favor y en contra de las propuestas en competencia. Frecuentemente se enfocan en los aspectos negativos de la parte contraria, esta tendencia evidenciamos en la segunda vuelta electoral de las presidenciales peruanas del 2016. Las segundas vueltas electorales del 2006, 2011 y 2016, tuvieron en común una intensa la polarización Especialmente en las dos últimas donde compitieron la candidata fujimorista y la

candidatura alternativa que nucleaba todas las posiciones antifujimoristas. Los medios, también se involucraron en la polarización, desarrollaron usando frames partisanos de la segunda vuelta (Macassi, 2019), por ello centramos el estudio en cómo la cobertura de los medios puede ser percibida por los ciudadanos como partidarizada, generando un efecto de medios hostiles en ambos partidarios, activando frames de recepción (Scheufele, 1999). Según Vallone et al (1985) el fenómeno de los medios hostiles consiste en que los partidarios extremos ante una misma oferta informativa perciben de manera diferente los hechos y argumentos que los medios representan identificándolos como prejuiciosos de los objetivos que ellos promueven. Desde otro ángulo, los partidarios más extremos perciben que aquellos medios que "atacan" sus posiciones desarrollan una percepción de los medios como hostiles. Se desarrollo un experimento incorporado en una encuesta-panel aplicada al azar probabilístico en hogares. Se aplicaron dos olas a una muestra de 387 electores, 2 semanas antes, y 1 semana antes de la votación. A cada encuestado se le leyó un texto, validado previamente por 12 jueces, con el formato de artículo periodístico, con tres tipos de frame: positiva-positiva; negativa-negativa y negativa-positiva. En cada frame se presentaba las características de ambas postulaciones de manera balanceada, pero con tonos diferentes. Los resultados arrojan diferencias significativas de la percepción de hostilidad de los frames negativo, positivo y neutral. Se encuentra que los aspectos positivos son percibidos como neutrales en ambas mediciones. El articulo con ambos tonos es percibido como más parcializado. Además, las partes no reaccionaron de igual a los argumentos negativos y positivos lo que implicaría que existen frames de recepción sobre el rol de los medios que enmarcan su interpretación de la información sobre el proceso electoral.

El efecto de la exposición a tratamiento de juego estratégico vs. asunto en campaña electoral sobre el involucramiento político ciudadano. (Paper ID: 200)

Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Palabras Clave: Campaña electoral; Consumo mediático; Involucramiento político; Framing; Realismo experimental

Resumen: La literatura internacional ha permitido determinar la influencia de los medios de comunicación, a partir de su cobertura de la política, en la generación de actitudes y comportamientos políticos de los ciudadanos (Avery, 2009). En el contexto de las campañas, se ha analizado el impacto del framing en las noticias, principalmente con uso de encuadres de juego-estratégico y asunto, sobre las actitudes ciudadanas desde diseños experimentales (Schuck et al., 2013; de Vreese & Semetko, 2002). Se trata de una importante línea de investigación desarrollada en el seno del área de comunicación política, que busca determinar la relación existente entre el consumo de los reportes mediáticos realizados de las elecciones con el compromiso y cinismo políticos desarrollados entre la ciudadanía (Cappella & Jamieson, 1997). Sin embargo, recientemente se ha planteado la necesidad de realizar estudios con mayor realismo acerca del efecto, para aumentar la validez externa y generalización de los estudios (de Vreese, 2012; Shehata, 2014). Con este nuevo acercamiento, denominado realismo experimental, se busca vincular contenidos mediáticos con mediciones de opinión (Schuck et al., 2016; Geers et al., 2018), generándose indicadores de exposición a contenidos concretos (Boomgaarden & Kritzinger, 2017). Tomando esta base como referencia, la ponencia presenta los resultados sobre el impacto de la exposición a contenido informativo, bien de estrategia electoral o bien de propuestas programáticas, en el desarrollo de diferentes niveles de involucramiento político de los ciudadanos, entendido este como la manifestación de la participación política de la ciudadanía, en el ámbito online y offline. Para ello, se trabajó con datos provenientes una encuesta panel con muestra representativa a nivel nacional realizada durante la campaña presidencial mexicana de 2018. Por otra parte, se analizaron las noticias de los principales periódicos nacionales y los noticieros televisivos matutinos y nocturnos de las televisoras nacionales durante la misma campaña. La vinculación de ambos estudios permitió determinar la influencia que la exposición, tanto al encuadre de juego estratégico como al de asunto,

tuvo en el involucramiento reportado por los ciudadanos. Los resultados muestran que la exposición al encuadre de asunto político logró hacer aumentar en el tiempo la participación política online y offline ciudadana, pero no así la exposición al encuadre de juego estratégico.

Mujer contra mujer: la imagen de Michelle Bachelet en su campaña televisiva de 2005 y 2014 (Paper ID: 100)

Alberto Pedro López-Hermida Russo (Universidad del Desarrollo)

Palabras Clave: Gender, Election, Spots, Political Communication

Resumen: La imagen proyectada por una mujer candidata en sus spots electorales televisivos cuenta con al menos dos ventajas que hacen que su análisis sea interesante: por un lado, muchas veces los spots son el primer contacto directo que el ciudadano tiene con el candidato y, por otro lado, el mensaje de los spots está absolutamente controlado por el candidato y su equipo, sin intermediaciones de ningún tipo. Por eso, parece interesante analizar cuánto y cómo aparece la candidata en sus spots electorales, con quién, de qué temas habla y qué competencias menciona, para dibujar así el estereotipo de género que se proyecta a los electores en una contienda electoral determinada. El análisis se vuelve aún más interesante si el estudio se hace con la misma candidata en dos elecciones presidenciales diferentes, tal como sucede con Michelle Bachelet en 2005 y 2014. El uso de estereotipos de género se podría ver aminorado una vez que el factor de género ya no es primera vez que se presenta. Más allá de dibujar el estereotipo de género proyectado por Bachelet en sus dos incursiones como candidata, esta investigación demuestra si ese estereotipo o imagen femenina se desgasta una vez que el tener a una mujer en competencia ya no es novedad. ¿Es la pérdida de novedad un contratiempo para el uso estratégico de estereotipos?

October 9 14:00-16:00

Panel 8: La construcción del discurso político en un contexto de populismo

Chair: Gustavo Meixueiro (Universidad Anahuac)

Suplente: Victoria Corduneanu (Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

Mecanismos discursivos del populismo: Mitos y mitologías políticas e históricas en el discurso oficial del régimen de Andrés Manuel López Obrador. (Paper ID: 214)

Victoria Corduneanu (Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

Juan Carlos Henríquez (Universidad Iberoamericana)

Palabras Clave: discourse analysis, populism, political myths, historical myths

Resumen: La presente investigación se propone contribuir y complementar las investigaciones actuales sobre los discursos populistas (Norris e Inglehart, 2018), enfocando en un aspecto concreto de los discursos populistas: el uso y la funcionalidad de los mitos políticos e históricos. En concreto, se analizan varias temáticas discursivas que empleadas en los discursos y pronunciamientos oficiales del Presidente López Obrador en 2018-2020o desde la perspectiva del análisis discursivo de los mitos y las mitologías político- históricas, enmarcada en un discurso de "lengua de madera". Raoul Girardet (1999 [1996]) propone la existencia de cuatro mitos políticos fundamentales en los discursos políticos: La Conspiración, EL Salvador, La Edad de Oro y La Unidad. Varios de estos mitos, y en específico el de la Edad de Oro, se fabrican a través del uso de la "historia reinventada" (Hobsbawm y Ranger, 1991). Así, además de estos cuatro mitos políticos, la reconstrucción de la historia se basa en varios otros nueve mitos fundamentales o fundacionales, entre los cuales destacan el mito de la salvación y de sufrimiento, el mito del tratamiento injusto, el del elegido y de la misión civilizatoria, el mito de renacimiento y renovación, (Schöpflin, 2000). Por otro lado, se usará la teoría de la "lengua de madera" (Thom, 1987), la cual, parecido al análisis del framing, toma en cuenta los aspectos de sintaxis, léxico, y de estilo de los discurso, pero, además, consideran el impacto que la construcción discursiva en modalidad "lengua de madera" tiene sobre lo real y sobre construcción discursiva de la racionalidad. Se analizan 20 discursos (pronunciamientos) oficiales del presidente López Obrador, en donde ha tocado temas de mitos políticos o histórico, como: los pueblos indígenas de México, el periodo virreinal del país, el episodio de la Independencia de México o personajes históricos , como Benito Juárez o Emiliano Zapata. Bibliografía: Girardet, Raoul (1999 [1996]). Mitos y mitologías políticas. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. Norris, Pippa e Inglehart, Ronald (2018). Cultural Backlash. Trump, Brexit, and Authoritarian Populism. Cambridge: Cambridge University Press. Schöpflin, G. (2000). The New Politics of Europe. Nations, Identity, Power. London: Hurst & Company. Thom, Françoise (1987). La langue de bois. Paris: Julliard.

El discurso político de AMLO como presidente de México: el uso de recursos comunicativos para la persuasión. (Paper ID: 203)

Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Palabras Clave: Discurso político, persuasión, framing, claves periféricas, comunicación gubernamental

Resumen: El discurso político desarrollado por gobernantes y representantes de la ciudadanía constituye una respuesta al deber de información y transparencia que se debe tener hacia los gobernados. Ello, sin embargo, no es un impedimento para que, más allá del objetivo de transmisión de información, con el mismo se busque cambiar creencias, actitudes y conductas en los ciudadanos, a través de un proceso de persuasión. Para ello, los actores políticos se pueden valer de diferentes mecanismos, como son la comunicación pública e institucional, el contacto personal con el ciudadano, las acciones de propaganda-publicidad o el uso de una estrategia de framing a través de su discurso público. Tomando

como caso de estudio el desarrollo discursivo realizado por Andrés Manuel López Obrador a partir de su llegada a la presidencia de México en 2018, la ponencia revisa las estrategias comunicativas seguidas por el presidente en busca de persuadir a la audiencia. Así, se analiza el uso de diferentes frames, con los que enfocar la realidad, donde destacan los encuadres que enfatizan el conflicto y la transmisión de valores morales. Pero también el uso de etiquetas informativas, que buscan la reducción de la complejidad del discurso mediante la utilización constante de claves periféricas que tratan de persuadir a través de la activación de emociones en la audiencia que las recibe y que derivan en la generación de un procesamiento simplista y periférico de la realidad política. Se reflexiona acerca de la presencia de estas y otras herramientas lingüísticas en el discurso presidencial mexicano, técnicas lingüísticas empleadas habitualmente por los políticos en su quehacer diario, se incrementa con el desarrollo de un discurso de corte populista, que busca generar una mayor cercanía a grandes capas de la ciudadanía.

Discurso político y políticas públicas. El caso del discurso del gobierno de AMLO acerca del desarrollo sostenible. (Paper ID: 244)

Jacobo Ramirez (Copenhagen Business School (CBS))

Palabras Clave: Discurso político, políticas públicas, energías renovables, neoliberalismo, populismo

Resumen: Políticas públicas con el fin de incrementar la inversión extranjera en energías renovables son frecuentemente enmarcadas en referencia a la Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible (United Nations, 2015). La urgencia de combatir el cambio climático por medio de energía renovables –Objetivo 7 (United Nations, 2015), es un marco de referencia utilizado para impulsar cambios estructurales en el manejo de recursos naturales para la transición a un sistema económico ecológico sostenible. Con el propósito de explorar los marcos referenciales utilizados en discursos políticos para impulsar la inversión extranjera en energías renovables, el presente estudio ofrece un análisis discursivo de los cambios en políticas públicas implementadas en México en materia energética. México inició una transformación de su modelo económico en la década de los 1980s por medio de cambios constitucionales. El análisis preliminar de los discursos políticos en los periodos presidenciales desde Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) a Enrique Peña Nieto (2012-2018), sugiere marcos económicos y morales como referentes al “urgente” cambio de políticas públicas en energías renovables, lo cual ha cambiado en la administración del presidente Andrés Manuel López Obrado. El presente estudio discute el impacto del enmarco de discursos públicos en relación a la Agenda 2030 con el fin de impulsar políticas públicas en beneficio de inversión extranjera directa en energías renovables en México.

¿Qué significa hoy el clásico "pan y circo"? Análisis del populismo dentro del discurso político. (Paper ID: 302)

Joanna Wilk-Racieska (University of Silesia)

Palabras Clave: populism, conversational argumentation, political discourse, european populism versus latino one

Resumen: El populismo se beneficia de las palabras nobles tales como, p. ej.: democracia, libertad, igualdad o justicia porque estas megapalabras evocan nobles ideas, nobles sentimientos y nobles objetivos. Por este motivo, el populismo es cada vez más peligroso ampliándose progresivamente a nuevos ámbitos. ¿Es ya el populismo un fenómeno de masas y es cuestión de tiempo que llegue a ser un fenómeno universal? ¿Existe un solo populismo o hay diferencia entre populismo europeo y populismo latino? ¿Qué tienen que ver los conceptos de democracia, justicia, género, familia, raza o clase social con esta diferencia? La ponencia responde a estas y algunas otras preguntas discutiendo la idea y el propio concepto de populismo desde un punto de vista lingüístico. La autora se sirve de las

herramientas de la lingüística intercultural (argumentación conversacional, frame linguistics y otras), y para poder analizar el fenómeno lo sitúa en un marco histórico-socio-cultural.

Verificación del discurso político en Campaña Electoral: el caso español de Newtral y Maldita. (Paper ID: 126)

Cristina Renedo Farpón (Universidad de Valladolid)

María Díez Garrido (Universidad de Valladolid)

Dafne Calvo Miguel (Universidad de Valladolid)

Eva Campos Domínguez (Universidad de Valladolid)

Palabras Clave: Comunicación Política, Verificación, Desinformación, Fact-checking

Resumen: Pese a que la desinformación no es un fenómeno reciente, el uso de redes sociales y el consumo mediático digital han facilitado la proliferación de campañas de noticias falsas, especialmente en el contexto político, donde destaca el consumo fake news en relación a la postura ideológica de los usuarios, para reforzarla (Magallón, 2018). Campañas como la que propició la victoria de Donald Trump en Estados Unidos (Journell, 2017; Allcott & Gentzkow, 2017), la de Bolsonaro en Brasil (Novomisky, 2018) o el fenómeno del Brexit en Reino Unido (Kucharski, 2016) han sido escenarios de propagación de desinformación. En este contexto, el objetivo de esta investigación es analizar las estrategias en los procesos de verificación llevados a cabo por dos nuevos medios de comunicación especializados en fact-checking durante la campaña electoral para las elecciones generales celebradas en España durante el mes de abril de 2019. La investigación presentada aborda, a través de la aplicación metodológica de entrevistas en profundidad, la dinámica de trabajo de Newtral y Maldita, dos proyectos surgidos recientemente en España y especializados en la verificación de contenidos. De esta forma se pretende constatar si las estrategias llevadas a cabo por estos proyectos periodísticos en el contexto concreto de una campaña electoral, a través del estudio de sus rutinas laborales y sus tácticas, son efectivas para combatir la desinformación y fomentar un consumo mediático responsable en la ciudadanía.

October 9 14:00-16:00

Panel 9: Forecasting Elections I and II

Chair: Maria Celeste Ratto (Universidad Nacional de Rio Negro)

Suplente: Michael Lewis-Beck (University of Iowa)

A two-stage model to forecast elections in new democracies. (Paper ID: 12)

Kenneth Bunker (University of Milan)

Palabras Clave: Electoral Forecasting, Dynamic Linear Models, Public Opinion Polls, Markov Chains, Latin America

Resumen: The purpose of this paper is to propose a method to minimize the difference between electoral predictions and electoral results. It builds on findings that stem from established democracies, where most of the research has been carried out, but it focuses on filling the gap for developing nations, which have thus far been neglected by the literature. It proposes a two-stage model in which data is first collected, filtered and weighed according to biases, and then output using Bayesian algorithms and Markov chains. It tests the specification using data stemming from 11 Latin American countries. It shows that the model is remarkably accurate. In comparison to polls, not only does it produce more precise estimates for every election, but it also produces a more accurate forecast for nine out of every ten candidates. The paper closes with a discussion on the limitations of the model and a proposal for future research.

Performance, Popularity, and Predicting Presidential Elections in Latin America: A Machine-Learning Approach. (Paper ID: 164)

Ryan Carlin (Georgia State University)

Gregory Love (University of Mississippi)

Palabras Clave: forecasting, fundamentals, popularity, elections

Resumen: Can fundamental conditions, such as economic performance, security, and executive popularity, predict election outcomes months in developing democracies? If so, how far in advance are such factors effectively predictive? And to what extent is the predictive strength of the factors conditioned by elements of institutional and political context such as electoral systems, election timing, levels of democracy, or party system stability? Building on the lengthy literature in the United States and Europe (ex. Abramowitz 2008; Lewis-Beck & Dassonneville 2015) on structural election forecasting, this paper assesses the efficacy of such “fundamentals-only” approaches in predicting elections in a new, developing, and unstable region: Latin America. While the first goal of the paper is to evaluate the validity of structural models for election forecasting outside of established and developed democracies, a related aim to move beyond the single-country models that dominate the literature. Utilizing a new expansive dataset of global presidential popularity (Executive Approval Dataset 2.01) along with World Bank and national economic data, we leverage cross-sectional institutional and political variance to develop a more nuanced and conditional forecast of presidential elections. In addition to providing cross-sectional variation, the larger dataset also allows us to employ both ensemble (random forest) and regression (LASSO) machine learning approaches for parameter selection (measure and lead time) and to minimize out-of-sample prediction error. Such an empirical strategy allows us to borrow from the burgeoning basket of ML tools to develop a data-first approach to forecasting presidential elections that travels throughout Latin American presidential democracies.

Forecasting Elections in Latin America: an Overview. (Paper ID: 198)

Éric Bélanger (McGill University)

Michael Lewis-Beck (University of Iowa)

Maria Celeste Ratto (Universidad Nacional de Rio Negro)

Palabras Clave: elecciones, trasvase de votos, argentina, realineamiento electoral, comportamiento electoral

Resumen: a existencia de elecciones regulares, libres, competitivas y limpias, es el pre-requisito de cualquier democracia. En Argentina, en 2019 se cumplieron 36 años de democracia luego del retorno constitucional de 1983. Han pasado 24 elecciones para cargos nacionales y más de 190 provinciales. Al igual que en 2015, en las elecciones presidenciales de octubre de 2019 se produjo una alternancia en el partido de gobierno. Es la primera vez desde que entró en vigencia la reelección presidencial (1994) que un partido no logra retener el gobierno. ¿Qué hay detrás de la alternancia del partido de gobierno? ¿Qué factores influyeron en el cambio de las preferencias electorales que llevaron al resultado de 2015 y 2019, provocando la alternancia de partidos? ¿Esos realineamientos indican una nueva realineación de preferencias? Estos son los principales interrogantes que guían a la presente investigación. El objetivo de este trabajo es estudiar el trasvase de votos de elección a elección entre 2011 a 2019, a fin de analizar la composición de las bases electorales de los principales partidos políticos de Argentina. Buscamos así aportar una visión integral de los ciclos electorales 2011-2015 y 2015-2019, poniendo especial énfasis en el análisis de las conexiones entre los realineamientos de las preferencias de los votantes y las decisiones de las elites políticas.

