
El comportament polític: introducció

PID_00258724

Carolina Galais

Temps mínim de dedicació recomanat: 2 hores



Carolina Galais

Investigadora Ramón y Cajal al Departament de Ciència Política i Dret Públic de la Universitat Autònoma de Barcelona. Doctora i llicenciada en Ciències Polítiques per la Universitat Pompeu Fabra, ha estat investigadora visitant a l'Stanford University (2011) i investigadora postdoctoral a la Càtedra d'Estudis Electorals de la Universitat de Montréal (2012-2015). Els seus interessos de recerca s'organitzen al voltant de dos grans temes: l'opinió pública – amb èmfasi als efectes de la socialització sobre les actituds polítiques– i la participació ciutadana als ens locals.

Primera edició: febrer 2019

© Carolina Galais

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2019

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Índex

Introducció	5
Objectius	6
1. Què és i per a què serveix?	7
2. Història i desenvolupament de la disciplina	9
3. L'escola de Columbia	10
4. L'escola de Michigan	12
5. L'escola de l'elecció racional	15
6. Conclusions	17
Bibliografia	19

Introducció

En aquest mòdul definirem i situarem el camp d'estudis del comportament polític en relació amb la Ciència Política i amb altres ciències socials. Coneixerem també les tres escoles que, successivament, es van ocupar del vot com a objecte d'estudi.

Objectius

- 1.** Conèixer les bases i el desenvolupament històric de la disciplina.
- 2.** Entendre les aportacions de cada corrent o escola com a estrats successius.
- 3.** Entendre les connexions que té el comportament polític amb altres branques i camps del saber, com la comunicació política o les ciències de la comunicació.

1. Què és i per a què serveix?

El Comportament Polític és una branca (o disciplina o camp del saber) dins de la ciència política, la qual s'emmarca en les ciències socials. Mentre que altres camps de la ciència política estan més interessats en el funcionament i els principis de l'administració pública o en l'origen i els efectes de les institucions polítiques, el comportament polític s'ocupa de les actituds i dels comportaments polítics dels individus. Els ciutadans són, per tant, la unitat d'anàlisi del comportament polític, encara que de vegades s'agreguin per oferir una visió de les tendències i dels trets més característics d'una societat quant als seus valors i creences o comportaments¹.

El que els ciutadans pensen dels diferents objectes del sistema polític, el que saben o creuen saber, el que opinen i senten... són objectes d'estudi del comportament polític, fonamentalment analitzats com a fenòmens propis de l'opinió pública o de la cultura política. El que els ciutadans fan en relació amb el sistema polític (votar o abstenir-se, informar-se, protestar, associar-se, mobilitzar a altres ciutadans, donar diners per una causa, parlar de política a les xarxes socials, etc.) són els comportaments que, sovint, es consideren conseqüències de les actituds anteriorment esmentades. La majoria d'aquestes accions –encara que no totes, ja ho veurem– poden agrupar-se sota l'epígraf «participació política».

Les actituds i els comportaments sovint es consideren com a *inputs* del sistema polític, és a dir, la matèria primera a partir de la qual s'escullen representants i s'elaboren polítiques públiques i altres productes del sistema. Ens interessen les actituds i els comportaments perquè expliquen (juntament amb institucions com el sistema electoral) com se seleccionen els governs, com aquests es comporten en el càrrec (més o menys corruptament, en part en funció de com de «vigilant» sigui la ciutadania) i quines decisions prendran. Saber què pensa la ciutadania de la igualtat de sexes, dels drets dels homosexuals o de l'estatus dels immigrants ens indicarà en quin sentit es legislarà en els propers anys. Ens permetrà, idealment, predir quin serà el proper partit al govern. Saber fins a quin punt els ciutadans estan disposats a protestar quan el govern s'aparta del bé comú o del que havia promès ens indicarà en quina mesura els governants tenen marge per ignorar la voluntat dels seus votants i, per tant, escapar a la rendició de comptes. Saber quanta confiança tenen els ciutadans en els seus conveïns o en el sistema polític, conèixer el seu grau de satisfacció amb el funcionament del sistema polític o com d'interessats estan per la política ens donarà una idea de la salut democràtica de la societat, especialment si comparem aquests trets amb els que es presenten en altres societats properes o similars. L'auge de partits antisistema, les crisis de governabilitat, les involucions democràtiques... tots aquests fenòmens estan relacionats amb el que els

⁽¹⁾Una excepció en el camp del comportament electoral (un ampli subgrup dins del comportament polític) consisteix a utilitzar els resultats dels districtes electorals com a material d'estudi. Però tot i així, es tracta de dades observables a nivell agregat procedents de comportaments individuals.

ciudadans pensen respecte al sistema polític i el que hi fan. Conèixer aquests aspectes del comportament polític ens ajudarà a entendre millor altres aspectes del sistema polític i cap a on s'encamina.

2. Història i desenvolupament de la disciplina

Amb el final de la Segona Guerra Mundial, l'acadèmia va començar a interessar-se per les causes que van portar al col·lapse de les democràcies italiana i alemanya, al costat d'altres fenòmens polítics de gran importància com la descolonització d'Àsia i d'Àfrica. En aquest context històric sorgeixen els primers estudis sobre comportament polític. L'anomenada «revolució conductista», una escola de base psicològica, va aportar l'ús de noves eines com l'enquesta i l'estadística. També va intervenir en el desenvolupament d'aquesta escola el sorgiment del funcionalisme i l'enfocament sistèmic, els quals se centren en la continuïtat i funció de l'objecte d'estudi en un sistema i en les relacions entre estructura política i sistema social, respectivament.

La història del comportament polític és la del vot com a objecte d'estudi. La història moderna de la recerca sobre el vot neix a la Universitat de Columbia en la dècada dels 40, quan un equip de pioners liderat per Paul Lazarsfeld començà a emprar de manera sistemàtica l'enquesta per intentar predir els resultats de les eleccions, esperonats pel fracàs dels mètodes de recerca disponibles fins aquell moment, que no havien aconseguit predir correctament la reelecció de Roosevelt en 1936 ni la de Truman en 1948. Les empreses de sondejos havien predit erròniament la derrota de tots dos candidats demòcrates, la qual cosa va agafar per sorpresa tant a acadèmics com a mitjans de comunicació.

3. L'escola de Columbia

Després del primer d'aquests fracassos, Lazarsfeld va llançar el 1940 l'estudi del comtat d'Erie, a Ontario. Es tractava d'un estudi de tipus panel (això és, amb enquestes repetides als mateixos individus en diferents moments del temps) l'objectiu del qual era seguir les dinàmiques de formació i canvi de l'opinió pública en sis-cents individus, amb especial atenció a la intenció de vot. Els resultats de l'estudi es van publicar a *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (Lazarsfeld, Berelson i Gaudet, 1944). Vuit anys més tard, l'equip va repetir l'estudi a Elmira (New York), el qual també va resultar en la publicació d'un llibre crucial per als estudis de comportament polític, *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign* (Berelson, Lazarsfeld i McPhee, 1954). Aquest segon volum descriu com Truman va ser capaç de reactivar les lleialtats latents demòcrates aprofitant que els temes de campanya es tornaven més i més tradicionals a mesura que s'apropava la data de l'elecció.

Pel seu focus en el paper dels mitjans de comunicació i per la seva perspectiva metodològica (individualista, basada en dades d'enquesta), es pot dir que aquests treballs inaugurals del comportament polític beuen també de dos àmbits d'estudi: els treballs sobre propaganda (en particular sobre propaganda de règims no democràtics) i els estudis de mercat, centrats en els hàbits del consumidor. Els seus resultats revelaven pocs canvis en les actituds i preferències dels individus, les lleialtats partidistes dels quals s'assemblaven a la fidelitat dels consumidors a certes marques que, a la vegada, se cimentaven en la religió o en la classe social i es reforçaven amb els missatges que rebien del seu entorn. Així, al seu pesar, l'escola de Columbia va concloure que la capacitat de conversió o persuasió tant dels partits com dels mitjans de comunicació era molt limitada, i que la decisió del vot no era racional (Berelson *et al.*, 1954). Aquestes són les principals conclusions de la denominada escola Columbia, o escola sociològica del comportament electoral.