Forecasting Brazilian Presidential Elections: an Update and an Extension. (Paper ID: 182)

Mathieu Turgeon (The University of Western Ontario)

Lucio Renno (Universidade de Brasilia)

Frederico Bertholini (Universidade de Brasilia)

Palabras Clave: Presidential election forecasting, Brazil, multilevel analysis

Resumen: Models of election forecasting require, at a bare minimum, a reasonable number of observations on the dependent variable, that is, observations about election results. But, what to do when the number of observed elections is low like in recently (re)democratized countries? Turgeon and Rennó (2012) proposed a solution to this problem by recommending scholars to use subnational data. They evaluate their recommendation by proposing three forecasting models of Brazilian presidential elections (1994-2006). The models are adaptations from presidential forecasting models of American elections that take into consideration economic and political factors like state GDP growth, unemployment, trial-heat polls, popularity of the incumbent and others. In this paper, we extend their analysis to the recent presidential elections in Brazil (2010, 2014 and 2018), further incorporating finer granularity data from municipalities, both electoral and sociodemographic. We evaluate the performance of the proposed models in comparison to the established literature.

October 9 14:00-16:00

Panel 10: Popularidad de los Presidentes I: Research from the Executive Approval Project

Chair: Prof. Maria Laura Tagina (Universidad Nacional de San Martín)

Suplente: Patricio Navia (New York University)

When all the sudden, everybody hates you. The determinants of presidential approval for Sebastián Piñera, 2010-2014 and 2018-2020. (Paper ID: 166)

Jose Cabezas (Universidad Mayor)

Patricio Navia (New York University)

Palabras Clave: Presidential approval; economic vote; political crisis; ideological identification; Chile

Resumen: As presidential approval fluctuates, variation in the effect of the determinants of executive approval in presidential democracies also changes gradually. In cases where governments undergo a political crisis and there are drastic changes in presidential approval, identifying what determinants of executive approval change more pronouncedly helps define the real nature of the political crisis. With data on presidential approval for Chilean President Sebastián Piñera (2010-2014 and 2018-2020), we assess the determinants of support for Piñera and how the social protests of late 2019 have affected those determinants. As, all the sudden, support for Piñera drastically declined, we account for who supported Piñera before the crisis and after the crisis, seeking to explain the reasons for the drastic decline in support.

Populist Popularity: Baselines, Dynamics, and Policy Performance. (Paper ID: 136)

Ryan Carlin (Georgia State University)

Gregory Love (University of Mississippi)

Matthew Singer (University of Connecticut)

Palabras Clave: populism, presidents, prime ministers, popularity, accountability

Resumen: Public approval is a crucial source of executive power. Does the public support populist and non-populist executives similarly? Combining insights from research on ideational populism, policy reform, and accountability, this study theorizes that populists and non-populist leaders experience diverging dynamics of public approval and performance evaluations. Using data from the Executive Approval Project and Team Populism for 37 countries across Latin America, Europe, North America, and Asia, the analyzes compare the levels, dynamics, and policy performance of macro-approval for populist and non-populist leaders. Results lend credence to the theoretical framework. Populist leaders tend to be more popular, on average, than non-populists. They also experience unique approval dynamics. For instance, both honeymoon periods and end-of-term election bumps are exaggerated and populists' approval appears less responsive to economic, security, and corruption outcomes. Classic cyclical dynamics and policy accountability are more prominent after re-election. These findings have clear implications for our understandings of populism, macro-approval, and political accountability.

Socio-economic level, presidential approval and vote in Argentina (1984-2017). (Paper ID: 208)

Maria Laura Tagina (Universidad Nacional de San Martín)

Palabras Clave: Socio-economic level - Presidential approval - Vote - Argentina

Resumen: Education, occupation and material possessions are part of the so-call "long term predispositions" that explain the stability of opinions and electoral behavior. However, its influence has

decreased in high-income democracies. Does the same happen in third wave democracies? To answer this we analyze the case of Argentina, a country in which over almost four decades of free and fair, periodic elections, different political parties have alternated in the exercise of the Presidency, while important changes have occurred in the political and economic context. How much has the impact of the socioeconomic level of the voters varied in the decision to support or withdraw their support to the various political parties that occupied the presidency between 1984 and 2017? And in their assessment of the president? What factors in the political and economic context conditioned its impact? We analyze Public opinion data collected between 1984 and 2017 together with the databases of the Executive Approval Project, using multilevel analysis techniques.

Leadership and Election Outcomes in Jamaica. (Paper ID: 216)

Christopher Charles (University of the West Indies)

Neena Albarus (University of the West Indies, Mona)

Palabras Clave: Leadership, Economics, Homicides, Election Forecasting, Jamaica

Resumen: The model uses the variables annualized average inflation rate, annualized average interest rates, nominal foreign exchange, external debt to GDP and the homicide rate from 1962-2020 in a logistic regression to predict a general electoral win in 2020 for either the People's National Party (PNP) or the Jamaica Labor Party (JLP). The results show: $\ln(P / 1-P) \sim (PNP / JLP) = 13.41 + 0.307 \text{ Homicide} - 0.272 \text{ Inf.Avg} - 1,233 \text{ IntRate} - 0.163 \text{ EXCH} + 0.154 \text{ Debt} / \text{GDP} - 0.906 \text{ Elect}$. When there is a reduction in the inflation rate, interest rates and nominal foreign exchange, as well as increasing external foreign debt repayments and rise in homicides there is the reduced likelihood of the PNP winning the election. Predicted probabilities of the general election outcome were also generated which revealed that the PNP has a 26.1 percent chance out of 100 whereas the JLP has a 99.7 percent chance out of 100 in winning a general election in 2020. The model accurately generated the predictive probabilities of 10 of the 13 general elections (76.9%) from 1962 to 2016. The maximum party leader is very influential in general election outcomes in the Westminster system of governance. What the leader is like has greater impact on voter preference than the political party and electoral candidates. Party leaders who lose elections usually face widespread criticism inside and outside the party and / or leadership challenges. Therefore, leadership traits are incorporated in the model to test the influence of party leadership (personalized politics) on election outcomes in a small developing state. The model accurately generated the predictive probabilities of 10 of the 13 general elections (76.9%) from 1962 to 2016. The maximum party leader is very influential in general election outcomes in the Westminster system of governance. What the leader is like has greater impact on voter preference than the political party and electoral candidates. Party leaders who lose elections usually face widespread criticism inside and outside the party and / or leadership challenges. Therefore, leadership traits are incorporated in the model to test the influence of party leadership (personalized politics) on election outcomes in a small developing state. The model accurately generated the predictive probabilities of 10 of the 13 general elections (76.9%) from 1962 to 2016. The maximum party leader is very influential in general election outcomes in the Westminster system of governance. What the leader is like has greater impact on voter preference than the political party and electoral candidates. Party leaders who lose elections usually face widespread criticism inside and outside the party and / or leadership challenges. Therefore, leadership traits are incorporated in the model to test the influence of party leadership (personalized politics) on election outcomes in a small developing state. The maximum party leader is very influential

in general election outcomes in the Westminster system of governance. What the leader is like has greater impact on voter preference than the political party and electoral candidates. Party leaders who lose elections usually face widespread criticism inside and outside the party and / or leadership challenges. Therefore, leadership traits are incorporated in the model to test the influence of party leadership (personalized politics) on election outcomes in a small developing state.

October 9 19:00-21:00

Panel 11: Estudios de Opinión Pública en América Latina

Chair: Israel Palazuelos Covarrubias (Universidad de Salamanca)

Suplente: Fátima Garcia (Universidad de Salamanca)

Public, public and democracy opinion in the theory of social systems. (Paper ID: 371)

Laura Hernandez Arteaga (Universidad Nacional Autonoma de Mexico)

Palabras Clave: public opinion, theory of social systems, democracy

Resumen: The paper addresses the conception of Luhmann public opinion and its relationship with democracy; they are based on an exposition of the epistemological foundations of social systems theory. For his part, he realizes the reconstruction of the term of public opinion in the context of the political system of society in Luhmann, whose preparation starts from his work from the sixties and seventies until the autopoietic turn of his conception of this system, Public opinion and democracy. Public opinion is an "invisible power", with some relevance to the dynamics of legitimization of decision-making, which are carried on the quicksand of the dominant political communication: namely the distinction between politics, administration and the public; Politics is the struggle for power through the organizations and institutions characteristic of democratic political systems.

Challenges in market and public opinion research in Central America & the Caribbean. (Paper ID: 451)

Jorge Andres Ruiz (The Research Central)

Palabras Clave:

Resumen: As a Central American based market research agency and with a vast experience working in the region and in the Caribbean for more than 30 years, we have gained a substantial knowledge about how each market works, their culture and their challenges. Each country is different from one another despite of sharing borders and most of them sharing the same language. In terms of modern data collection, Central America & the Caribbean have developed in a slower pace compared to other regions which includes first world countries, in some countries – especially in the Caribbean – migrating from PAPI to CAPI was challenging because of poor signal coverage. In some countries of Central America the issue was mainly security concerns (in the end, this also applies for the Caribbean). Luckily, smartphone/tablet technology slowly became reachable to almost all socio-economic segments which finally helped the industry to migrate entirely from PAPI to CAPI. Now, both these regions have been moving forward towards online interviewing – slowly. As internet penetration still has a low percentage in almost all countries. Definitely, the best way to go (depending on the target audience) is a mix mode methodology between CAPI and online, this means: lower costs and fewer days on field (which also translates to: faster data delivery). However, the most important thing for a successful market/public research project is to know at least the basics of each country's cultural habits. It's important to ask and/or investigate beforehand what can be done and what cannot be done.

Sentidos da opinião pública na contemporaneidade. (Paper ID: 392)

Karina Duailibe (University of Brasilia)

Palabras Clave:

Resumen: Este artigo apresenta uma reflexão acerca dos sentidos e da pertinência da noção de opinião pública na contemporaneidade. Qual é o lugar da opinião pública no debate democrático? Como o ambiente online afeta os referentes tradicionais desta noção? Orientada por essas duas questões, este paper se propõe a analisar a ideia de opinião pública na atualidade e revisitar sua pertinência como

categoria política, em especial após as novas lógicas de produção, expressão e circulação de opinião inauguradas pela internet. O artigo está dividido em três partes: uma reconstrução histórica do termo até a emergência das surveys (HABERMAS, 1984; NOELLE-NEUMANN, 1993; a segunda parte aborda a consolidação de um influente campo de investigação sobre a opinião pública construído em torno das surveys, quanto estas tornam-se seu principal referente (PRICE, 2008; HERBST, 1993; SHAPIRO, 2011); e uma terceira seção é dedicada aos desafios impostos ao termo pelo ambiente online, e para a noção de democracia alicerçada na ideia de públicos que as surveys tradicionais estavam preparadas para ouvir, coletar e expressar. Trata-se de um exercício inteiramente teórico. O desafio metodológico é aproximar autores e literaturas em um diálogo ainda pouco consolidado, entre referentes tradicionais de opinião pública e o campo emergente de investigação dos fenômenos de opinião online, como as chamadas câmaras de eco, filter bubbles, entre outros (SUNSTEIN et al., 2017). O corpo teórico e a discussão propostas neste artigo fazem parte de minha tese de doutoramento, atualmente em produção.

The longitudinal relationship between online and offline political participation in the context of a presidential campaign. (Paper ID: 201)

Alejandra Rodríguez-Estrada (Universidad Autónoma de Baja California, México)

Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Martín Echeverría (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México)

Palabras Clave: Offline political participation, online political participation, presidential campaign, spillover effect, panel survey

Resumen: Literature traditionally discusses the role that political participation plays in the democratic decision making of a country, most of the time from the dichotomy of formal or informal political participation. Today's hyperconnection, allows new political participation expressions that must be considered when understanding the concept itself. In order to do so, one should understand the relation between online and offline political participation, especially in times that detonate said interaction, as it happens during electoral times. An digital panel survey was applied at a national level in Mexico during the 2018 presidential election campaign with the objective to compare the relation between the online and offline report. We found that only at times closer to the election and after it, the spillover effect happens, in which we can say that the offline political participation influences the online one.

Percepción de inseguridad y participación política en los países de América Latina. Análisis comparado desde la opinión pública. (Paper ID: 174)

Israel Palazuelos Covarrubias (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: Inseguridad subjetiva, Comportamiento electoral, Democracia participativa, Democracia representativa, Cultura política

Resumen: El tema social que más preocupa en América Latina es, sin duda, el de la inseguridad. En la región, una proporción importante de ciudadanos piensa que el principal problema de su país, y de su localidad, tiene que ver con la seguridad pública, por encima de cuestiones también trascendentales como el desempleo o la corrupción (Latinobarómetro, 2019). La percepción ciudadana, como la del párrafo anterior, forma parte de la dimensión subjetiva del fenómeno, la cual aglutina, además, las reacciones sociales, las emociones, las representaciones y las conductas hacia la inseguridad (Eagly y Chaiken, 1993; Manstead y Hewstone, 1996). La percepción, a diferencia de los registros oficiales y de victimización, hace que las personas tomen decisiones de diversa naturaleza: si se muestran más preocupadas, atemorizadas o perciben mayor riesgo de ser víctimas de algún delito, pueden gastar más en bienes y servicios de seguridad, dejar de ir a la escuela y a la plaza, mudarse, o votar por otro candidato (Otamendi, 2016). El componente electoral es trascendental para la democracia de América

Latina. A pesar de que solo es una de las modalidades de participación política, es la más elemental, mediante la cual se puede influir de manera vinculante, sin intermediarios, ni un gran esfuerzo, y en la que se involucra una cantidad mucho mayor de ciudadanos, incluso en países donde el voto no es obligatorio (Nohlen, 2004). La hipótesis de trabajo es, precisamente, que la percepción ciudadana de inseguridad repercute en sus predisposiciones y prácticas político-electorales de manera diferenciada, en los países latinoamericanos. Con base en esta, se presentan los resultados de una primera etapa de la investigación doctoral inscrita en el Programa de Estado de Derecho y Gobernanza Global de la Universidad de Salamanca, correspondiente a la comparación cuantitativa y correlacional cuya principal fuente de información son bases de datos de encuestas internacionales. Emplea como unidad de análisis al ciudadano y compara la agregación de datos a nivel país.

October 9 19:00-21:00

Panel 12: Jóvenes en América Latina

Chair: Prof. Carolina Segovia (Universidad Diego Portales)

Suplente: Araceli Mateos (Universidad de Salamanca)

Espacios que contribuyen al bienestar y comunicación en los universitarios de Puno. (Paper ID: 461)

Katia Barrientos Paredes (Universidad Nacional del Altiplano - Puno)

María del Rosario Vera del Carpio (Universidad Nacional del Altiplano - Puno)

Yudy Janeh Yucra Mamani (Universidad Nacional del Altiplano - Puno)

Palabras Clave: Bienestar, Comunicación, Felicidad, Tecnología digital.

Resumen: El presente trabajo investigación los espacios que contribuyen a la sensación de bienestar y comunicación en los estudiantes universitarios para disminuir el individualismo digital en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno- Perú, determinando la percepción de satisfacción consigo mismo y la capacidad de visionar un plan de vida considerando valores, salud, amor, riqueza, dinero, familia, desde la dimensión afectiva psicosocial, aplicando el método cualitativo-cuantitativo respecto a los factores que intervienen en la percepción de bienestar de los estudiantes mediante un cuestionario validado cuyos resultados priorizan la importancia de la familia en el sentir de los estudiantes de la universidad; para ello se aplicó las tecnologías digitales es decir un cuestionario on line que mide la sensación de bienestar y felicidad en los claustros universitarios, los resultados permitieron conocer el impacto que genera dejar la familia en los estudiantes de provincias cuyo idioma nativo es el quechua y el aymara, el cambio brusco de un entorno rural lleno de costumbres y prácticas ancestrales, ejemplo lazos de reciprocidad como el ayni y la minka, a un entorno académico con rasgos de la globalización y encontrarse con la política que prima en algunos profesores para las notas finales, asimismo el hecho de vivir en habitaciones con baños compartidos sumado a ello la falta de dinero, el afecto de una pareja, puntos de internet wifi para cumplir sus trabajos, tomas de local, docentes agresivos, acosadores, mal preparados y faltos de empatía con las necesidades de los alumnos, también la necesidad de mejorar los horarios en la atención de las bibliotecas, comedor universitario, crear más espacios de esparcimiento, eventos culturales lo que permitió obtener una visión ampulosa de las expectativas de la masa estudiantil respecto a su estadía en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

Qual a cultura política dos jovens brasileiros? O processo de socialização política através das redes sociais. (Paper ID: 86)

Andressa Liegi Vieira Costa (Universidade de Lisboa)

Jennifer Azambuja de Moraes (Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS))

Ana Julia Bonzanini Bernardi (Federal University of Rio Grande do Sul)

Palabras Clave: socialização política, juventude, cultura política, redes sociais

Resumen: A apatia por assuntos políticos dos jovens não é novidade no cenário brasileiro. Os baixos níveis de interesse, de participação e confiança políticos da juventude estão corroborando para a constituição de uma cultura política hostil em relação à democracia e as suas instituições, levando o jovem a uma descrença na política. A novidade está por conta do uso das novas tecnologias de informação e comunicação, em especial da internet e suas redes sociais, que estão se constituindo como um agente socializador das novas gerações, junto com a família, escola e demais meios de comunicação. Neste sentido, este artigo tem como problema de pesquisa: "O uso da internet e das redes sociais estão impactando na constituição de uma cultura política cívica nos jovens brasileiros? Com isto, propõe-se verificar se a apropriação da internet e das redes sociais, por parte dos jovens, está impactando no

interesse, na participação e na confiança política destes. Trabalha-se com a hipótese de que, apesar do advento da internet, os jovens não estão internalizando valores mais democráticos, além de manterem o baixo nível de interesse pela política. Este artigo trabalha com o protocolo quantitativo, através do método survey e análises descritivas e inferenciais dos dados. Os dados são de pesquisas realizadas pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL/UFRGS), em 2015 e 2019, com jovens de 13 a 24 anos, de escolas públicas e privadas, da cidade de Porto Alegre/RS.

El perfil del votante joven en México. (Paper ID: 178)

Jesús Aguilar López (Universidad de Guanajuato)

Palabras Clave: comportamiento electoral, participación electoral, abstencionismo, identificación partidaria.