Paul Lazarsfeld

Paul Lazarsfeld no era, de fet, americà, sinó austríac. Doctor en matemàtiques i habitual del Cercle de Viena, va dur a terme el primer estudi científic d'audiències de ràdio (1930-1931). Va participar a l'estudi Marienthal sobre la desocupació (1931), realitzat per l'Institut de Psicologia Social de la Universitat de Viena, establert pel mateix Lazarsfeld en 1927. El projecte va atreure l'interès de la Fundació Rockefeller (que ho finançava, en part), i va resultar en una estada de Lazarsfeld de dos anys (1933-1935) als Estats Units. Al final de la beca, la tornada a Viena li va resultar impossible a causa del clima polític, ja que Lazarsfeld era jueu. Es va establir a la universitat de Newark com a director de l'Oficina per a la Recerca de la Ràdio (Office of Radio Research). Quan el projecte es va transferir a la Universitat de Columbia, el 1940, Lazarsfeld es va convertir en professor del departament de sociologia d'aquesta universitat, on es va crear una càtedra de Ciència Social per a ell el 1963. L'oficina va ser reanomenada Bureau of Applied Social Research i va passar a centrar-se en el vot i en el paper d'altres mitjans de comunicació.

Va ser el creador de l'anàlisi d'estructura latent, també de la teoria dels dos passos (segons la qual els mitjans transmeten la seva informació a líders d'opinió i aquests processen, refinen i, finalment, transmeten la informació a les seves xarxes socials, que l'accepten i repliquen). Es va interessar també per la cultura popular americana, inclosos els còmics. «El que feia que el Paul fos únic no era la seva implicació amb les idees o amb la gent, sinó la seva habilitat per unir ambdues coses. Al voltant seu sempre hi havia gent entusiasmada treballant en els problemes plantejats per ell», va dir d'ell en la seva necrològica James Coleman.

Entre les seves obres més destacades figuren: *Radio and the Printed Page* (1940; amb Cantril i Stanton), *The People's Choice* (1944), *Voting* (1954), i el manual *An Introduction to Applied Sociology* (1975). Es tracta d'un autor clau tant per a la ciència política com per a les ciències de la comunicació o la sociologia.

Una derivació de la perspectiva sociològica és la teoria de les clivelles. Seymour Lipset i Stein Rokkan, preocupats pels orígens socials dels sistemes de partits polítics de les societats modernes, van proposar el 1967 un model segons el qual les societats estaven travessades per quatre conflictes estructurals que van antecedir i van acompanyar aquest trajecte modernitzador. Aquestes quatre línies divisòries, denominades «clivelles», organitzen i encoratgen el conflicte polític a llarg termini:

- 1) La primera d'elles es la clivella centre-perifèria o identitària.
- 2) La segona és la religiosa (o de la separació entre Estat i Església).
- 3) La tercera és la que existeix entre l'àmbit rural i l'urbà.
- 4) L'última és la que divideix a treballadors d'empresaris, que determinarà la clivella de classe.

Del protagonisme relatiu, del moment de desenvolupament i de les dinàmiques que van donar lloc a les clivelles en diferents societats sorgiran els sistemes de partits tal com existeixen avui dia. Encara que la teoria ha estat esmenada i ampliada nombroses vegades, s'accepta generalment la idea de «clivella» com a línia divisòria de conflicte social i, aquest model, com una manera elegant d'explicar l'origen dels partits sobre la base de les principals divisions socials.

4. L'escola de Michigan

Paral·lelament als treballs de l'escola de Columbia, August Campbell i Robert Kahn realitzaven estudis de tipus panel des del seu Centre de Recerca d'Enquestes de la universitat de Michigan (Institute for Social Research, ISR) sobre les actituds dels ciutadans respecte a qüestions de política exterior, tot entrevistant els individus abans i després de les eleccions presidencials. Encara que no era el seu principal objecte d'estudi, els investigadors van comparar la intenció de vot amb el vot reportat pels mateixos individus. Aquestes enquestes de mostra nacional –realitzades el 1948, 1952, 1954, 1956 i 1958– van permetre els investigadors utilitzar les actituds (les quals eren, en principi, el seu objecte d'estudi) com predictores del comportament polític. Entre els autors rellevants d'aquest corrent figuren també Warren Miller, Donald Stokes i Philip Converse. Junts van produir l'obra més important d'aquesta escola de pensament: *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960).