Resumen: La ponencia presentará avances de la investigación sobre comportamiento electoral de los jóvenes en México, la cual busca elaborar un perfil global de la participación electoral de los jóvenes en México, se tendrá en consideración el periodo que va del 2000 al 2018, lo cual representa analizar el periodo de inicio de la alternancia política a nivel presidencial. La población joven en México (18 a 29 años) es la más numerosa, por lo cual se debe hacer la pregunta sobre ¿cuáles son sus principales pautas de comportamiento electoral en este periodo de transformaciones políticas? ¿Han cambiado las actitudes políticas de los jóvenes durante las diferentes elecciones presidenciales e intermedias? Como hipótesis se puede decir que el comportamiento electoral de los jóvenes es diferenciado respecto al de los adultos en cuanto a la participación electoral, los jóvenes se caracterizan por ser más abstencionistas, pero también presentan pautas de comportamiento en cuanto a sus preferencias que los asemeja a los adultos. En esta misma tesitura, se explora el fenómeno de la identificación partidaria de los jóvenes, la cual presenta una tendencia a la baja. Estas hipótesis están sustentadas en evidencia empírica. En general con base en una propuesta teórica y uso de técnicas cuantitativas en la que se considera la complejidad del contexto de los jóvenes y del sistema político mexicano se ofrecerá un avance de las tendencias de participación electoral y preferencias partidistas. El análisis se base en diferentes fuentes de datos: encuestas de opinión realizadas durante los procesos electorales, encuestas nacionales de cultura política y de juventud, y también las encuestas realizadas por el Latinobarómetro y LAPOP, así como fuentes de datos del propio IFE/INE.

Redes sociales y movilizaciones estudiantiles en la participación política de los jóvenes de Manizales, Colombia. (Paper ID: 411)

Yoiver Giraldo (Universidad de Manizales)

Palabras Clave: Redes sociales, movilizaciones sociales, participación política, población juvenil

Resumen: A través de una encuesta online completada por 874 jóvenes de la ciudad de Manizales, Colombia, este estudio obtuvo información sobre el uso que hace la población juvenil para participar en los procesos políticos. El análisis se realizó en el marco de las movilizaciones sociales del mes de noviembre de 2019 contra las políticas del gobierno del presidente Iván Duque Márquez. La información obtenida fue sistematizada automáticamente en el software Question Pro. Los resultados indican que los jóvenes inscritos a las universidades de la ciudad son más propensos a tener participación política on-line y off-line, así mismo, quienes estudian en universidades públicas participan en mayor medida en movilizaciones sociales en comparación con jóvenes de universidades privadas. Igualmente, el uso de redes sociales se hace principalmente para compartir convocatorias a espacios de participación política off-line y apoyar a través de mecanismos de interacción digital el desarrollo de las protestas. Por último, no se encontraron diferencias de género ni en la participación política on-line y off-line.

October 9 19:00-21:00

Panel 14: Opinión Pública en México I

Chair: Pablo Paras (Data OPM).

Suplente: Gustavo Meixueiro (Universidad Anahuac)

The Changing Attitudes Towards Marijuana Legalization in Mexico. (Paper ID: 163)

Miguel Torhton (La Salle Mexico)

Palabras Clave: survey, marijuana, drug policy

Resumen: This paper examines the change in attitudes towards marijuana legalization in Mexico using a public opinion survey from 2017. The general trend described by this paper is an increasing number of Mexicans in favor of marijuana legalization, as a consequence of an increase in the support for a legalization based on a medicinal use. This study also explores the socio-demographic characteristics and political affiliation of three identifiable groups: marijuana legalization supporters, opponents, and those declaring not having enough information to declare a position. The paper ends with a discussion on the similarities of the change in attitudes towards marijuana legalization measured by public opinion research in other countries, aiming to offer the Mexican perspective of a global attitudinal change.

El impacto electoral de los programas sociales de la 4T México. (Paper ID: 425)

Pablo Paras (Data OPM)

Palabras Clave: Populismo, Elecciones, México, Clientelismo

Resumen: Se analiza el impacto electoral, social y económico que pudieran tener los programas sociales del gobierno federal de México. Se estiman que el total de los programas tendrá como beneficiarios directos a alrededor de un cuarto del electorado nacional. Para medir el impacto se usan datos de una encuesta nacional representativa de la población general adulta de México y se emplea una batería de más de 30 reactivos para clasificar al entrevistado como beneficiario directo-beneficiario indirecto-no beneficiario. El análisis se centra en las diferencias en múltiples indicadores políticos, electorales, sociales y económicos (objetivas y subjetivas) entre estos tres tipos de entrevistados. Los resultados muestran que hay diferencias significativas; se discute el alcance e impacto de estas.

El clivaje (re) distributivo: La Elección Presidencial Mexicana de 2018. (Paper ID: 146)

Carlos Luis Sánchez y Sánchez (Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales)

Palabras Clave: clivaje, ideología, desigualdad, México, Elección Presidencial

Resumen: El trabajo muestra en primera instancia la división existente en el electorado en torno a los efectos distributivos esperados del Estado y el Mercado; con base en un análisis de conglomerados, el trabajo relaciona respuestas comunes de un conjunto de variables que indagan opiniones sobre la conveniencia de la intervención Estatal como vía para disminuir la desigualdad social a partir de una mejor distribución equitativa de la riqueza; una mayor asistencia social; la conveniencia de mantener las empresas públicas y la importancia del gobierno como el principal responsable del bienestar de la gente. Posteriormente, con base en un modelo logístico, se presenta el peso diferencial que tienen como variables explicativas de los perfiles pro-Estado y pro-Mercado, el voto por los distintos candidatos de la

elección Presidencial; la ideología; la identidad partidista y las posturas respecto al aborto; la adopción por parejas homosexuales y la percepción que se tiene sobre la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas y el rol del Estado en la aplicación de la ley.

October 9 19:00-21:00

Panel 15: Opinión Pública en México II

Chair: José Antonio Meyer Rodríguez (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

Suplente: Gerardo Maldonado (CIDE)

Encuesta para la evaluación de la opinión pública fiscal en México: Una propuesta de medición. (Paper ID: 4)

María Goenaga Ruiz de Zuazu (Universidad Complutense de Madrid)

Palabras Clave: opinión pública, encuesta, fiscalidad, México

Resumen: En términos generales, las opiniones se refieren a las evaluaciones (a favor o en contra) de las personas, objetos, grupos o conductas. Cuando estas opiniones son relativamente estables, hablamos de actitudes y están cargadas de significado para quien las defiende. En el ámbito fiscal, y más en sociedades como la mexicana donde el nivel de cultura fiscal entre sus ciudadanos es eminentemente bajo, es fácil encontrar personas o grupos con una aversión crónica al sistema tributario sin tener muy claras las razones individuales o sociales que soportan su comportamiento. Aunque el bienestar de los mexicanos ha mejorado gradualmente en los últimos cinco años, las desigualdades siguen siendo altas y muchas familias permanecen en la pobreza. Si bien es cierto que son muchas las propuestas de reforma fiscal para México, todas ellas adolecen de un déficit de atención en relación a la legitimidad social (opiniones y actitudes de su ciudadanía) de su sistema fiscal como importante soporte financiero de una extensión del Estado de bienestar. Son escasas, aisladas e incompletas las fuentes demoscópicas nacionales donde se analiza el nivel de legitimación social de los mexicanos hacia su responsabilidad tributaria y pacto fiscal nacional. En este sentido, el objetivo general de este trabajo es realizar una propuesta metodológica de encuesta para analizar la opinión pública fiscal de los mexicanos. Se proponen una batería de preguntas tratando de evaluar las opiniones y actitudes de las dos vertientes de la política fiscal: los ingresos y los gastos públicos que sirvan a los decisores públicos de México a tomar mejores decisiones en torno al diseño del sistema fiscal.

Confianza institucional en el Instituto Nacional Electoral: un análisis sistémico en el marco de las elecciones federales de 2018 en México. (Paper ID: 460)

Issis Luz María Juárez Rodríguez (Universidad del Valle de Puebla)

Alejandra Rodríguez Estrada (Universidad Autónoma de Baja California)

Palabras Clave: Confianza Institucional, proceso electoral, Instituto Nacional Electoral

Resumen: El Instituto Federal Electoral (IFE) es creado en 1989 como respuesta a los cambios políticos electorales del país, y su creación buscó incentivar la confianza en los procesos electorales y los resultados de las elecciones federales en México. No obstante, a partir de 2006 la confianza en el Instituto, de acuerdo con algunas encuestas nacionales, parece disminuir. Derivado de diversos contextos políticos y electorales, en 2014 el IFE es sustituido por el Instituto Nacional Electoral (INE), que busca cimentar la confianza electoral que se había perdido con los procesos electorales pasado. El objetivo de esta ponencia es analizar la confianza en el INE a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Elecciones 2018 derivada del proyecto "Infoentrenimiento político, encuadres

periodísticos y desconfianza ciudadana” (clave 256670), financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT, y la aplicación de grupos de enfoque en el municipio de Puebla. Entre los principales resultados se encontró que la confianza en el INE es menor a la confianza en el proceso electoral previo a los resultados electorales de 2018, y que, conforme se acerca la jornada electoral disminuye la desconfianza en el INE, mientras que la confianza en el proceso electoral tiene pocas variaciones; y una vez que finaliza la jornada electoral, la confianza en el proceso electoral es mayor que en el INE. Por otro lado, se encontró que la confianza por los ciudadanos más jóvenes se construye a partir de sus experiencias en el INE y su conocimiento del proceso a través de redes sociales digitales y personales. En cambio, los ciudadanos más grandes configuran la confianza en el INE a partir de su desafección por la política.

Independencia partidista en México: bases ideológicas y comportamiento político. (Paper ID: 144)
Isaac Cisneros (El Colegio de México)

Palabras Clave: Independencia partidista, ideología, voto, actitudes políticas, México

Resumen: La identificación partidista explica las actitudes, opiniones y el comportamiento político de los individuos. Sin embargo, poca atención se ha puesto a su contraparte: la independencia partidista. En América Latina, los votantes independientes son el 62 por ciento del electorado y, en México alcanzan el 81 por ciento. Asimismo, la literatura sobre identificación partidista señala que los independientes carecen de lazos previos e inclusive de una vinculación política, llegando a señalar que son individuos “neutrales y racionales” o que ocultan su partidismo. En discusión con estas ideas, se argumenta que los independientes sí poseen un vínculo político configurado por su ideología. Haciendo uso del Barómetro de las Américas, del Comparative Studies of Electoral System y del Estudio Panel para México 2006 se distingue a los independientes según su ubicación ideológica. La evidencia muestra que: 1. Los independientes podrán carecer de una identificación partidaria pero poseen una vinculación ideológica. 2. Los independientes con vínculo ideológico tienen un mayor grado de involucramiento en la política que aquellos independientes sin vínculo ideológico. 3. La ubicación ideológica del independiente de izquierda y de derecha, respectivamente, influye en su decisión de apoyo al partido político que se encuentra más cercano a su ideología. 4. El independiente sin vínculo ideológico es más propenso a la abstención electoral que los independientes con vínculo ideológico. 5. A diferencia del independiente de derecha y de izquierda, el independiente de centro y el que no posee un vínculo ideológico son más susceptibles a cambiar su preferencia partidista debido a lo que ocurre en las campañas electorales, así como más volátiles al decidir su voto.

Changing Mexican attitudes toward the United States: A re-birth of anti-americanism? (Paper ID: 221)
Gerardo Maldonado (CIDE)

Palabras Clave: Public Opinion, Foreign Policy, Anti-Americanism, Mexico, Trump

Resumen: Under what conditions was Mexican public opinion toward the United States affected by the arrival of Donald Trump as President? What are the individual and contextual determinants of Mexican feelings and opinions toward the United States? Do Mexicans distinguish between two dimensions of attitudes toward the United States (what America is and what America does) as the theory predicts? If yes, what are the factors explaining each dimension? Who are the Mexicans who changed the most as a consequence (or not) of Trump’s new administration? Why have Mexicans changed the most, among other international publics, in their attitudes toward the United States and its President? The argument I want to develop in this paper is threefold. First, Mexicans (as any other citizens) differentiate between more than just two dimensions—contrary to what previous literature has stated—: what America does, American soft power, and American hard power. Second, what we have seen recently in Mexico is a

dramatic change in attitudes toward what America does, but not towards American soft power and hard power. And third, these dimensions are explained generally by different factors. What America does is determined by economic attitudes (openness) and general opinions about specific American presidents and policies, meaning a very time sensitive dimension. Attitudes toward American soft power and hard power are explained by socio-demographic features (age and education), political attitudes (ideology, party identification, democratic support) and nationalism, making them more stable across time.

October 9 19:00-21:00

Panel 3: Elites y sus opiniones en América Latina I y II

Chair: Araceli Mateos (Universidad de Salamanca)

Suplente: Mercedes García (Universidad de Salamanca)

Birds of a Feather...?: A Longitudinal Analysis of Elite Polarization and Ideological Cohesion in Latin America. (Paper ID: 476)

Emily Carty (Universidad de Salamanca)

Mariano Torcal (Universitat Pompeu Fabra)

Palabras Clave: elites, ideology, polarization, PELA

Resumen: There has been much debate over the last decades as to the ideology of political elites in Latin America (see, for example, Singer 2016). Taking advantage of the extensive database of parliamentary elite survey data from the Parliamentary Elites of Latin America (PELA) project, in this paper we seek to answer two questions regarding the ideological placement of Latin American political elites from a longitudinal perspective. Firstly, we will assess to what extent representatives from different ideological blocks (such as leftist parties or right-wing parties) have more or less ideological cohesion. We will also examine the political polarization amongst elites by testing whether or not the distance between and within these blocks is increasing or decreasing. Looking at these questions from a longitudinal perspective is particularly important, given the effect elite ideological placements can have effects on party system dynamics as well as voter behavior (see, for example, Singer 2016 and Béjar et al. 2020). In order to conduct the proposed analyses, we will primarily use the new merged time series PELA dataset which includes the individual-level survey responses of parliamentary elites along with party-level and country-level variables (Alcántara 2019). We will complement this data with codification of the ideology of political parties from the Latin American Political Database (Stephens & Huber, 2012).

Los caminos políticos y el género en América Latina. Un análisis de las trayectorias de las élites legislativas. (Paper ID: 501)

Mercedes García Montero (Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca)

Cecilia Rodríguez (Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: elites legislativas, trayectorias, PELA

Resumen: El trabajo se centra en el análisis de las trayectorias políticas de los legisladores y las legisladoras de América Latina con dos objetivos: por un lado, explorar la existencia de diferencias y, por otro, comprobar si los sesgos de género presentes en las estructuras que impactan en las organizaciones sociales y políticas, dan cuenta de los diferentes caminos políticos de las élites legislativas. Los datos que se utilizan para dar luz a estos supuestos provienen el proyecto PELA-USAL el cual presenta una enorme riqueza empírica para comprobar, tanto de forma diacrónica como longitudinal, los perfiles individuales y las actitudes de las legisladoras latinoamericanas en comparación a sus pares hombres a lo largo de los últimos 25 años.

Poder Judicial en América Latina desde las elites parlamentarias. (Paper ID: 434)

Elena Martínez-Barahona (Universidad de Salamanca)

Guillermo Boscan (Universidad de Salamanca)

Hector Centeno Martín (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: Elites parlamentarias, encuestas, no respuesta parcial

Resumen:

The confidence on courts for dealing public policy questions and political disputes is a central issue in contemporary democracies. However, there are few studies about the complex relationship among the courts, public attitudes and the institutional authority of courts. Although it is a fact that courts depend on public confidence for the effectiveness and legitimacy of judicial authority. The paper analyses the perceptions of legislators regarding judicial Independence trying to connect that perceptions with the judicialization of salient political cases in the region. Taking into account that managing public's perception of judiciary is a challenge, this article explores the relation between perceptions on justice, judicialization of politics and how it impacts in the democracy of the region. Most of the empirical evidence of this paper is drawn from the survey conducted with legislators from all countries in the Latin American región (PELA Project. University of Salamanca).

Evaluación de las tasas de no respuesta parciales en el estudio de las élites parlamentarias. (Paper ID: 432)

Araceli Mateos (Universidad de Salamanca)

Mar Martinez-Roson (Universidad de Salamanca)

Margarita Corral (Brandeis University)

Palabras Clave: Elites parlamentarias, encuestas, no respuesta parcial

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar la calidad de la información recogida mediante encuesta a través de entrevista personal a Élite Parlamentarias. En concreto, se realizará una primera aproximación a como se presenta la tasa de no respuesta parcial (No Sabe y No Contesta) en el proyecto de élites parlamentarias de América Latina (PELA). El diseño muestral de este proyecto está basado en una muestra proporcional a representantes parlamentarios por partido político en cada legislatura por país. La ausencia de información en algunas de las preguntas objeto de análisis en este tipo de encuestas, con universos poblacionales y muestras pequeñas, puede provocar efectos importantes en la calidad de los datos, y que los analistas ignoren registros en sus análisis estadísticos, apareciendo sesgos en las estimaciones y conclusiones alcanzadas. Es conocido que los sesgos serán menores cuanto más aleatorio sea el proceso de no respuesta; es decir, cuando la no respuesta se distribuya de forma aleatoria entre los distintos entrevistados (Torcal y Morales, 2000:219). Por ello, en primer lugar, se indagará si la tasa de no respuesta distribuida aleatoriamente o no, qué tipo de preguntas son las que presentan una mayor tasa de no respuesta parcial (abiertas, cerradas, por temática, ubicación en las diferentes partes del cuestionario). En segundo lugar, se evaluarán las dimensiones de dicha tasa de no respuesta y si presenta algunos rasgos característicos por país, partido político, o si esa no respuesta parcial se da en algunas personas entrevistadas en un mayor número de preguntas.

La encuesta como instrumento para el estudio de las elites políticas en América Latina_(Paper ID: 442)
_Cristina Rivas Pérez (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: encuesta, elites parlamentarias, representatividad, variables

Resumen: El objetivo de este trabajo es presentar una evaluación del instrumento de medida empleado por el Proyecto Elites Parlamentarias Latinoamericanas (PELA-USAL) para el estudio de las elites parlamentarias, concretamente la encuesta personal con los legisladores utilizando cuestionarios mayoritariamente cerrados. El PELA-USAL fue puesto en marcha en el año 1994, y es una investigación pionera en las encuestas a élites. En este trabajo se tratará de evaluar, luego de más de veinte años de la creación de la base de datos PELA-USAL, la validez del cuestionario como instrumento de medida poniendo el foco de atención en la batería de preguntas a responder por el entrevistador: valoración de la entrevista, grado de dificultad en el entendimiento del cuestionario por parte del entrevistado, duración de la entrevista, y la tasa de respuesta por partido político y país. Además, se buscará

relacionar la validez de la encuesta con otros aspectos metodológicos del proyecto como su estructura, la representatividad de la muestra y los problemas derivados de las variables analizadas.

October 10 14:00-16:00

Panel 16: Desigualdad y sus efectos en la opinión pública

Chair: Lucas Klobovs (Poliarquía y Universidad Nacional de Tres de Febrero)

Suplente: Alejandro Plaza (COES)

Volumen De Las Redes Sociales e Imágenes De La Desigualdad Social. (Paper ID: 338)

Guillermo Beck (Agencia Calidad de la Educación)

Alejandro Plaza (COES)

Palabras Clave: Preferencia distributiva, Homofilia y tamaño de la red, Percepción hacia desigualdad and Redes de contacto cercanas

Resumen: Respecto a distribución de riqueza de manera justa, investigaciones previas indican que existen factores individuales y contextuales claves para explicar las percepciones y justificaciones sobre desigualdad que despliegan las personas. Sin embargo, exista una variación del fenómeno que aún no ha podido ser explicada. En tanto, desde otro enfoque de la sociología, existe literatura que señala que el contacto interpersonal colabora en los juicios evaluativos que realizan las personas, de tal manera que los lazos sociales influyen el comportamiento de las personas. Específicamente, la teoría del grupo de referencia sostiene que las percepciones sociales de las personas incluyen los elementos de su propia experiencia social, así como la experiencia de: familiares, amigos, colegas del trabajo, razón por la cual solo se incorpora limitadas dosis de información sobre la sociedad en su conjunto u otras imágenes abstractas a partir de la cual las personas realizan generalizaciones sociales. Sin embargo, no existe evidencia que señale cómo el contacto interpersonal puede relacionarse con la percepción y justificación de la desigualdad social específicamente, motivo por lo cual se torna relevante indagar si, en Chile, la experiencia grupal se relaciona con los aspectos recién descritos. Con los datos proporcionados por la Encuesta Nacional de Conflicto y Cohesión Social (ENACOES) 2015 (n=2025), se testean una serie de modelos de regresión multinomial, donde, como variables dependientes se utilizan ítems que muestran cinco pirámides de distribución de ingresos con las cuales se consulta a los encuestados como creen que debería ser y como creen que se distribuyen los ingresos en Chile, mientras que las variables independientes de interés son: el tamaño de la red (scale-up) y el indicador de homofilia (EI). Los resultados indican que homofilia religiosa y el tamaño de la red son variables estadísticamente significativas. Se discuten las implicancias sociales y políticas de estos hallazgos.

Autopercepción en la escala pobreza-riqueza y el acceso a derechos: análisis de una relación no correspondida. El caso de la ciudad de San Carlos de Bariloche, en la patagonia argentina. (Paper ID: 185)

Daniela Zacharias (Universidad Nacional del Comahue)

Soledad Perez (Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio -CCT CONICET - Patagonia Norte)

Celeste Ratto (Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio -CCT CONICET - Patagonia Norte)

Palabras Clave: nivel socioeconómico autopercebido, escala de medición, ciudadanía, encuestas cara a cara

Resumen: En el marco del proyecto de investigación "Democracia, derechos y necesidades: un estudio sobre el alcance y el ejercicio de la ciudadanía en la provincia de Río Negro" se llevó a cabo a lo largo de 2019 una encuesta en la ciudad de San Carlos de Bariloche, la ciudad más poblada de dicha provincia

argentina. Para ello, se realizaron 350 entrevistas cara a cara a partir de una muestra probabilística de hogares. Si bien el foco de dicha investigación apuntó a medir percepciones respecto a los niveles de acceso a distintos derechos y modalidades de ejercicio, también se indagó acerca de la autopercepción de la posición ocupada en una escala de pobreza-riqueza de las personas entrevistadas. El análisis de los resultados obtenidos, puso de manifiesto una "no correspondencia" entre la autopercepción de la posición ocupada en dicha escala y condiciones socioeconómicas tales como las características de las viviendas, zona de residencia, nivel educativo y el acceso a derechos de la población encuestada. De ahí, que en este trabajo se pretenda profundizar en esta "falta de correspondencia" entre la autopercepción de la posición ocupada en la mencionada escala pobreza-riqueza a la luz de las dimensiones que hacen a las condiciones para el ejercicio de la ciudadanía desde un enfoque de derechos.

La opinión pública en tiempos de crisis social. (Paper ID: 349)

Gonzalo Tapia (EKHOS)

Sofia Eguiguren (EKHOS)

Palabras Clave: encuestas, opinión pública, crisis social, legitimidad, cambio climático

Resumen: Previo a la emergencia de las protestas y crisis político-social de Chile, se propuso realizar una investigación de opinión teniendo como foco de atención el cambio climático, tema que era relevante dentro de la agenda pública nacional e internacional. Más aún, cuando Chile sería sede de la APEC y COP 25. La investigación tenía como objetivo conocer las percepciones, actitudes y expectativas de chilenos y chilenas acerca del cambio climático. En medio de la preparación para salir a trabajo de campo de la encuesta, surgieron fuertes protestas en Chile, lo cual imposibilitó la realización de las cumbres mundiales APEC y COP 25, dada la situación de conflicto y fuertes manifestaciones sociales. En este contexto, el cambio climático, perdió relevancia dentro de la agenda pública. Frente a ello, se reformuló parte del instrumento, sin perder el objetivo inicial, bajo el insight "la crisis social, también es una crisis ambiental". Durante el terreno se reafirmó la idea de incorporar y entregar un nuevo enfoque a la encuesta. Esta fue realizada dentro del contexto de la crisis social, durante los meses de octubre y noviembre, logrando una muestra de 914 casos presenciales en hogares, considerando representatividad nacional. A partir de los resultados, nace la inquietud acerca de cómo las crisis sociales pueden afectar las opiniones y el propio proceso de indagación. La siguiente investigación, tiene como objetivo analizar ¿cómo se puede llevar a cabo una encuesta de opinión pública en tiempos de crisis social?, enfocando las preguntas en los cambios de opinión provocados por la crisis dentro del contexto Chile después del 18/11/2019. El estudio se divide en tres partes, primero, un análisis de fuentes secundarias acerca de los hechos noticiosos. Segundo, utilizando la base de datos de la encuesta Chile Dice UAH-EKHOS, se llevarán a cabo un análisis exhaustivo en base a tres modelos lineales generalizados, de esta forma, se determina la influencia del estado anímico de los encuestados y se identifica los principales factores que influyeron en las respuestas. Por último, se realiza un análisis descriptivo de las principales preguntas sobre el cambio climático. Los resultados son observados y relacionados bajo las teorías de influencias en cambios de opinión, grandes movimientos y protestas sociales.

El bienestar socioemocional de los trabajadores en Uruguay y España. (Paper ID: 183)

Ma. Julia Acosta (Universidad de la República/Equipos Consultores)

Eduardo Bericat (Universidad de Sevilla)

Palabras Clave: trabajo, bienestar social, emociones, satisfacción laboral, felicidad, bienestar subjetivo, bienestar emocional

Resumen: En esta ponencia se investiga la relación entre trabajo y bienestar socioemocional en Uruguay, mostrándose la existencia de diferentes configuraciones socio emocionales según el grado de satisfacción con el trabajo. Se parte de un marco teórico sociológico sobre el bienestar que estructura la investigación. Desde este enfoque se afirma que el bienestar subjetivo está constituido por un conjunto de estados emocionales que informan de aquello que los individuos consideran relevante en el marco de sus relaciones sociales. La perspectiva asumida permite un acercamiento original respecto al bienestar en los países de Latinoamérica. Mediante la utilización del Índice de Bienestar Socioemocional, esta mirada busca trascender las aproximaciones habituales de carácter unidimensional que suelen utilizarse en los estudios sobre bienestar subjetivo. Esta investigación es la primera caracterización del bienestar socioemocional de los trabajadores en América Latina desde este abordaje. El insumo empírico que se utiliza son los resultados de una encuesta realizada a una muestra de personas mayores de 18 años residentes en Uruguay en 2019 (2400 casos), que opera como ensayo y validación para su réplica actualmente en curso en otros países de la región (México, Chile y Argentina) en el marco de un proyecto comparativo. También se basa en el análisis de los datos provenientes de la Encuesta Social Europea de 2012. Complementariamente, se realizaron entrevistas cognitivas a trabajadores uruguayos laboralmente insatisfechos. La ponencia indaga en los elementos constitutivos de ciertas lógicas sociales que podrían estar operando en el bienestar declarado de los individuos. Destaca el reconocimiento social como dimensión clave sobre la que se asienta el bienestar en el mundo del trabajo. Se utiliza la comparación con España para identificar diferencias y similitudes en su configuración. Surgen elementos que evidencian una lógica social distinta en ambos países.

October 10 14:00-16:00

Panel 17: Opinión Pública y los acuerdos de Paz en Colombia

Chair: Asbel Bohigues (Universidade Federal de Minas Gerais)

Suplente: Miguel Garcia-Sanchez (Universidad de los Andes)

How Citizens form Opinion Toward a Peace Agreement? Elite Cues, Framing and Conflict Exposure.

(Paper ID: 161)

Natalia Garbiras-Diaz (University of California, Berkeley)

Miguel Garcia-Sanchez (Universidad de los Andes, Colombia)

Aila Matanock (University of California, Berkeley)

Palabras Clave: Opinion formation, Peace Agreement, Elite Cues, Framing, Conflict, Colombia

Resumen: This paper examines how citizens form opinions toward peace settlements that seek to end civil conflicts. We develop a theory about the process of attitude formation on peace agreements that rests on three key premises. First, we argue that individuals rely on elite messaging to form their opinions. Moreover, they will positively judge cues coming from those elites who they have affinity to and negatively to those they do not have affinity to. Second, we posit that the framing of issues by different actors in the debate around the peace agreement shape the way citizens perceive the goals and potential beneficiaries of a policy, which has an influence on their opinions about specific components of the pact. Finally, we argue that exposure to conflict shapes how citizens make decisions about their support for specific policies related to peace accords. This paper explores attitudes on particular policies that are part of the peace accord signed in 2016 between the Colombian Government and the FARC and that is currently being implemented. We test our theory using two experiments embedded in a public opinion survey conducted in Colombia in 2019. We work with a sample of about 4,000 individuals, distributed in 80 municipalities. Our sampling procedure guarantees variation in terms of whether subjects live in municipalities affected and not affected by armed violence. Specifically, we conducted a matched-pair sampling procedure.

Elite support for peace agreements: evidence from Colombia. (Paper ID: 87)

Asbel Bohigues (Universidade Federal de Minas Gerais)

José Manuel Rivas Otero (Universidad Sergio Arboleda)

Sergio García-Rendón (Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales)

Palabras Clave: peace agreement, Colombia, FARC, elites

Resumen: Although a plebiscite was held to approve the peace agreement with the FARC in Colombia, it was the Parliament which finally made it possible. Studies have focused on the reasons behind the defeat of the Yes in that plebiscite, as well as the specific implementation of the agreement with the new government. Little attention has been paid to the specific opinions of the MPs who, at the end of the day, passed the peace agreement in 2016, and currently are working to limit it. Why were MPs for or against? Did opinions change over time? To answer these questions we draw on the Latin American Elites Database from the University of Salamanca, which conducted surveys in the Colombian House of Representatives in 2014 and 2018, that is, before and after the peace agreements with the FARC. We specifically focus on two key dimensions of the peace agreements: the participation in politics of demobilized members of the guerrillas, and the reduction in sentences and/or alternative penalties for them. Results show that general support for the peace agreement in the House has neither sharply

declined nor risen, but reasons behind it do have changed: in 2018 the effects of ideology and support for the Military are weaker, whereas the effects of income are stronger.

Resilience or trauma? An exploratory study on the psychological effects of violence on cit. (Paper ID: 383)

Miguel Garcia-Sanchez (Universidad de los Andes)

Adriana Gaviria (Universidad de los Andes)

Juan Camilo Plata Caviedes (Universidad de los Andes)

Palabras Clave:

Resumen: There is no consensus over the psychological legacies of war and its effects on post-conflict recovery and public opinion towards peace. Studies in different contexts find high rates of psychological trauma, anxiety and depression among war-affected populations (Cilliers et al., 2016; Moya, 2018). In contrast, others suggest that debilitating emotional distress appears to be the exception rather than the norm, because conflict victims display surprising resilience (Blattman, 2010). Less attention has been devoted to study the psychological channel through which violence affects citizens' support towards peace. In this paper, we contribute to this discussion by testing the mediating role of psychological distress on the effects of violence on citizens' support towards transitional justice and reconciliation attitudes in Colombia. This country offers a unique opportunity to untangle this relationship because the Colombian government recently signed a peace agreement with the former guerrilla group FARC. We use survey data from a large-scale study in Colombia in 80 municipalities with different levels of exposure to conflict violence. We captured information on severity of victimization and temporal proximity of violence, citizens' support towards the peace agreement, reconciliation attitudes, and applied the K6 scale of psychological distress. This study contributes to literature on the legacies of war and its effects on post-conflict recovery by shedding light on the psychological mechanisms that explain the relationship between violence exposure and citizens' support towards transitional justice and reconciliation attitudes.

Retos, limitaciones y posibilidades de la investigación cualitativa en tiempos de transicionales.

Reflexiones a partir de un estudio de caso sobre la historia social y política de las FARC – EP. (Paper ID: 477)

Sergio Lizarazo Vega (Universidad de Los Andes)

Palabras Clave: Investigación cualitativa, tiempos transicionales, actores armados, historia oral, etnografía

Resumen: El “Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera”, suscrito entre el Estado Colombiano y las FARC – EP en noviembre del 2016, supuso un reajuste profundo del panorama político y social del país. Sin lugar a dudas, se trató de una coyuntura crítica que implicó la reconfiguración del escenario nacional, toda vez que el proyecto revolucionario de la insurgencia más longeva del hemisferio occidental desapareció como ejército y con esto, el conflicto armado (eje cardinal de la historia del siglo XX en Colombia), sufrió significativas reconfiguraciones. En este contexto, en el año 2017 se diseñó un proyecto de investigación doctoral en Ciencia Política sobre la historia social y política de las FARC – EP. En particular, se trataba de rastrear, a partir de los documentos de esa organización, de un proceso etnográfico y fundamentalmente de los testimonios de los antiguos combatientes del Bloque Caribe, sus experiencias y autorepresentaciones sobre cinco ejes analíticos, a saber 1) la política y prácticas educativas al interior de la guerrilla; 2) las relaciones entre la antigua guerrilla y las comunidades indígenas 3) la experiencia de los militantes guerrilleros sobre la confrontación armada; 4) los procesos de producción y circulación artística al interior de la guerrilla, y 5)

el proceso de tránsito de la confrontación armada a la vida civil. En total, se trabajó con una población de 220 excombatientes de las FARC – EP y se levantó una base de datos con más de 500 registros documentales durante un año y medio de trabajo de campo. Pues bien, teniendo en cuenta lo anterior, esta ponencia presenta reflexiones en torno a los retos, las limitaciones y las posibilidades de la investigación cualitativa en contextos transicionales en Latinoamérica. En particular, la presentación se concentrará en dilucidar las reflexiones derivadas del diario de campo levantado durante los tres años de investigación en torno a tres ejes centrales 1) las barreras para el acceso a la información; 2) las consecuencias metodológicas y los retos éticos impuestos por el contexto transicional, y 3) la riqueza de la información recolectada y del proceso de análisis de dicha información.

Análisis del relato mediático; (des)legitimación electoral del posconflicto colombiano. (Paper ID: 108)
Holman Zamora Muñoz (Corporación Unificada nacional de Educación Superior - CUN)

Palabras Clave: medios, noticias, posconflicto,

Resumen: Esta investigación indagó sobre el tratamiento que los medios de comunicación hicieron de los temas del posconflicto armado colombiano en el periodo electoral a la presidencia de 2018, las primeras celebradas después de firmado el acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia FARC. Se propuso como muestra de estudio los informativos o noticieros de los medios tradicionales colombianos para el análisis de formación de la opinión pública durante los cuatro meses que duró la campaña a la presidencia de la república. La estructura metodológica se desarrolló a partir de la aplicación de la Agenda Setting, la teoría del Framing y el análisis del discurso que permitió determinar algunos patrones de legitimación del posconflicto en su génesis. El análisis se hizo a partir de datos cualitativos y cuantitativos resultado de las variables de agenda y enfoque informativo aplicadas. Las conclusiones conducen a entender los resultados electorales desde interés y profundización de los temas adscritos a los acuerdos de paz y las garantías del posconflicto. Además de ofrecernos un mapa general de la información que se impuso en la época electoral del 2018. También se logra definir los enfoques diferenciales que los medios tienen de acuerdo a su línea editorial, sin dejar de lado que los medios tradicionales en algunos casos no tienen el mismo alcance que los digitales en época electoral, tema que deja abierto para una segunda fase de investigación.

October 10 14:00-16:00

Panel 18: Medios de comunicación y Opinión Pública

Chair: Mireya Marquez (Universidad Iberoamericana)

Jorge David Cortés Moreno (Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico)

Desprestigio de los medios tradicionales ante la opinión pública: la crisis del periodismo que evidenció el estallido social de Chile 2019. (Paper ID: 416)

Daniela Grassau (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Sebastian Valenzuela (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Ingrid Bachmann (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Claudia Labarca (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Constanza Mujica (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Daniel Halpern (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Soledad Puente (Pontificia Universidad Católica de Chile)

William Porath (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Palabras Clave: periodismo, opinión pública, crisis, medios, confianza, evaluación, encuesta

Resumen: Luego del estallido social chileno de octubre 2019 hashtags como #ApagaLaTele y #LaTVMiente fueron tendencia. La confianza en medios informativos se desplomó en las encuestas de opinión pública, sin embargo, sus indicadores parecieron insuficientes para explicar este fenómeno. Comentarios en redes sociales, carteles en las marchas y protestas frente a las oficinas de medios fueron manifestaciones de un rechazo generalizado al trabajo periodístico y de una crisis multifactorial de la profesión. Este trabajo presenta los resultados de dos estudios que profundizaron en este fenómeno desde aproximaciones metodológicas distintas: 1) la primera encuesta de opinión pública que analizó en profundidad el uso y la evaluación de la población sobre los medios y el trabajo periodístico (N=1.639; diseño muestral no probabilístico) y 2) diez focus groups a periodistas, quienes analizaron su rol social en esta crisis y las causas y consecuencias que llevan a este deterioro en la opinión pública. Los resultados de la encuesta mostraron una alta exposición a medios tradicionales y una pésima evaluación y evidenciaron que la frecuencia de uso de cada medio aparece como inversamente proporcional a la calificación que le asignan. Sobre el rol social del periodismo, destaca una alta valoración a la promoción de la identidad y unión nacional, objetividad, verificación de datos y al “rol educativo” de los medios. Junto a ello aparece una fuerte disconformidad con el desempeño periodístico: se cuestiona su veracidad y confiabilidad, su rol de control del poder político y su capacidad de contribuir a gestionar la crisis. En tanto, los periodistas relacionan este fenómeno de desprestigio a una fuerte crisis económica de los medios tradicionales que ha precarizado su labor, a una alta dependencia de “popularidad digital” en desmedro de calidad periodística y a una serie de amenazas políticas –como censura o conflictos de interés– invisibilizadas antes de la crisis.