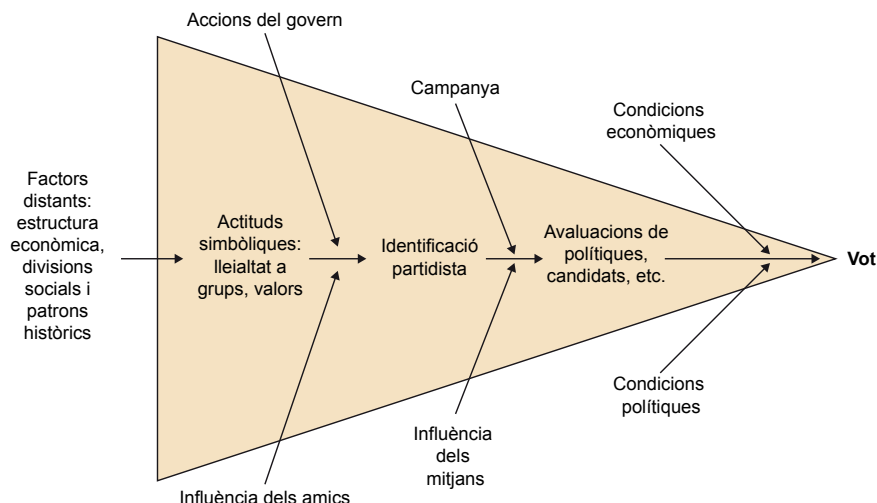
El principal postulat d'aquesta escola, també denominada psicosocial, és que els individus es comporten d'una manera determinada depenent de les seves orientacions polítiques prèvies. Així, en reconstruir el procés pel qual els ciutadans decideixen el seu vot, aquests autors van llistar els factors intervinents en la decisió de votar en un diagrama conegut com «l'embut de la causalitat» (vegeu la figura 1). En aquest esquema, els factors més allunyats del vot se situen a l'extrem ample de l'embut. Allà hi trobem les variables socials i demogràfiques, les quals serien responsables de les relacions estables entre individus i partits.

Al tram intermedi se situen les actituds polítiques envers els partits, candidats o temes de campanya, amb especial protagonisme de la identificació partidista, això és, la identitat política dels individus definida com el seu grau d'afecte i proximitat cap als principals partits polítics –demòcrata i republicà, en l'esquema original–.

A l'extrem més estret i proper al vot trobem les posicions dels votants sobre polítiques públiques concretes, temes de campanya, líders i aspectes relacionats amb la conjuntura política i econòmica.

L'eix horitzontal representa la dimensió temporal, distingint així entre factors que actuen a llarg i a curt termini.

Figura 1. L'embut de la causalitat



Nota: «Pensar en un embut facilita en gran mesura la nostra tasca explicativa (...). Cada secció transversal conté tots els elements que prediran amb èxit la següent secció i així successivament, fins que hàgim arribat a l'acte final.» (Campbell *et al.*, 1960, pàg. 25, traducció de l'autora).

El model de Michigan atorga un paper predominant a la identificació partidista, que en el seu model és l'antecessora de les actituds més concretes i l'organitzadora de les percepcions relatives a temes i candidats (Campbell *et al.*, 1960). La identificació amb un partit és una orientació psicològica de tipus afectiu que s'adquireix, inicialment, a través de la socialització primària a la família i es reforça mitjançant el fet de votar a aquest partit al llarg del temps (Converse, 1969). Aquest component cultural (fonamentat en aquests factors més distants, com les divisions socials latents) aporta estabilitat al comportament electoral dels ciutadans, frenant altres canvis menys previsibles com podrien ser els econòmics, polítics o socials. *The American Voter* descriu un electorat les orientacions polítiques del qual estan fortament influenciades per les lleialtats partidistes que es van generar durant la seva infància i què, alhora, vota a les eleccions influït més aviat per factors de curt termini com la popularitat d'un candidat determinat, sense adscriure's a una ideologia o agenda política concreta.

El següent treball influent que es va originar en aquesta tradició de recerca va ser l'article de Philip E. Converse (1964) «*The Nature of Belief Systems in Mass Publics*». En aquesta obra s'argumenta que la majoria de l'electorat no té una ideologia clara i manca de la capacitat o del desig d'entendre problemes que no estan directament relacionats amb els seus interessos. Aquesta obra confirma les troballes de *The American Voter*, però també dels estudis de Columbia, en el sentit que la informació política, el compromís i el raonament ideològic estaven molt menys estesos entre la població del que els acadèmics i els polítics pensaven inicialment.

Una altra obra fonamental és *The Responsible Electorate*, de Vladimer O. Key (1966). Aquest autor argumenta que l'electorat es comporta de manera relativament racional i responsable. Finalment, podem emmarcar en aquest corrent les obres de Stimson (1991) i Zaller (1992). A la primera, Stimson sosté que l'opinió pública agregada pot descriure's com a «estats d'ànim» polítics que oscil·len com un pèndol entre el conservadorisme i el liberalisme. Per la seva banda, Zaller afirma que les respostes que els individus donen a les enquestes es fonamenten en el coneixement que tenen dels assumptes públics, i que les persones es resisteixen a mantenir opinions que són inconsistentes amb les seves predisposicions polítiques. Aquestes dues variables, el grau de coneixement sobre política i els seus valors preexistents, intervenen els estímuls polítics que reben de les elits. El resultat seran les actituds polítiques que els individus manifesten quan se'ls pregunta a una enquesta².