La persistencia del efecto de Agenda Setting de la TV abierta: el rol de los noticiarios en la percepción de los chilenos sobre los principales problemas del país entre 2001 y 2016. (Paper ID: 422)

Daniela Grassau (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Palabras Clave: Agenda setting, opinión pública, TV

Resumen: A dos décadas de iniciado el siglo XXI, la evidencia sugiere que el acceso a nuevos medios ha moderado el efecto fijador de agenda de los medios tradicionales en la opinión pública (Bennet e Iyengar, 2008; Chaffee y Metzger, 2001; Takeshita, 2006). El surgimiento de nuevos espacios comunicacionales (especialmente redes sociales) han derivado en el surgimiento de agendas temáticas paralelas y en cambios en los patrones de consumo de información ligados a una exposición más selectiva (Zillmann, 2000) y menos masiva (Shehata y Strömbäck, 2013). Este trabajo busca determinar si –de manera agregada– la TV abierta sigue teniendo o no un rol significativo en la definición de la agenda pública sobre temáticas de alta relevancia social (McCombs y Valenzuela, 2014; McCombs y Stroud, 2014). Para ello, se realizó un análisis longitudinal cuya metodología combinó los datos agregados de 36 encuestas de opinión pública (Encuesta CEP) realizadas entre 2001 y 2016, específicamente de la respuesta a la pregunta “¿cuáles son los principales problemas que enfrenta el país?”, con el análisis de contenido de los principales temas políticos presentados en las noticias emitidas por cuatro canales de TV abierta de Chile durante 8 semanas anteriores al trabajo de campo de cada encuesta (N=244.853). Se trabajó con series de tiempo transversales (TSCS) con errores estándar corregidos para panel (PCSE) con AR1, y correlaciones de Spearman. Los datos mostraron una correlación positiva y relativamente estable entre la jerarquización temática de la TV y la del público entre 2001 y 2016 y aportan evidencia que robustece el argumento central del primer nivel de agenda setting. Los resultados son consistentes para la TV en general y para cada uno de los temas políticos en particular, a pesar de que la dinámica específica varía entre los temas, especialmente en términos de cuán destacados son.

Consumo de medios e interés político durante las elecciones federales de 2018 en México. (Paper ID: 489)

Issis Luz María Juárez Rodríguez (Universidad del Valle de Puebla)

Jorge David Cortés Moreno (Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico)

Palabras Clave: Consumo de medios, interés político, cinismo político, sofisticación política

Resumen: Durante las campañas electorales en México, los medios de comunicación destinan mayor tiempo y espacio a las notas referentes a las campañas políticas, y ante esta exposición se considera que aumenta el interés de los ciudadanos en temas políticos. El objetivo de esta ponencia es analizar la correlación existente entre variables demográficas y el interés en la política nacional, estatal y municipal, así como el consumo de medios durante el proceso electoral federal de 2018 en México, con datos derivados del proyecto “Infoentretenimiento político, encuadres periodísticos y desconfianza ciudadana” (clave 256670), financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Entre los principales resultados se encuentra que, una vez concluida la jornada electoral, las personas más jóvenes son quienes más consumen medios para informarse de temas políticos; las mujeres son quienes más interés muestran en la política nacional y estatal comparada con los hombres, y que a mayor ingreso mayor es el interés en la política nacional.

October 10 14:00-16:00

Panel 19: Innovaciones metodológicas en los estudios de Opinión Pública I

Chair: Yosidhara Silva Medina (Demoscópica México)

Suplente: Pablo Cabrera Álvarez (University of Salamanca)

Statistical adjustments and their effect on voting estimates. (Paper ID: 173)

Pablo Cabrera Álvarez (University of Salamanca)

Palabras Clave: Polls, MRP, weights, auxiliary data

Resumen: Voting estimates from non-probability polls suffer different types of biases. The telephone response rates are dropping and there is an increase in the use of non-probability panels to gather data. These issues can cause coverage, selection and non-response biases which may impact the survey estimates. Statistical adjustments, like survey weights, can be used to preserve the representativeness of the sample. Some of these techniques are the MRP (multilevel regression with poststratification), using a reference survey to compute the inclusion probabilities or poststratification and calibration. These methods, however, are only effective if relevant information is included in the adjustments. In this paper, I compare different adjustment techniques using data from different pollsters that covered the last two general elections in Spain. Three different adjustments (MRP, reference survey adjustments and poststratification) are used to correct the voting estimates for the overall sample and some population groups. The CIS postelectoral study is used as a benchmark poll to assess the performance of the adjustments.

Pollster Stigma in the United States: Experimental Evidence. (Paper ID: 415)

Timothy Johnson (University of Illinois at Chicago)

Henning Silber (GESIS)

Jill Darling (University of Southern California)

Palabras Clave: pollster stigma, split ballot experiment

Resumen: The legitimacy of public opinion and survey research has been called into question in several nations as a consequence of highly-publicized cases in which pre-election polls failed to correctly predict election results. Recent examples include the 2017 Chilean Presidential election, the 2016 US Presidential election, and the 2016 Brexit vote in Great Britain. Indeed, anecdotal evidence suggests that the term “pollster” itself may have to some extent become stigmatized, although quantitative evidence has not been available. We investigate this question using evidence from a split ballot experiment conducted as part of a representative national online survey (n=2,462) in the US. Respondents were asked to rate the “honesty and ethical standards” of persons employed in several occupations. One of these questions randomized the terms “pollsters” and “survey researchers,” such that one-half of the sample were asked to rate the degree of trust in pollsters and the other half were asked to rate survey researchers. In comparing these ratings with those of nurses, police and journalists, pollsters were found to have the lowest trust ratings, while survey researchers received medium ratings. Statistical tests confirmed that survey researchers received significantly more positive ratings than did pollsters. A linear regression model further indicated that question wording accounted for 23% of the variability in respondent answers. Additional models found that political party affiliation, age, and race/ethnicity, but not education, gender, or voting behavior, were independently associated with ratings of pollsters/survey researchers. Additional analyses found that race/ethnicity and political party affiliation

partially moderated the effects of question wording. Findings confirm the increased perceptions of stigma in the US regarding the work of political pollsters. They are discussed within the context of similar question wording experiments found in the literature and consider the implications for the future of public opinion research in the US and elsewhere.

Methodological challenges of the survey as an instrument for the evaluation of public programs through the voice of their covered populations. (Paper ID: 328)

Yasodhara Silva Medina (Demoskópica México)

Palabras Clave: Evaluation, Public Programs, Social Policy, Survey, Beneficiary Populations

Resumen: The presented paper has the purpose to analyze the theoretical models to measure the satisfaction of users of social programs, assumptions and bases of construction the Mexican Index of Satisfaction of Beneficiaries of Social Programs). It will be discussed about the importance of including the measurement of the perception of the population served by public programs as a means to collect and systematize the contents of their feedback, expansion of the knowledge of their needs and contexts of life, as well as their perspectives in the design and improvement of public programs. In addition, it will be raised the relevance and pertinence of conducting surveys to collect their views as central actors who have direct experience and are affected by the ways the State interprets the social problems and their causal logic of governmental interventions. The presentation will be especially focused on the characteristics and methodological challenges with regard to the sampling frame, the design of the survey instruments, critical aspects of fieldwork and the estimation of the expansion factors as part of the evaluation conducted at the state level in Jalisco, all this guided by the assumptions, objectives, and questions raised from the evaluative research perspective, which considered four target populations: women heads of households, students, older adults, people with disabilities and people in poverty or food vulnerability.

Uso adecuado de las ponderaciones muestrales para lograr estimaciones precisas y confiables en encuestas electorales. (Paper ID: 357)

Greibin Villegas-Barahona (Universidad Estatal a Distancia)

Guillermo Boscan (Universidad Estatal a Distancia)

Palabras Clave: sample weight, proportions, estimation, survey internet, skewness, bias

Resumen: Al utilizar encuestas por muestreo surge el problema de la generalización de los resultados a la población de interés. Ante una muestra “medible”, es decir una muestra probabilística que brinda a cada elemento de la población una probabilidad conocida de ser incluido en la muestra, y que la misma haya sido llevada a cabo siguiendo practicas claramente establecidas y confiables, la que asegura un nivel de respuesta razonable, sus estimaciones para la población total y la medición de su confiabilidad, se alcanzan de manera sencilla siguiendo procedimientos bien establecidos por la teoría estadística aplicable al muestreo aleatorio. Lo contrario sucede con las encuestas por Internet, debido a que normalmente las muestras no son probabilística, dado que en general, no se dispone de un listado de personas con acceso a internet y por ello no se puede seleccionar una muestra probabilística; en segundo lugar el nivel de respuesta y en tercer lugar una parte importante de la población no tiene probabilidad alguna de ser seleccionada en la muestra porque no accede a internet, aunque en la últimas dos décadas esta tendencia ha ido cambiando considerablemente. En resumen, las encuestas por internet tienden a generar dudas, desconfianza y falta de credibilidad, no obstante, con tres investigaciones realizadas en el año 2005, 2007 y 2014 se busca dar evidencia de que si es posible utilizar ese tipo de metodología para realizar estimaciones precisas. La primera en una comparación entre encuestas por internet y cara a cara relacionada con las expectativas y percepciones de los turistas

internacionales que llegan a Costa Rica, la segunda fue sobre un referendo a nivel nacional realizado Costa Rica sobre si los costarricenses votarían sí o no al acuerdo del Tratado de libre comercio con Estados Unidos y la tercera investigación fue de índole electoral, en la cual se realizó una investigación por internet para predecir quién sería el rector de la Universidad Estatal a Distancia entre tres candidatos. En las tres investigaciones se realizó una adecuada ponderación de la estructura muestral en función de la estructura poblacional, corrigiendo así los sesgos de selección y restituyendo las probabilidades de selección, logrando así estimaciones altamente precisas en las tres investigaciones.

Emotional component in a voting process. (Paper ID: 353)

Mercedes Ruiz Barrio (Kantar TNS)

Palabras Clave: Artificial Intelligence, Economic trends, Neuroscience, Market Research and Polls

Resumen: Objective: to show the implications of using multiple sources to define and measure Purpose in Public Opinion research. Hypothesis: failure of traditional polls in recent elections can be explained by single source of declarative surveys in a multiple stimuli communication environment. Main contents: Market Research learnings to understand Social & Pol Behaviour. Based on Quantitative researches in 10 years period – 2008 to 2018 - We got evidence that moving 1% market share in consumer goods products require much more effort than increase/ decrease 10% in vote intention, where volatility, low level of commitment towards traditional parties are a part of the challenges for traditional methods. There are several sources to verify the impact of commercial actions in a commercial marketing environment beyond consumers evaluations: sells, stock exchange value, audits, amongst others. The dynamic of offer and demand is moving continuously, so tactical elements can be modified according to market needs (including consumers evaluations). Then, research techniques and analytics tend to evolve to capture changes. The paper will include examples commercial analysis using BrandZ – a global Kantar Quantitative program – and Emotional System 1 analysis from Neuroscience based on Jung analytical framework. There are pieces of evidence to show that – while tactical elements can change - successful companies are those with a clear and defined Purpose through the time. On the other hand, movements on polls face challenges: moment of truth is the election day. In the meantime, only other polls measure the effectiveness of specific actions. One exception is the expectation of economic trends compared and analyzed incorporating economic variables into a model. A trend analysis will be incorporating into the paper, to show it is not enough to predict voting behavior, when Purpose is not clear and vote has an emotional component. The base for the analysis is the Argentinean case: National Presidential Elections public polls 2015 and 2018.

October 10 14:00-16:00

Panel 21: Redes sociales y opinión pública

Chair: Fabian Echegaray (Market Analysis)

Suplente: Catalina Restrepo (Universidad Externado de Colombia)

Caracterización de la discusión ideológica en Twitter, en el contexto de los procesos electorales presidenciales de México, Argentina y Uruguay. (Paper ID: 318)

Rubén Flores Gonzalez (Universidad Veracruzana)

Palabras Clave: Ideología, Elecciones, Latinoamérica, Twitter

Resumen: Con el objetivo de caracterizar el debate ideológico en las elecciones presidenciales de México, Argentina y Uruguay relativas a los procesos electores que tuvieron lugar en 2018 y 2019; se realizó un análisis de contenido cualitativo a una base de 960,549 tuits publicados durante las campañas electorales, que mencionaban a las principales candidatas y candidatos. Los resultados muestran diferencias en el grado de polarización en la discusión en los tres países, resaltándose en México una discusión en torno al populismo como opción política, que no se encontró en los otros países. Por otra parte, los temas de polarización también fueron diversos, siendo el manejo de la economía un asunto común. Se observaron también ausencias temáticas importantes en torno a la politización del género y el medio ambiente. A partir del predominio de identificaciones ideológicas negativas en las publicaciones de la ciudadanía, se discute respecto a la necesidad de ampliar las temáticas de discusión en todos los países, y resaltar los aspectos positivos de las posturas políticas con las que se identifica el electorado.

Conversaciones políticas online en Brasil como espacio de expresión de la opinión pública: la percepción y las impresiones de los ciudadanos sobre la dictadura. (Paper ID: 370)

Michele Goulart Massuchin (Universidade Federal do Paraná)

Rafaela Mazurechen Sindorski (Universidade Federal do Paraná)

Palabras Clave: Conversación política online, Dictadura, Opinión Pública

Resumen:

Encuestas realizadas en Brasil desde hace algunos años y el contexto político muestran que el tema de la dictadura es central en el debate público. Teniendo en cuenta tal escenario, esta ponencia tiene por objetivo verificar como espacios de conversaciones políticas cotidianas digitales, como el Facebook, se presentan como local para expresión de los ciudadanos sobre sus percepciones y impresiones de la dictadura. La investigación se desarrolla en los comentarios realizados en tres “fanpages” de periódicos brasileños – G1, Estadão y O Globo – y de cuatro candidatos presidenciales de 2018 – Jair Bolsonaro, Lula, Fernando Haddad e Ciro Gomes. El análisis está basado en la discusión sobre el concepto de conversación política cotidiana y como esta forma de interacción puede expresar y demostrar lo que piensan los ciudadanos sobre un tema de interés público. En plataformas como Facebook, el público puede expresarse a través de comentarios, característica típica de la web 2.0, lo que permite la aparición de conversaciones políticas cotidianas. Para llevar a cabo la investigación, se aplica el análisis de contenido en un corpus de 9,110 comentarios, los cuales hacen referencia directa al término “dictadura”, encontrados en 1,298 publicaciones de las páginas en Facebook. El marco de tiempo estudiado corresponde al período de la campaña electoral brasileña de 2018, siendo que el análisis ocurre en dos partes: con base en el análisis automatizada de contenido y la posterior codificación de los comentarios, conforme el análisis de contenido tradicional. A esta ponencia interesan dos variables específicas: tipo de argumentación y reflexividad.

El debate sobre el debate: Elecciones presidenciales Argentina 2019. (Paper ID: 192)

Mariana De Maio (Lehigh University)

Catalina Restrepo (Universidad Externado de Colombia)

Palabras Clave: debates presidenciales, elecciones, Argentina, Twitter, tendencias

Resumen: En el mundo globalizado e hiperconectado se generan múltiples comunidades de práctica y conversaciones digitales frente a la realidad política que conlleva una elección presidencial. En el ágora virtual se gestan diversas narrativas a través de plataformas como Twitter, en donde los votantes y la comunidad digital expresan su opinión, crean, comparten y publican información para participar de la conversación y del debate digital (Castells, 2002). En 2019, la Argentina atravesó una campaña electoral caracterizada por la crisis económica y una alta polarización política en la que seis candidatos se disputaban la elección. Si bien en 2015 ya había habido dos debates presidenciales, en 2019 fue la primera vez que estuvieron reglamentados por una ley sancionada por la Cámara de Diputados en 2016 que estableció la obligatoriedad de debates preelectorales públicos entre candidatos a presidente de la nación. Así fue como los argentinos vieron por televisión los primeros debates presidenciales oficiales de la historia de ese país sudamericano. Mientras tanto, en el espacio virtual, con la emergencia de contenidos virales se generaron conversaciones y debates alternativos. Es entonces clave entender cómo se gestaron los debates digitales paralelos a los debates presidenciales, cómo se generaron las tendencias, cómo se movió el ágora virtual y la comunicación política digital frente a la política argentina. Para responder estas preguntas, este trabajo analiza la conversación política digital alrededor de los debates presidenciales en la Argentina, desde las búsquedas por candidato y temática en Google Trends, hasta las tendencias y tweets utilizando las herramientas Tweetarchivist, Trendinalia y Twitonomy, para coleccionar trending topics, hashtags y tweets publicados el día antes, el día de y el día después de los dos debates presidenciales.

Sí se puede: Midiendo el impacto de una campaña territorial en la era de las campañas digitales.

(Paper ID: 482)

Carolina Mora (Juntos por el Cambio)

Mora Jozami (Juntos por el Cambio)

Tomás Lanusse (Juntos por el Cambio)

Alejandro Gregori (Juntos por el Cambio)

Palabras Clave: campaña presidencial, Mauricio Macri, Argentina, campaña territorial, IVR

Resumen: Después de las elecciones primarias presidenciales en la Argentina, en agosto de 2019 Juntos por el Cambio, el partido de gobierno, inicia la campaña "Sí se puede" de cara a las elecciones generales a desarrollarse en octubre de ese año. La campaña consistió, principalmente, en la realización de 30 marchas encabezadas por el candidato Mauricio Macri durante 30 días, en 30 ciudades del país. Para sondear el impacto de esta campaña, se testeó a través de dos IVR de 1000 casos cada uno las variaciones en imagen e intención de voto antes y después de la realización de la marcha. El piloto se llevó adelante en Rafaela, ubicada en el centro de la provincia de Santa Fe, una de las primeras ciudades en las que se realizaron el conjunto de marchas. Se observó que en la medición previa a la marcha la intención de voto se mantenía estable respecto a los resultados obtenidos en las elecciones primarias. La medición post marcha reveló un posible impacto positivo de la misma, dado que el candidato creció en intención de voto sensiblemente de un relevamiento a otro, considerando que sólo hubo una diferencia de tres días entre el cierre del trabajo de campo y el inicio del trabajo de campo de las dos mediciones, y que el único acontecimiento relevante a nivel de la coyuntura local y nacional fue la

marcha. Ex post, se verificó la medición post marcha fue un predictor ajustado de los resultados de las elecciones generales en Rafaela.

Redes sociales: Espejo de la polarización de la opinión pública. (Paper ID: 127)

Isidro Rangel O`Shea (Universidad Complutense de Madrid)

Palabras Clave: Redes sociales, polarización, democracia, opinión pública.

Resumen: Esta ponencia tiene como objetivo central mostrar cómo las redes sociales son hoy día uno de los espacios de mayor socialización política en Latinoamérica, reflejando que a pesar de no ser propiamente el universo de la ciudadanía o bien una muestra de toda la población, si llegan a reflejar fenómenos propios de las crisis de los sistemas democráticos tales como: polarización de la opinión pública, descontento social, poco respaldo a las instituciones y otros. Lo anterior debe ser objeto de estudio dado que los sistemas democráticos deben ser justamente incluyentes de cuestiones socio-políticas como el respaldo a las instituciones y la cabida a la pluralidad de opiniones, elementos básicos no solamente de los sistemas democráticos a nivel formal, sino también con relación a los valores de las democracias contemporáneas. Para lograr lo anterior se analiza el caso actual de México, a través de un análisis de la opinión pública, misma que en principio sugiere estar dividida en aquellos que defienden o respaldan la gestión de Andrés Manuel López Obrador como presidente, y aquellos que no. La idea es no solamente mostrar una división radical de la opinión pública, sino demostrar de manera académica cómo esta se ha vuelto radical la mayoría de posturas, coadyuvando a la fragmentación social. Al describir dichas condiciones se intenta responder a la pregunta de cuáles fueron las causas o variables independientes que llevaron a esta polarización de la opinión pública, teniendo como hipótesis que ha sido el descontento hacia gobiernos en lo específico y no hacia el sistema de gobierno como tal.

October 10 16:30-18:30

Panel 22: Opinión pública en el Ecuador

Chair: Ignacio Zausnabar (Equipos Consultores)

Suplente: Arturo Moscoso (Universidad de Las Américas)

Choque de ideas: Progresismo versus conservadurismo en el Ecuador del siglo XXI. (Paper ID: 297)

Arturo Moscoso (Universidad de Las Américas)

Jorge Daniel Montalvo (Latin American Public Opinion Project)

Palabras Clave: Valores, progresismo, conservadurismo, Ecuador, cultura política

Resumen: A la luz de los datos actuales e históricos del Barómetro de las Américas, este trabajo pretende examinar los valores sociales progresistas y conservadores de los ecuatorianos sobre temas sensibles como los derechos de los homosexuales, la xenofobia y la igualdad de género. El análisis comprende datos actuales de Ecuador en comparación con el resto de los países de América Latina y el Caribe (LAC), así como la evolución histórica de la percepción de los ecuatorianos sobre estos asuntos. También se realiza un análisis de los efectos de la edad, el nivel socioeconómico, la educación, la religiosidad y la urbanización en estas percepciones.

Actitudes hacia la corrupción en Ecuador. (Paper ID: 300)

Arturo Moscoso (Universidad de Las Américas)

Palabras Clave: Corrupción, tolerancia, victimización, Ecuador, cultura política

Resumen: En este trabajo se revisa la percepción, victimización y tolerancia a la corrupción en Ecuador, primero, para ver su variación en relación con la ronda anterior del Barómetro de Las Américas, analizando si los casos de corrupción que se han denunciado y judicializado desde el fin del período de Rafael Correa han afectado la opinión de los ecuatorianos; segundo, si es que la corrupción ha seguido el proceso de “normalización” ya advertido en el capítulo referido; y, tercero, cuál es la relación entre dichas percepciones, estudiando los factores que podrían explicar la tolerancia hacia la corrupción en el Ecuador.

El voto escondido: resistencia y rebeldía en los pronósticos electorales. (Paper ID: 241)

Santiago Perez (Clima Social Ecuador)

Palabras Clave: Encuestas de opinión, Elecciones, Espiral del silencio, Pronósticos electorales, Análisis multivariado

Resumen: En el Ecuador, se bautizó como “voto vergonzante” el fenómeno que ocasiona los fallos en las encuestas. Esta ponencia busca discutir este punto, refiriéndose a la “espiral del silencio” (Noelle-Neumann, 1995). Se analizan episodios contemporáneos, en los que las encuestas a boca de urna estimaron el resultado por fuera del margen de error. Algunos sectores de la población ejercen una posición de abierta rebeldía cuando son interrogados en las encuestas. Aunque las encuestas se realizan siguiendo parámetros técnicos, una parte de la población entrevistada omite su inclinación real al voto por varias razones: desinterés, olvido, rebeldía o miedo. Se propone una lectura alternativa a los fallos en los pronósticos de las encuestas de opinión pública, y plantea que herramientas más complejas, como el análisis factorial multivariado pueden contribuir a explicar los comportamientos políticos y

electorales. Frente a las críticas y cuestionamientos que se hace de la fiabilidad de las encuestas, es preciso relieves que continúan siendo necesarias, en tanto permiten escuchar de manera directa a los ciudadanos, y determinar mediante procedimientos de las ciencias sociales el grado de conocimientos, las opiniones, percepciones y prácticas que llevan a los electores a tomar decisiones, especialmente en la elección de sus autoridades. Existe de parte de los electores una racionalidad profunda, que tiene un sentido que se expresa en los resultados electorales. La encuesta de opinión realizada en el hogar se fundamenta en una regla del diálogo personal cara a cara, por medio del cual, aunque algunas personas entrevistadas omitan dar a conocer su verdadera opinión, deja entrever ciertas manifestaciones de resistencia o rebeldía que se ponen de manifiesto cuando se contrastan los resultados con la votación. El voto es un acto individual y secreto; mientras que la encuesta de opinión es una conversación con un extraño que visita en su casa a la persona que ejercerá más tarde ese voto. Encontrar esta brecha entre las opiniones manifiestas y el voto real es una rica mina de significados, que nutre la comprensión de la democracia moderna en el Ecuador y en Latinoamérica en general.

October 10 16:30-18:30

Panel 24: Partidos y representación en América Latina

Chair: Aldo Adrián Martínez Hernández (Universidad Autónoma de Aguas Calientes)

Suplente: Maria Celeste Ratto (IIDYPCA - CCT Conicet - patagonia norte)

Las bases electorales de los partidos políticos en Argentina 2011-2019. Ciclos electorales y trasvase de votos, algunas claves para el análisis del comportamiento electoral y partidario. (Paper ID: 181)

Maria Celeste Ratto (IIDYPCA - CCT Conicet - patagonia norte)

Daniela Zacharias (Universidad Nacional del Comahue)

Daiana Neri (Universidad Nacional del Comahue / Universidad Nacional de Rio Negro)

Palabras Clave: elecciones, trasvase de votos, argentina, realineamiento electoral, comportamiento electoral

Resumen: La existencia de elecciones regulares, libres, competitivas y limpias, es el pre-requisito de cualquier democracia. En Argentina, en 2019 se cumplieron 36 años de democracia luego del retorno constitucional de 1983. Han pasado 24 elecciones para cargos nacionales y más de 190 provinciales. Al igual que en 2015, en las elecciones presidenciales de octubre de 2019 se produjo una alternancia en el partido de gobierno. Es la primera vez desde que entró en vigencia la reelección presidencial (1994) que un partido no logra retener el gobierno. ¿Qué hay detrás de la alternancia del partido de gobierno? ¿Qué factores influyeron en el cambio de las preferencias electorales que llevaron al resultado de 2015 y 2019, provocando la alternancia de partidos? ¿Esos realineamientos indican una nueva realineación de preferencias? Estos son los principales interrogantes que guían a la presente investigación. El objetivo de este trabajo es estudiar el trasvase de votos de elección a elección entre 2011 a 2019, a fin de analizar la composición de las bases electorales de los principales partidos políticos de Argentina. Buscamos así aportar una visión integral de los ciclos electorales 2011-2015 y 2015-2019, poniendo especial énfasis en el análisis de las conexiones entre los realineamientos de las preferencias de los votantes y las decisiones de las elites políticas.

Estimating values and moral foundations of Latin American Political parties: Testing frameworks for analysis. (Paper ID: 334)

Miguel A. López-Varas (University of Chile)

Palabras Clave: content analysis, Moral Foundations theory, wordfish, wordscores

Resumen: This paper uses the Moral Foundations theory (Graham, Haidt and Nosek 2009; Haidt, Graham and Craig 2009) to estimate if conservative and left wing parties in Latin American have different views of morality. We use the doctrinal principles of 20 right-wing parties and 18 left-wing political parties as an ideological narrative and a proxy for their value positions. These documents have the advantage that they are stable over time and do not change from one election to another like the party manifestos. In addition, the main focus of doctrinal principles is in moral values rather than public policy positions. To control for the heterogeneity of the Latin American political parties, we have selected only the parties belonging to the conservative Union of Latin American Parties as center-right parties and the parties attached to the Socialist International as representatives of the left. We believe that only those systems of highly institutionalized and less personalist parties such as Chile, Uruguay and Costa Rica are rooted in different views of morality. This article uses a dictionary of words for automated content analysis that represent moral foundations constructed by the authors of the theory (Haidt et al.,

2009, Graham et al., 2009). The analysis will also cover Latent Semantic Analysis (LSA) and automated left-right axis measurements such as Wordfish and wordscores.

Continuidad y cambio de la identidad partidista en una democracia establecida. (Paper ID: 484)

Ignacio Zuasnabar (Equipos Consultores)

Palabras Clave: Identificación Partidaria, sistema de partidos, elecciones

Resumen: Uruguay es reconocido en América Latina por la solidez de su democracia y la estabilidad de su sistema de partidos, que cuenta con dos de los partidos más antiguos del mundo. Una de las claves para estos factores de estabilidad es la importante extensión de las identificaciones partidarias en el conjunto de la población. Sin embargo, en los últimos años, al igual que en buena parte del mundo, los factores que impulsan un mayor desalineamiento se han hecho presentes también en el Uruguay. El trabajo, basado en series históricas de largo plazo de encuestas nacionales de opinión pública en Uruguay, analiza cómo las identificaciones partidistas en Uruguay han permanecido (y cómo han cambiado) en tiempos de redes sociales, populismos y personalización de la política.

Latin American congruence. An analysis in three political representation levels: elites, citizens and government programs. (Paper ID: 480)

Mariana Sendra (Universidad de Salamanca)

Nicolás Miranda Olivares (Universidad de Salamanca)

Aldo Adrián Martínez Hernández (Universidad Autónoma de Aguas Calientes)

Francisco Olucha Sánchez (Universidad de Salamanca)

Palabras Clave: representación, congruencia, partidos políticos, élites, programas de gobierno,

Resumen: Congruence in political representation allows us to examine which is the degree of representatives' preferences reflects citizens preferences (España-Nájera and Martínez Rosón, 2020). The main idea about congruence relies that political attitudes of representatives and represented coincide; the programmatic link between the two body will be stronger (Morales, 2014). The works about Latin America are multiple Luna and Zechmeister, 2005; Siavelis, 2009; Otero Felipe and Rodríguez Zepeda, 2010; Morales, 2014; Buquet and Selios, 2017; Lupu and Warner, 2017; Rodríguez Zepeda, 2017; España-Nájera y Martínez Rosón, 2020). Nevertheless, the analysis of this works has focused in the comparation among elites and citizenry surveys without take consideration government programs as element to understand political congruence (Lehmann and Schultze, 2012; Werner, 2019). The importance of government programs is because is an official text that represents party political positions in every election, which offers to citizens different models and political offers, in order to win the elections (Alonso, Volkens y Gómez, 2012; D'Alessandro, 2013; Alcántara y Cabezas, 2013). In this way, programmatic positions that parties offer in government programs should be in tune with political positions of representatives and voters. The goal of this work is determinate programmatic congruence of parties from four different countries: Mexico, Chile, Argentina and Brazil. Through a triangulation of three levels using representation-citizens, representatives and government programs, using LAPOP, PELA and MARPOR database, respectively. Analysis period takes from 2008 to 2018, that allows to observe possible changes in congruence throughout time.

October 10 16:30-18:30

Panel 25: Forecasting Elections III

Chair: Ryan Carlin (University of Georgia)

Suplente: Gregory Love (University of Mississippi)

ComunidadCadem: origen, evolución y calidad de un panel online probabilístico en Chile. (Paper ID: 152)

Javier Torres (CADEM)

Antonio Poveda (CADEM)

Roberto Izikson (CADEM)

Palabras Clave:

Resumen: Los paneles online probabilísticos en países como Estados Unidos son bien conocidos y llevan bastantes años en funcionamiento (Pew Research Center, GfK, por dar algunos ejemplos). En Latinoamérica, en cambio, este tipo de método de recolección de datos no ha tenido el mismo desarrollo, ocupándose todavía en su mayoría metodologías tradicionales. Cadem, una empresa de opinión pública y de estudios de mercados chilena, se encuentra hace unos meses desarrollando ComunidadCadem, un panel online probabilístico con cobertura nacional en Chile, en donde las conexiones móviles a internet pasaron de 3.690.832 a 18.489.311 en los últimos diez años. En el presente artículo, presentamos el estado del arte de los paneles online probabilísticos en el contexto latinoamericano y mundial. Luego describimos y mostramos la metodología usada para crear el panel y los resultados de las estrategias de poblamiento. Describimos además las estrategias para mantener activos a los panelistas y para persuadir a las personas que inicialmente rechazaron participar del panel para que participen. Paralelamente, mostramos los resultados de encuestas realizadas a los panelistas para conocer sus motivos y preferencias al momento de participar de las encuestas que reciben, información que se ha utilizado para mejorar y perfilar el cómo nos comunicamos con los panelistas. Finalmente, para indagar en la calidad de los datos, mostramos los resultados del mismo contenido (cuestionario) medidos a través de diversos métodos de recolección de datos con muestreo probabilístico: presencial (cara a cara), telefónico (RDD) y al panel ComunidadCadem. De acuerdo a resultados de estudios realizados en países con vasta experiencia en investigación en metodología de encuestas, esperamos diferencias significativas para preguntas sensibles (valóricas y conductuales), pero no para preguntas que abordan temas políticos o de opinión pública.

Los efectos de los sondeos electorales en el periodo de elecciones (abril – noviembre) de 2019 en España. (Paper ID: 31)

José María Ramírez Dueñas (Universidad Complutense de Madrid)

María Lourdes Vinuesa Tejero (Universidad Complutense de Madrid)

Palabras Clave: España, sondeos, voto, campaña electoral, democracia mediática

Resumen: Los sondeos preelectorales se han convertido en una herramienta de comunicación política para partidos políticos y medios de comunicación. Esta ponencia para el Congreso 9º WAPOR LATAM, parte de un estudio acerca de la influencia y efectos de los sondeos preelectorales en el comportamiento político y electoral en España, y más en concreto, pretende estudiar el impacto que tuvieron en las dos convocatorias electorales celebradas en el país en el año 2019 (abril y noviembre). Las investigaciones acerca del fenómeno de los sondeos preelectorales generan flujos de información

que permiten a los ciudadanos ejercer su voto de manera más eficiente (Gasperoni y Mantovani, 2015), así como generar estrategias en el momento de escoger entre opciones electorales (Donsbach, 2001; Lau and Redlaswsk, 2001). Sin embargo, su mayor utilización por parte de agentes electorales (partidos y medios de comunicación, fundamentalmente) ha provocado que numerosos autores hayan descritos sus riesgos, entorno al concepto de Noelle-Neumann acerca de la llamada “sondeocracia” (1984). El escenario es propio para estudiar los efectos en la opinión pública de los sondeos preelectorales: junto con la ya habitual proliferación de los sondeos publicados por los medios de comunicación en la campaña de abril, se dio la especial circunstancia que la publicación continuada de encuestas de intención de voto durante la negociación para la formación de un Gobierno posicionó a los cinco principales partidos a modificar sus estrategias.

Las encuestas preelectorales en los periódicos argentinos. Elecciones presidenciales 2019. (Paper ID: 9)

Belen Amadeo (Universidad de Buenos Aires)

Maria Eugenia Tesio (Universidad de Buenos Aires)

Palabras Clave: encuestas preelectorales, medios de comunicación, Argentina, consultoras, WAPOR

Resumen: El presente trabajo busca responder las preguntas derivadas de una investigación sobre el tratamiento que los diarios argentinos La Nación, Página 12 y Clarín hicieron de las encuestas preelectorales en 2019. La investigación busca comparar la cobertura que los periódicos realizaron las dos últimas elecciones presidenciales para ver si las pautas de publicación establecidas en la guía elaborada por ESOMAR y WAPOR fueron integradas a la cobertura de encuestas preelectorales a diferencia de lo que ocurrió en 2015. También se realiza un análisis comparativo sobre si utilizaron las encuestas más para fundamentar las ideas de periodistas y candidatos que para transmitir información electoral neta o si por el contrario ofrecen una cobertura de datos antes que de opinión. En otras palabras, se buscará observar si se ha dado un giro hacia la profesionalización de los periodistas con respecto a la cobertura de las encuestas. El relevamiento compara los artículos publicados en los tres diarios durante la campaña electoral y luego coteja esos resultados con entrevistas a encuestadores, periodistas y asesores políticos que brindan su mirada sobre el tema desde sus respectivos puntos de vista.

Forecasting Runoff Elections: A Model Using Party Positions and First-Round Polls. (Paper ID: 29)

Guilherme Russo (Fundação Getulio Vargas)

Jairo Pimentel (Fundação Getulio Vargas)

George Avelino (Fundação Getulio Vargas)

Palabras Clave: forecasting, elections, runoff, campaigns

Resumen: Recent works on elections under the majority runoff rule indicate that voters tend to engage in coordination and strategic voting in the first round (Blais et al. 2011, Bouton 2013 and Bordignon et al. 2016). Yet, first-round runner-ups have won three out of ten presidential runoff races. This paper builds on our previous work on forecasting runoff elections by proposing a model that, besides the first ballot result, includes: 1) the ideological position of parties, and 2) changes in candidates' support before the first vote to predict the result of the second ballot. We hypothesize that turnaround elections are more likely to occur, *ceteris paribus*, when: i) the vote difference between the second and third-placed candidates is small, ii) first-round losing candidates are ideologically closer to the runner-up, iii) the runner-up has gained momentum on the eve of the first ballot, and iv) the runner-up's first ballot vote outperforms first-round polls. We test our hypotheses with a collection of 287 elections for executive

offices in Brazil. The ideological positions of parties are estimated using Power and Zucco's (2009) legislative surveys, and our polling data originates from the Congresso em Foco project's database. We also expand our model to a set of 128 presidential elections available on Adam Carr's website, for which we estimate parties' ideological positions using surveys from the Comparative Manifesto Project and CSES surveys. While our original model contributes to the study of election forecasting by using results from the first round election, we believe that estimates generated by our model can be improved with updates from polls collected in the second-round campaign period.

Indigenous Election Forecasting in Jamaica. (Paper ID: 116)

Christopher Charles (University of the West Indies, Mona, Jamaica)

Neena Albarus (University of the West Indies, Mona)

Palabras Clave: Election Forecasting, Jamaica, Caribbean, Economic Factors

Resumen: The CHAMPSKNOW system of the Good Judgment Project was used to forecast the 2016 Jamaican General Election (see Charles & Reid, 2016; Charles, Reid & Albarus, 2019). Several variables were used from the 2016 dataset to create an indigenous forecasting model to predict the outcome of the next general election. Economic factors are important for voters especially in a middle income developing country. The model postulated that the variables annualized average unemployment, annualized average inflation, annualized average interest rate, nominal foreign exchange rate, external debt to GDP from 1962 to 2020 were significant predictors to determine party in power (election outcome). Logistic regression was used to predict an electoral win for either of the two major political parties, the People's National Party (PNP) or Jamaica Labor Party (JLP) in a two-party dominant political system. The results show: $\ln(P/1-P) \sim (PNP/JLP) = 13.41 - 0.398 \text{ Unemp.} - 0.067 \text{ Inf.Avg.} - 0.656 \text{ IntRate} - 0.072 \text{ EXCH} + 0.094 \text{ Debt/GDP} - 0.571 \text{ Elect.}$ The coefficients reveal that a reduction in the rates of unemployment, and inflation rates, as well as interest rates and nominal foreign exchange rate and increasing foreign external debt payments, reduces the likelihood of the PNP winning the general election. Predicted probabilities of the election outcome were also generated which revealed that the PNP has a 25.2 percent chance out of 100 whereas the JLP has a 95.8 percent chance out of 100 in winning a General Election in 2020. The model accurately generated the predictive probabilities of 9 of the 13 general elections (69.2%) from 1962 to 2016. The prime minister is expected to announce the election date in 2020. The election has to be constitutionally held by the latest 31 August 2021, which is a year and a half lead-time.