Devem a l'escola psicosocial l'èmfasi en la comunicació política i el fet d'haver ampliat l'enfocament del model de Columbia, el qual únicament contemplava la conversió del votant per efecte de la campanya (d'aquí els seus resultats frustrants). L'escola de Michigan considera també l'activació de predisposicions latents o la mobilització dels votants amb una identificació partidista clara.

⁽²⁾El model de Zaller (1992) dona molta importància al discurs de les elits, encara que els ciutadans no ho reproduïen automàticament. Així, els ciutadans més atents a l'esfera política rebran més estímuls de les elits, però seran més selectius amb aquests missatges i tendiran a quedar-se amb el que és coherent amb les seves pròpies opinions prèvies. Els ciutadans menys atents rebran menys estímuls, però tendiran menys a confrontar-los amb les seves pròpies opinions, sent així més probable la persuasió i, en definitiva, el canvi actitudinal. Zaller també pren en consideració el context polític, ja que hi ha situacions en què el nivell de polarització de les elits fa que el flux d'informació política sigui més elevat i es donin més estímuls polítics (i, per tant, més oportunitats per canviar d'opinió, almenys entre els individus menys atents).

Vegeu també

Per a una definició del concepte d'«actituds polítiques», vegeu l'apartat 2 del mòdul 3.

5. L'escola de l'elecció racional

Posteriorment es va considerar que els temes concrets de campanya (*issues*) tenien més importància que la identificació partidista i, també, es va defensar que els ciutadans tenien nivells de sofisticació política cada vegada majors³. D'aquesta manera, els condicionants socials van perdre cada vegada més rellevància en favor d'un nou enfocament que considera la vida política alguna cosa així com un mercat on el consumidor (el votant) tria el producte que més li interessa.

Aquesta última escola del comportament electoral utilitza teories de l'economia i planteja que els individus actuen racionalment amb la finalitat de maximitzar els seus objectius. El model de l'elecció racional sosté que:

«Cada home racional decideix el seu vot de la mateixa manera que pren altres decisions: si els beneficis són majors que el cost, vota; si no, s'absté.» (Downs, 1957, pàg. 260, traducció de l'autora).

Així, cada individu considera tres paràmetres a l'hora de votar:

- 1) Els beneficis derivats de l'acte de votar.
- 2) La probabilitat que el propi vot decanti el resultat de l'elecció.
- 3) Els costos associats a anar a votar, incloent-hi els costos de, per exemple, informar-se.

Una altra aportació de Downs són els **models espacials del vot**, els quals ordenen als electors i als partits i candidats sobre un eix que representa una dimensió ideològica o les preferències per una política pública concreta. Els partits decideixen les polítiques públiques en funció d'aquesta distribució i els electors també trien partit en funció de la seva proximitat ideològica. El fet que, segons aquesta teoria, la competició política convergeixi cap a la meitat d'aquest eix hipotètic s'ha denominat a la literatura «el teorema del votant medià», desenvolupat més detalladament per altres autors.

Moltes són les derivacions d'aquesta perspectiva que, a dia d'avui, segueix sent hegemònica en les ciències socials en general i, també, en el comportament polític. Per cada crítica suscitada, l'elecció racional ha reaccionat ampliant (més aviat rebaixant) la seva concepció de racionalitat i incloent-hi nous elements en els seus models. Algunes d'aquestes teories i elements més refinats són:

⁽³⁾L'*issue voting* o vot per «issues» és un dels temes més fructífers en aquesta branca del comportament polític. Proposat per primera vegada per Key el 1966, la idea que els votants decideixen el seu vot en funció de la seva pròpia posició i la dels partits respecte a temes de campanya és recurrent. Els models espacials de vot poden considerar-se un subgrup dins dels estudis d'*issue voting*, com també els models lineals i els models de rellevància (o *salience*). Aquesta literatura també distingeix entre temes posicionals (pels quals hi ha conflicte entre partits, com l'avortament) i temes de consens (*valence*) sobre els quals tothom està d'acord (el creixement econòmic és desitjable, les pensions no es toquen). La literatura recent apunta que la política està creixentment dominada per temes tipus *valence*, per la qual cosa els ciutadans no avaluen les posicions dels partits referents a aquests temes, sinó que fan projeccions sobre la seva competència per dur-los a terme i sobre les probabilitats que ho facin, a més dels mitjans (costos) que això implicarà (Clarke *et al.*, 2004).