October 10 19:00-21:00

Panel 26: La ideología en América Latina

Chair: Claire Durand (Université de Montréal)

Suplente: Rosario Queirolo (Universidad Católica del Uruguay)

Orientación ideológica y confianza institucional en América Latina entre 1995 y 2017. (Paper ID: 190)

Luis Peña Ibarra (Université de Montréal)

Claire Durand (Université de Montréal)

Palabras Clave: América latina, confianza institucional, análisis multinivel, ideología

Resumen: A partir de 1990, América Latina experimentó un importante proceso de transición democrática. Sin embargo, para algunos, se trataría de un proceso inacabado, debido al bajo nivel de confianza institucional expresado en diversos estudios de opinión pública, mientras que, para otros, constituye un dato preocupante que daría cuenta de una verdadera "crisis" entre la sociedad civil y las instituciones. Pero, ¿estamos realmente en presencia de una crisis generalizada de confianza en las instituciones? Y si esto es así, ¿cuáles serían los factores que eventualmente podrían explicarla? En una investigación anterior hemos podido comprobar que la variación de la confianza en las instituciones, depende más de los contextos de los países (por ejemplo, la ideología del partido gobernante) que de las características de los individuos como el sexo, la edad y la educación. Por lo tanto, esta investigación se orienta, en un primer momento, a la búsqueda de otras variables de nivel individual que nos permitan explicar este fenómeno. Como hipótesis de trabajo, podemos suponer que las opiniones de las personas que declaran tener la misma ideología que el partido gobernante tenderán a reforzarse positivamente durante los gobiernos de este partido y que estas opiniones se traspasarán, a las instituciones sociales. A través de un modelo estadístico multinivel longitudinal de medidas repetidas, esta investigación tiene como objetivo comprender la evolución histórica del nivel de confianza institucional en América Latina entre 1995 y 2017 a partir de la combinación de datos incluidos en las encuestas realizadas por Latinobarómetro, Lapop y la Encuesta Mundial de Valores. Así como tratar de comprender como la orientación ideológica de los individuos combinada con la de los partidos de gobierno pueden influenciar el nivel de confianza en las instituciones del país.

The 'left-turn' and the support for pro-poor income growth in Latin America. (Paper ID: 171)

Rosario Queirolo (Universidad Católica del Uruguay)

Santiago Lopez (Universidad de la República)

Palabras Clave: Economic voting, Elections, Class, Redistribution, Latin America

Resumen: It is common wisdom that class cleavages are electorally weak in Latin America and valence explanations such as economic voting receive stronger empirical support. Yet, an important problem in unequal democracies is the extent to which voters make redistributive considerations when rewarding/punishing governments for economic growth. In this paper we analyze the evolution of class-biased economic voting (CBEV), this is, the recent electoral rewards for top-income growth relative to mean income growth, in the most unequal continent in the world. The theory predicts that left-wing parties that commit to income redistribution are likely to attenuate class-bias economic voting. Moreover, left parties may even obtain electoral gains from pro-poor income growth among the poor. This suggests that some of the left-wing Latin American parties that have implemented pro-poor policies obtained the support of the disadvantaged. We analyze survey data from 16 democracies of Latin

America before and after the 'left turn' (1996-2019). Our theory and empirical results contribute to the little existing knowledge on whether the wave of left-wing mandates in the continent has in fact contributed to better align distributive preferences and voting behavior.

Democracia y socialismo en América Latina; un estudio de la opinión pública en Bolivia y Ecuador.

(Paper ID: 408)

Álvaro Sánchez García (Universidad Carlos III de Madrid)

Jesús Claros Alonso (Universidad Complutense de Madrid)

Palabras Clave: América Latina, democracia, Bolivia, Ecuador, opinión pública, socialismo

Resumen:

El presente paper tiene por objeto de estudio la influencia del socialismo sobre la satisfacción democrática, desde el punto de vista de la opinión pública. Analizaremos empíricamente cuál ha sido su influencia y, para ello, someteremos a examen la opinión pública antes de su llegada y cuál es la situación actual. También lo abordaremos en el desarrollo de los Gobiernos socialistas, para poder comprobar cuáles han sido las tendencias que han ido tomando. Si bien, no solo no interesará conocer al grado de satisfacción democrática, sino conocer cómo han ido variando sus concepciones, o los perfiles de los satisfechos - o insatisfechos - con la democracia en su país. De este modo, introduciremos en el análisis variables sociodemográficas, de aptitudes y comportamiento político para poder aportar la mayor calidad descriptiva. Con todo esto, podremos ver, no solo cómo la satisfacción democrática ha variado en términos macro, sino también desde la perspectiva de determinados perfiles (por ejemplo desde la izquierda, los indígenas). Además, estudiaremos la evolución de la propia concepción democrática en estos países. Para ello, en este estudio hemos seleccionado dos países: Bolivia y Ecuador. Consideramos que ambos casos reúnen condiciones muy similares en cuanto a desarrollo democrático y a la vertiente populista de su socialismo. De este modo, estudiaremos, en concreto, el impacto que ha tenido el socialismo en países donde gobierna (o gobernaba) desde más de 15 años. Así, podremos ver cómo ha tolerado la opinión pública al socialismo en términos democráticos. Por último, para llevar la parte empírica del estudio, utilizaremos los datos disponibles del Latinobarómetro (que cuenta con una extensa batería de preguntas sobre apoyo a la democracia) y también de la LAPOP. Con estos data set realizaremos modelos de regresión (tanto lineal como logística) que nos permitan realizar lo anteriormente expuesto. De este modo, pretendemos que se trate de un paper descriptivo, en el que se responda a la siguiente pregunta: ¿ha afectado el socialismo a la satisfacción democrática en Bolivia y Ecuador?

A través de una encuesta online completada por 874 jóvenes de la ciudad de Manizales, Colombia, este estudio obtuvo información sobre el uso que hace la población juvenil para participar en los procesos políticos. El análisis se realizó en el marco de las movilizaciones sociales del mes de noviembre de 2019 contra las políticas del gobierno del presidente Iván Duque Márquez. La información obtenida fue sistematizada automáticamente en el software Question Pro. Los resultados indican que los jóvenes inscritos a las universidades de la ciudad son más propensos a tener participación política on-line y off-line, así mismo, quienes estudian en universidades públicas participan en mayor medida en movilizaciones sociales en comparación con jóvenes de universidades privadas. Igualmente, el uso de redes sociales se hace principalmente para compartir convocatorias a espacios de participación política off-line y apoyar a través de mecanismos de interacción digital el desarrollo de las protestas. Por último, no se encontraron diferencias de género ni en la participación política on-line y off-line.

October 10 19:00-21:00

Panel 27: Las campañas electorales en México

Chair: Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Suplente: Carlos Luis Sánchez y Sánchez (Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales)

El uso diferenciado de los medios de comunicación durante la campaña Presidencial del 2018. (Paper ID: 147)

Carlos Luis Sánchez y Sánchez (Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales)

Gerardo Dorantes Aguilar (Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales)

Palabras Clave: Medios de Comunicación, Elección Presidencial, México, Consumo de Medios

Resumen: El propósito de este trabajo es presentar el perfil del consumo mediático del elector mexicano durante la campaña presidencial del 2018. Con base en los datos de la encuesta post-electoral realizada en agosto del 2018 por el Comparative National Election Project (CNEP) de la Universidad de Ohio; a la ponencia presenta los resultados concernientes a un consumo de medios orientado predominantemente a la televisión y en menor medida a la obtención de información a través de las redes sociales y el internet. En términos generales, a partir de dos modelos logísticos, el trabajo pretende responder a un interrogante fundamental: ¿Existió un perfil diferenciado en el elector mexicano, en términos sociodemográficos y políticos, en función del consumo de medios durante la campaña presidencial mexicana del 2018?

Procesos comunicativos y deliberativos en facebook durante campañas electorales: Caso Andrés Manuel López Obrador en 2018. (Paper ID: 15)

Alejandra Toxtle (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

Palabras Clave: Deliberación política Online, comunicación interpersonal cotidiana, Facebook, campañas electorales

Resumen: La presente investigación de enfoque mixto y alcance descriptivo, indaga acerca del tipo de comunicación que se registró entre usuarios de Internet y el candidato político -Andrés Manuel López Obrador- en su correspondiente muro de Facebook, exclusivamente en publicaciones referentes a propuestas políticas, durante campañas electorales en la elección para Presidencia de la República en México de 2018. Dicho análisis es desde el marco teórico de la comunicación interpersonal cotidiana y deliberación política online. La pregunta general que guía la presente, consiste en identificar ¿cómo fueron las interacciones comunicativas que se registraron en el muro de Facebook del candidato político AMLO en el período de campañas electorales de 2018? El supuesto de investigación radica en que se registrará mayor porcentaje de comunicación interpersonal cotidiana en proporción a deliberación política online, por tres situaciones específicas: 1) los usuarios no cuentan con cualidades argumentativas, 2) ha sido más importante para los usuarios discutir acerca de las aptitudes, actitudes y perfil del candidato, así como expresar emociones que causaba el candidato (Personalización de la política), y 3) el candidato usó únicamente Facebook como una agenda política en lugar de un espacio deliberativo. En conclusión, se identifica que el ejercicio deliberativo es poco recurrente en el caso

mexicano y que Facebook funciona como herramienta deliberativa, sin embargo, ello depende tanto del usuario como del candidato político.

The longitudinal relationship between online and offline political participation in the context of a presidential campaign. (Paper ID: 91)

Alejandra Rodríguez-Estrada (UABC)

Palabras Clave: online political participation, offline political participation, Mexican presidential elections.

Resumen: Literature traditionally discusses the role that political participation (PP) plays in the democratic decision making of a country, most of the time from the dichotomy of formal or informal PP. Today's hyperconection, allows new PP expressions that must be considered when understanding the concept itself. In order to do so, one should understand the relation between online and offline PP, especially in times that detonate said interaction, as it happens during electoral times. An digital panel survey was applied at a national level in Mexico with the objective to compare the relation between the online and offline report. We found that only at times closer to the election and after it, the spillover effect happens, in which we can say that the offline PP influences the online one.

Impacto del involucramiento partidario en la percepción de sesgo mediático hacia los candidatos electorales. (Paper ID: 114)

Carlos Muñiz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Palabras Clave: Campaña electoral; Sesgo mediático; Involucramiento partidario; Tratamiento informativo; Candidatos electorales

Resumen: Los medios contribuyen al aprendizaje político de los ciudadanos, una labor acentuada durante los procesos electorales. Pero, junto a los contenidos programáticos, también es importante el contenido que los medios transmiten respecto de los propios candidatos, pues éste influye en las valoraciones hacia ellos y la toma de decisiones de los votantes. Por esto, es importante determinar si los medios favorecen o perjudican sistemáticamente a ciertos actores políticos, así como si entre la opinión pública se percibe la existencia de posibles sesgos mediáticos en la cobertura de las campañas. Tomando como caso la campaña presidencial mexicana de 2018, se busca determinar en primer lugar qué tratamiento realizaron las principales televisoras respecto a los candidatos, en segundo lugar analizar si los ciudadanos percibieron algún sesgo en los informativos de televisión durante la campaña electoral y, finalmente, determinar qué factores influyeron en que se tuviera esta percepción de sesgo. Para ello, se trabajó con los datos de un análisis de contenido de las noticias de televisión durante la campaña entre los meses de marzo a junio (N = 651), así como de la encuesta CNEP realizada en julio de 2018 (N = 1,428). Los resultados obtenidos permiten observar que no hubo diferencias en el tratamiento realizado de los candidatos en las noticias de televisión y que tampoco existió entre la población una percepción fuerte de existencia de sesgo mediático. Sin embargo, entre aquellos que sí lo percibieron, fue el nivel de partidismo o involucramiento de los ciudadanos con alguna de las plataformas electorales, representadas en el candidato votado, el factor determinante de la percepción. Este resultado abre un debate sobre la existencia de un efecto en el contexto mexicano en línea con las propuestas sobre la existencia de un efecto de medio hostil y/o de medio amistoso.

Polling Accuracy in the 2018 Mexico's Presidential Election. (Paper ID: 329)

Alejandro Diaz-Dominguez (Tecnologico de Monterrey)

Margarita Corral (Brandeis University)

Palabras Clave: Poll of polls, Mexico, Presidential Elections

Resumen: In a challenging polling environment, studying how polling practices affect pre-electoral surveys' accuracy is relevant due to the impact that predictions derived from poll of polls has on political actors and citizens' choices. Based on 200 pre-electoral surveys collected during the 2018 presidential election in Mexico, we find that accuracy (measured as Mosteller 3) is influenced by sampling techniques (i.e. Facebook probability samples, telephone, and households interviews), days before the election, sample size, fielding days, and margin of error. These results suggest that technical variables are still relevant when explaining polls accuracy, independent of campaign periods, that is 90, 60, 30, or 15 days before election day.

October 10 19:00-21:00

Panel 28: Opinión Pública en Uruguay

Chair: Rosario Queirolo (Universidad Católica del Uruguay)

Suplente: Ignacio Zausnabar (Equipos Consultores)

El basural de las explicaciones: largo, mediano y corto plazo en la campaña electoral uruguaya de 2019. (Paper ID: 388)

Agustín Canzani (Fundacion Liber Seregni)

Palabras Clave: Encuestas, Redes sociales, Elecciones, Comportamiento electoral, Opinión Pública, Uruguay

Resumen: Las elecciones uruguayas de 2019 se decidieron en noviembre por un escaso margen de menos de dos puntos porcentuales y fueron las más originales y cambiantes de la historia reciente. El gobernante Frente Amplio apareció desafiado en su rol de partido dominante y fue derrotado finalmente por ese escaso margen. Aunque desde tiempo antes los indicadores de opinión sobre los principales temas políticos, económicos y sociales podían augurar ese resultado, las variaciones generadas entre la primera y la segunda vuelta no sugerían una diferencia tan estrecha, lo que habilita a discutir diferentes explicaciones del resultado. Tomando como base principal encuestas de opinión pública, complementándolas con seguimientos de redes sociales, el estudio realiza un inventario analítico de actitudes consideradas clave para la decisión de voto, clasificándolas en factores de influencia en el corto, mediano y largo plazo. Compara la situación con antecedentes de elecciones anteriores y busca responder el posible peso relativo de cada plano en la definición del comportamiento electoral. El análisis se complementa con una descripción del posicionamiento de partidos, candidaturas y principales actores sociales y la identificación de los principales hitos de la campaña. La conclusión es mixta, y sugiere que si bien el contexto general de mediano y largo plazo sugería una derrota del partido gobernante, la forma en que se llevó a cabo la campaña pesó en el resultado final de una forma más determinante e influyó incluso en las percepciones retrospectivas que habían moldeado buena parte de las decisiones en la segunda vuelta. Una explicación hipotética sugiere que pudo haber influido la falta de una estrategia más claramente definida basada en el "techo" electoral del candidato ganador y en la intensificación de las apelaciones a los miedos del electorado respecto al gobierno finalmente elegido. Finalmente, el estudio también analiza el desempeño de los estudios de opinión pública en primera y segunda vuelta, analiza la bondad de su ajuste y discute las interpretaciones realizadas por algunos actores sobre la posible influencia en los resultados electorales.

Elecciones internas y voluntarias en Uruguay 2019: estrategias de medición y reflexiones metodológicas. (Paper ID: 504)

Rafael Porzecanski - Opción Consultores

Palabras Clave:

Resumen: La primera ronda de las elecciones presidenciales en Uruguay es la única de voto voluntario (no obligatorio) de acuerdo a la Constitución de 1996. Entre otros aspectos, en esta instancia se eligen candidatos únicos por partido en forma simultánea, lo que resulta el principal objetivo de estimación de las encuestas de opinión pública. Este trabajo analiza los diferentes abordajes de medición implementados por las principales firmas de opinión pública del país en las elecciones internas de junio de 2019, analiza la performance del sector en comparación a las anteriores ediciones de las elecciones

internas (vigentes desde 1999 en adelante) y presenta diversos datos de Opción que permiten una mejor comprensión de los desafíos metodológicos de estimación de participación en contextos de voto voluntario. El trabajo concluye presentando los principales desafíos metodológicos planteados para futuros ciclos electorales en Uruguay a la luz de la experiencia de 2019, realiza algunas sugerencias para abordar exitosamente dichos desafíos y contextualiza al caso uruguayo de acuerdo a las fortalezas y debilidades que las encuestas de opinión pública han tenido para estimar el voto voluntario en otros contextos.

La aplicación de encuestas de satisfacción y relevamiento de necesidades formativas para la mejora de las políticas públicas de formación profesional en Uruguay. (Paper ID: 386)

Maria Victoria Terán Silvestri (AUCIP)

Palabras Clave: Encuestas de satisfacción, encuestas de expectativas, formación profesional y empleo, acuerdos entre gobierno trabajadores y empresarios

Resumen: Los gobiernos y agencias gubernamentales se apoyan en la actualidad en consultas a los ciudadanos, usuarios y clientes de sus servicios para dar respuestas más ajustadas a sus cometidos y diseñar políticas públicas. El trabajo a presentar indaga sobre las distintas experiencias de consulta (encuestas) llevadas adelante por la Agencia de formación profesional y empleo en Uruguay, para ajustar el diseño de sus propuestas y proyectos formativos en función de las opiniones relevadas. Asimismo se relevará también información de consultas y proyectos complementarios llevados adelante en colaboración con organismos internacionales y nacionales para el adecuado relevamiento de las necesidades formativas del mercado de trabajo en Uruguay. Cabe resaltar que la gobernanza de la institución tiene carácter tripartito y resulta sustancial la legitimidad que sus acciones adquieren para los actores implicados en la formación y empleo a nivel nacional. La organización ha apostado a este tipo de trabajos en los últimos años, avanzando paulatinamente en la construcción y solidez de datos propios que permitan ir ampliando progresivamente el volumen y la variedad de consultas realizadas y perfiles ocupacionales relevados a fin de contar con datos de calidad para la toma de decisiones que tienden a ajustarse cada vez más a las demandas de los usuarios, sean estos trabajadores organizados o pequeñas y medianas empresas fundamentalmente, planteando así una gestión cercana al usuario, capaz de ajustarse a las demandas del mercado laboral y posicionándose como un actor de relevancia en los acuerdos tripartitos sobre formación profesional y empleo.

October 10 19:00-21:00

Panel 29: Capital Social y participación en América Latina

Chair: David Sulmont (Pontificia Universidad Católica del Perú)

Suplente: Luis Remiro (Universitat de Barcelona)

The need to create territorial settings, where participatory and representative democracy meet, to accumulate Social Capital. The evidence from the fourth measurement of Social Capital of Colombia with the Barcas, 2011-2017 and the evolution of its dimensions. (Paper ID: 25)

John Sudarsky (CONTRIAL)

Palabras Clave: Political participation and change, social capital measurement, accountability, anomie, macrosociological analysis, political sociology, civil society

Resumen: In the fourth measurement of social capital of Colombia (2011-2017) the evolution of the four emerging factors (see paper presented in WAPOR, 2020) will be explained through changes in the eleven dimensions measured. SocialK (social fabric) decreased because atomization and opportunism grew (negative with Solidarity and Reciprocity) showing an anomic dangerous tendency; CivicK (vertical articulation and civic participation) fell because the latter fell from 1997 to 2011, losing almost 50% of membership in civic organizations and just a weak and non-active recovery in the last period. Intricate (Institutional trust and indirect control of the state) suffered a drastic drop, mainly in Institutional Trust; Political Participation, part of Intricate, showed a loss both in the participatory democracy as well as in legislative linkage where 88% of population had zero linkage. Media lost its impact on the factors, being replaced by Social Media related to Fusi (Faith on unvalidated sources of information). The decrease of Fusi signals the collective recognition by which people acknowledge the clientelistic nature of politics, registered through the loss of political education. The results will be discussed to point the need to create territorial settings that accumulate Social Capital, where participatory planning and budgeting and single seat electoral districts where accountability is possible, meet. Populism and lack of governability are the risks of not doing so.

Confianza interpersonal y corrupción en el Perú: Análisis a partir de modelos de ecuaciones estructurales. (Paper ID: 439)

Edwin Cohaila

Palabras Clave: confianza interpersonal, microcorrupción, instituciones políticas, tolerancia a la corrupción, cultura política

Resumen: El presente artículo analiza, a través de modelos de ecuaciones estructurales (SEM), los efectos de la percepción de la lucha contra la corrupción por parte de instituciones políticas y sociales, las prácticas de microcorrupción del individuo y, la actitud de tolerancia a la corrupción con relación a la confianza interpersonal. Se utiliza como base la encuesta nacional de corrupción realizada por Proetica, capítulo peruano de Transparencia Internacional. Se trabajan con dos hipótesis que responden a los dos modelos construidos. La hipótesis 1 establece que la lucha contra la corrupción expresado por las instituciones políticas y sociales, la actitud de tolerancia a la corrupción y las prácticas de microcorrupción tienen un efecto directo en la confianza en las personas. Y la hipótesis 2 establece que la lucha contra la corrupción expresado por las instituciones políticas y sociales, la actitud de tolerancia a la corrupción y la confianza en las personas tiene un efecto directo en las prácticas de microcorrupción. El modelo que tiene buen ajuste es el modelo 1 (NFI, TLI, CFI > 0.9, RMSEA < 0.05), sin embargo establece

que la tolerancia tiene un efecto negativo, mientras que la lucha contra la corrupción y las prácticas de microcorrupción tienen un efecto directo con la confianza interpersonal, esto último puede sonar contradictorio, pero denota particularidades de la cultura política peruana, que deben seguir discutiéndose y profundizándose.

Polarización y confianza en América Latina. (Paper ID: 389)

Luis Remiro (Universitat de Barcelona)

Palabras Clave: Polarización, confianza, conflicto

Resumen: América Latina está viviendo momentos de alta tensión. La aparente incapacidad de los gobernantes de resolver las demandas de los ciudadanos ha generado conflictos sociales en forma de protestas masivas, dibujando un contexto altamente complejo. La polarización solía configurarse a través de líneas divisorias comunes como los conflictos ideológicos entre derechas e izquierdas. Sin embargo, ahora los grupos no solo están contrapuestos por una línea ideológica, sino también están trazadas alrededor de actitudes e identidades sociales (Fukuyama, 2018). Algunos autores han denominado este fenómeno como polarización afectiva (Iyengar et. al, 2019). Por otro lado, la confianza que es vital para el correcto funcionamiento de las instituciones sociales (Putnam, 2003) sigue descendiendo significativamente. En este paper me propongo a explorar teóricamente la relación entre estas nuevas formas de polarización y la confianza política. Mi argumento principal es que no solo la polarización tiene un efecto negativo en la confianza política (Hetherington 2015; Hetherington & Rudolph, 2017) sino, al dificultar la capacidad de cooperación entre las partes, genera más conflictos sociales. Centraré mi análisis en América Latina, una de las regiones con menores índices de confianza política, haciendo uso del Barómetro de las Américas 2014 (Zechmeister et. al, 2014).

When crime pays for electoral turnout, but not for the incumbent: Evidence from Colombia, 2010-2018. (Paper ID: 360)

Lucas Perelló (The New School for Social Research)

Germán Campos-Herrera (Diego Portales University)

Palabras Clave: Homicides, theft, turnout, incumbent, political behavior, Colombia, Latin America

Resumen: Does violence affect political behavior? This question engages with one of the most severe challenges faced by Latin America's emerging democracies, which suffer from the world's highest levels of violence. We seek to shed light on this crucial question by examining three presidential elections in Colombia from 2010 to 2018. A first section uses departmental-level (departamentos) data and presents correlations that explore the statistical relationship between the homicide and theft rate with voter turnout and support for the incumbent. A second section uses the Latin American Public Opinion Project (LAPOP) survey waves of 2010, 2014, and 2016 to study the individual-level link between being a victim of a crime and electoral preferences. Although we find no relationship between homicide rates and political behavior, we find strong relationships between theft rates with voter turnout and support for the incumbent; mainly, theft rates are positively correlated with the turnout and negatively correlated with voting for the incumbent. Our findings using individual-level data strengthen these results. We run binomial logistic regression models that show how having been a victim of crime in the recent past increases the likelihood of voting in elections, while it decreases support for the incumbent. We conclude our article by opening a discussion that invites future research to look beyond homicide rates in studying how violence can influence political behavior in Latin America.

October 10 19:00-21:00

Panel 30: Elecciones en Brasil

Chair: Fabian Echegaray (Market Analysis)

Suplente: Mara Telles (UFMG)

From the worships to the ballots? The evangelicals' vote in Bolsonaro (Panel ID: 481)

Matheus Ferreira (CECOMP UFMG)

Palabras Clave: Religion, Election, Mediation, Pentecostals

Resumen: There is a debate in Political Science about the role played by evangelical churches in the vote of the adherents. This debate varies depending on the type of elections - legislative and executive -, as well as on the power of influence that Churches and religious leaders have. On the one hand, researchers say that worship attendance - the degree of exposure to political messages from pastors - is an excellent variable for estimating the electoral behavior of the faithful. On the other hand, they claim that this variable is just one of the mechanisms through which the Church influences the vote, far from being the main one, given other characteristics of this religious field. For the critics of the worship attendance centered analysis, it is important to know more about the role played by small groups, which is conventionally recognized as the cells of the Churches. For the case of the first-round presidential election in Brazil in 2018, based in Baron and Kenny mediation analysis (1986) and path analysis of SEM, we found that only for the Pentecostal religion, the worship attendance has worked as a mediation mechanism of the evangelicals' vote in Bolsonaro, but represented only one-quarter of the total effect, corroborating with the thesis that questions the centrality of this variable.

O boom da direita no Brasil: antipetismo, corrupção e mídias sociais. (Paper ID: 502)

Mara Telles (UFMG)

Palabras Clave:

Resumen: O artigo apresentará discussões sobre os fatores que produziram o ressurgimento de uma nova direita no Brasil e que durante o ano de 2015 a 2016 realizou vários protestos anti-governo. Os argumentos e hipóteses se sustentam em surveys com amostras representativas dos participantes em manifestações de ruas, com os protestantes. Foram controladas variáveis demográficas, atitudinais, bem como variáveis indicadoras de adesão à democracia e conservadorismo. A conclusão é a de existência nos protestos antigovernistas, de um eleitor mobilizado através de redes sociais, de ideologia de direita, anti-igualitário, punitivista e que se caracteriza por forte anti-partidarismo reativo e por ser "democrata ambivalente". Além disso, serão discutidos os temas e as hipóteses que levaram à eleição do Presidente de extrema direita, Jair Bolsonaro, através de surveys e dados de mineração de mídias sociais.

Intensidade de uso de redes sociais online e participação política nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. (Paper ID: 52)

Emerson Cervi (Universidade Federal do Paraná)

Palabras Clave: Brasil, eleições 2018, redes sociais online, públicos egocentrados.

Resumen: O artigo replica no Brasil análises realizadas com pesquisas de opinião pública em outros países sobre o impacto das mídias digitais nas discussões eleitorais. São mobilizados conceitos como público egocêntrico, hipótese da ação corretiva, efeito remetente e efeito de terceira pessoa em Rojas (2016) e Barnidge et al (2016 e 2019). A questão central é: a intensidade do uso de redes sociais online (RSO) está associada ao volume e forma de participação política nas eleições de 2018? São utilizados dados de pesquisa do instituto Datafolha, de agosto de 2018. O questionário apresenta uma bateria de perguntas sobre acesso, intensidade de uso, leitura e compartilhamento de conteúdos sobre as eleições em quatro RSO (Facebook, Whatsapp, Twitter e Instagram). A partir das respostas produz-se um índice de intensidade de uso político das RSO. O índice é usado em testes estatísticos de associação com grau de interesse pelas eleições e na intenção de voto. Como variáveis de controle são usadas renda, escolaridade e preferência partidária. Seguindo a literatura da área, a hipótese de trabalho é que a intensidade de uso de RSO está associada à insatisfação geral e à tendência em votar em candidato de oposição. Além disso, espera-se uma associação forte e negativa entre intensidade de uso de RSO e partidarismo político, o que remete a um tipo específico de personalismo – aquele mediado pela presença em ambientes digitais. As explicações para tais comportamentos são sustentadas pelas ideias de públicos egocentros, uso do voto como protesto, extremismo ideológico e descrença nas instituições tradicionais, todas associadas aos ambientes de RSO.

October 10 19:00-21:00

Panel 5: Opiniones sobre la Inmigración

Chair: Gerardo Maldonado (CIDE)

Suplente: Andrés Scherman

Democratizing Sending Countries? Political Regime, International Migration, and Political Participation. (Paper ID: 490)

Elena Sánchez-Montijano (CIDE)

Gerardo Maldonado (CIDE)

Palabras Clave: Political participation, Immigration, Transnationalism, Political regime

Resumen: There is growing literature about the consequences of international migration on the political commitment of families and individuals remaining in countries of origin. The main finding is that contact with relatives living abroad has a positive effect on political participation in the home country. However, previous studies have analysed only certain countries or just one region, therefore the external validity of the findings is limited and does not explain the (political) variety of sending migration countries. So, to what extent the political effects of international migration are conditioned by the political regimes of home countries? In this paper we pretend to demonstrate that the lower the level of democracy in the origin country, the higher the effect of contact with relatives living abroad on citizens' political participation will be. We test this hypothesis using original data collected in countries with different political regimes in two regions of the world: Latin America (with information coming from "The Americas and the World" project in Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, Mexico, and Peru) and South and East Mediterranean (with information coming from the "SAHWA" project in Algeria, Egypt, Lebanon, Morocco and Tunisia).

Inmigración en Chile: Cobertura e impacto de los contenidos difundidos por los medios de comunicación en las percepciones de las audiencias. (Paper ID: 107)

Andrés Scherman (Universidad Diego Portales)

Nicolle Etcheagaray (Universidad Diego Portales)

Palabras Clave: Inmigración, medios de comunicación, framing, Chile

Resumen: Entre los años 2002 y 2017, la población extranjera en Chile aumentó un 120%, siendo los principales países de origen Perú (20%), Colombia (18%), Venezuela (15%), Haití (12%) Bolivia (11%) y Argentina (4%) (INE, 2002-2018). Estudios demográficos afirman que se trata de un fenómeno migratorio inédito en la historia del país, caracterizado por el aumento de flujos latinoamericanos y la preponderancia de individuos no profesionales cuya motivación más frecuente es la búsqueda de trabajo (Martínez, 2002; Cano, Soffia y Martínez, 2009; Doña, 2001). Para las poblaciones migrantes, las actitudes de prejuicio y segregación social son una de las grandes dificultades que enfrentan en los países receptores, una realidad que numerosos estudios asocian a la forma en que los medios de comunicación masiva retratan los fenómenos migratorios. Estudios en otros países receptores de migración reportan que los inmigrantes suelen ser asociados temáticas conflictivas, como delincuencia, ilegalidad y desempleo (Igartua, Muñiz, Otero y De la Fuente, 2007; Blinder y Allen, 2016; Valentino, Brader, Jardina, 2013; Van Dijk, 2001; Etcheagaray & Correa, 2015). Sin embargo, a nivel local existe escasa investigación que indague en la manera en que se representa a los inmigrantes y su inserción a través de los medios de comunicación. El presente trabajo busca aportar en este sentido, explorando

sistemáticamente y a través de técnicas cuantitativas, generalizables, la forma en que los medios de comunicación en sus diferentes plataformas (prensa impresa, radio, televisión y sitios de noticias en internet) cubren la presencia de los inmigrantes en el país. A través de un análisis de contenido se identificarán los principales encuadres que los medios de comunicación chilenos usan para referirse a los extranjeros y mediante una encuesta probabilística cara a cara a una muestra

Voces Migrantes. (Paper ID: 472)

Gonzalo Tapia (Ekhos)

Francisco Rivera (Ekhos)

Pablo Roessler (Servicio Jesuita Migrante)

Nicolas Rojas (Centro Vives)

Constanza Lobos (Centro Vives)

Palabras Clave: Migrantes, Participación, Chile, chilenos, voto, inclusión

Resumen: La migración es un fenómeno cada vez más importante y necesario de estudiar en la sociedad actual, el mundo se ha visto sacudido por grandes flujos migratorios en los últimos años producto de crisis políticas, desastres naturales o problemas climáticos, entre otros. Sudamérica es un ejemplo de estos movimientos; la inestabilidad política venezolana y la compleja realidad de países como Haití y Colombia ha producido procesos migratorios no vistos previamente a lo largo del continente. Chile es uno de los países más impactados por esta nueva realidad, desde 2011 se ha producido en el país una explosión migratoria potenciada por la llegada, en su mayoría, de venezolanos, haitianos, colombianos y peruanos. Este tipo de movimiento no solo impacta la composición demográfica de los países, sino que el mercado laboral, las condiciones sociales y el proceso político al producir grupos con nuevas demandas y necesidades a ser consideradas por la sociedad como tal. Utilizando datos de la primera encuesta de migrantes a nivel nacional realizada por el Servicio Jesuita Migrante y EKHOS; y teniendo como antecedente el contexto migratorio chileno, el presente artículo tiene como objetivo analizar los factores que caracterizan a la población migrante en Chile. Posteriormente, se verá como estos factores afectan 1) la proyección de los migrantes de quedarse a vivir en Chile, 2) su deseo de votar en el proceso electoral chileno. Estos dos factores nos hablan de características que permiten ver la integración real de la población migrante y dan cuenta además de los factores comunes con los chilenos y de las visiones que comparten con el resto de la población. Los resultados preliminares no solo muestran que la población migrante está más satisfecha con la vida, evalúan mejor las instituciones y su situación económica a futuro, sino de que como comparten una visión de familia. Todos estos datos nos hablan de la diversidad migrante y las similitudes que poseen con respecto a la población chilena y nos hacen plantear la hipótesis de que los migrantes con proyecciones en Chile son más similares a los “chilenos” que otros migrantes.

Posters

Social Disintegration and political behavior in Costa Rica 2018-2020. (Paper ID: 485)

Florisabel Rodríguez (PCSD)

Palabras Clave: Costa Rican elections 2018, Mayor elections 2020, social problems, political behavior, political culture

Resumen: Social Disintegration and Elections in Costa Rica 2018-2020. In Latin America, the political weight of secular parties has decreased with regard to neo-Pentecostal conservative parties. Costa Rica is no exception. It is a country of interest because of its longest-running democracy in Latin America. In 2018, Restauración Nacional, a religious non Catholic party managed to move to the second round. We have already published a first study of the determinants of that vote. In this new paper we analyze determinants of the 2020 mayors vote, we review determinants of presidential vote, and the relationship between presidential and local vote. The analysis integrates aggregated data at the local government level (cantón) and survey results. It includes: 1. A Non-Catholic Christian Presence Index developed according to distribution of temples and population 2. Social integration index (non-adolescent mothers, young people who work or study, older adults with home, population with disabilities from 7 to 17 years old who attend school without school lag) 3. Social development index with education level 4. Sociodemographics distinctive of conservative Christians from surveys 5. Relationship of the Christian index with other indicators of social development: social integration and educational level. 6. Examination of the relationship of these indicators and the vote for Mayor and for President 7. Examination of the Mayor-President vote relation, especially the Christian vote Reaching conclusions: Starting from our previous research on Presidential elections, we will examine electoral behavior at a local level of conservative neopentecostal Christians. We seek to answer if it will lean towards Restauración or toward Nueva República. Will the followers of these two parties tend to live in more disintegrated cantones. What are the social identities of Restauración y Nueva República? Will the same trends present in Presidential vote appear in the Mayor vote? What is the relationship between presidential and local vote? What other factors will influence this vote? _____ 1 Divided in two parties for local elections: Restauración Nacional y Nueva República. 2 In order to win presidential election in one round, the winner must obtain at least 40% of the vote 3 February 2nd, 2020

Aplicación del Método de Encuesta Factorial al Estudio de las Actitudes de Culpabilidad en Casos de Violencia de Género (Paper ID: 110)

Carmen León (Universidad de Castilla-La Mancha)

Palabras Clave: encuesta factorial, viñetas, opinión pública, violencia de género

Resumen: A pesar de que gran parte de los estudios previos han examinado las actitudes de culpabilidad hacia las víctimas de violencia de género empleando viñetas, los mismos han manipulado un número escaso de variables, generalmente la situación detonante de la agresión y el tipo de violencia ejercida contra las víctimas. Debido a que las actitudes de culpabilidad hacia las víctimas de violencia de género se encuentran determinadas por diversos factores –entre ellos, situacionales del caso y personales de los encuestados– en el presente trabajo se empleó un diseño factorial de encuesta que supuso un doble avance con respecto a estudios previos. En primer lugar, se amplió el número de factores manipulados experimentalmente, así como la cantidad de niveles dentro de cada uno de ellos. Al mismo tiempo, se analizó la responsabilidad atribuida a cada uno de los miembros de la pareja, no solo a las víctimas. La

población estuvo compuesta por 3.072 viñetas únicas que fueron el resultado de combinar todos los niveles asignados a cada una de las cinco dimensiones incluidas en el estudio (situación detonante, tipo de violencia, frecuencia de la violencia, origen de los miembros de la pareja, roles de género y posibles causas justificativas de la agresión). Una muestra aleatoria de la población de viñetas fue asignada a los participantes: 1.007 panelistas en España. Los resultados muestran que tanto la situación detonante de la agresión como el tipo de violencia ejercida por el maltratador son factores clave en la predicción de las actitudes de culpabilidad hacia las víctimas y los agresores en supuestos de violencia de género. Se discuten las implicaciones de los resultados y se proporcionan recomendaciones futuras para el desarrollo teórico y metodológico de este cuerpo de investigación.