Vegeu també

Més endavant desenvoluparem més aquests elements i ens endinsarem en la denominada «paradoxa de la participació». Vegeu l'apartat 5.1 del mòdul 2.

1) **Heurístics.** Els heurístics són dreceres informatives que els electors prendrien per bregar amb un excés d'informació. Alguns dels autors que han desenvolupat aquest concepte són Popkin (1991), Lupia (1994), o Sniderman (2000). Alguns dels heurístics més utilitzats són des de la pròpia identificació partidista a la posició d'un partit determinat respecte a una política concreta que ens és d'especial importància (el que ens estalviaria avaluar tot el seu programa electoral), les percepcions d'un candidat concret... fins i tot la ideologia s'ha arribat a considerar com un heurístic en aquests models.

2) **El vot econòmic.** Es tracta d'una extensió del vot retrospectiu, executat tenint en compte l'acció passada del govern i no els programes de tots els partits contendents (Fiorina, 1981). Al model del vot econòmic, el que es jutja és l'acompliment del govern a l'àrea econòmica: se'l premia (votant-lo) si el judici és positiu i se'l castiga (no votant-lo) si el judici és negatiu. Segons alguns autors, els individus més sofisticats practicarien un vot econòmic prospectiu, és a dir, intentarien projectar cap al futur com seria l'acció de govern de diferents opcions polítiques, preveient si els beneficiaria. Alguns autors clau en aquest tema són Lewis-Beck o Marta Fraile.

Vegeu també

La ideologia és tot un fenomen amb entitat pròpia; vegeu l'apartat 8 del mòdul 3.

6. Conclusions

1) El comportament polític és un camp d'estudis dins de la ciència política que es preocupa de les actituds (valors, pensaments, opinions, creences) i dels comportaments (accions o omissions) dels ciutadans en relació al sistema polític. Votar, parlar de política, odiar la política, llegir un periòdic o deixar de seguir les notícies són accions que constitueixen objectes d'estudi per a aquesta disciplina.

2) El comportament polític va sorgir els anys 30 i, sobretot, 40, al voltant del vot com a objecte d'estudi i de la preocupació per la influència (que es creia molt gran) dels mitjans de comunicació (especialment la ràdio i els diaris) sobre el sentit del vot.

3) Les tres escoles que van tractar aquest tema emfatitzaven el paper dels aspectes socials (escola de Columbia), dels aspectes psico-socials (escola de Michigan) o dels aspectes racionals (escola de l'elecció racional).

4) Actualment utilitzem factors explicatius provinents de qualsevol d'aquestes tres escoles indistintament i barrejats. Per exemple, a l'hora d'entendre perquè els individus s'abstenen, mirarem els costos/beneficis (des d'una perspectiva racional), però també quin és el seu grau d'inserció a les xarxes socials, si el seu entorn vota més o menys o ha pogut ser mobilitzat per votar (factors socials); i, finalment, si es tracta d'una persona que sent un gran sentit del deure cívic, si està interessada per la política o si se sent propera a algun partit (factors psicològics o psico-socials).

Per a saber-ne més

L. M. Bartels (2010). *The Study of Electoral Behavior*. *The Oxford Handbook of American Elections and Political Behavior* (pàg. 239-261).

Un repàs a les tres escoles que han tractat d'explicar el vot amb profusos detalls sobre els principals autors i les seves obres. L'objectiu de l'autor és delimitar el camp d'estudi del comportament polític i apuntar les principals preguntes que segueixen suscitant l'interès dels investigadors en aquest camp.

Bibliografia

- Berelson, B. R.; Lazarsfeld, P. F.; McPhee, W. N.; McPhee, W. N.** (1954). *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press.
- Campbell, A.; Converse, P.; Miller, W.; Stokes, D. I.** (1960). *The American Voter*. Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press.
- Clarke, H. D.; Sanders, D.; Stewart, M. C.; Whiteley, P.** (2004). *Political Choice in Britain*. Oxford University Press on Demand.
- Converse, P. E.** (1969). «Of Time and Partisan Stability». A: *Comparative Political Studies* (2(2), pàg. 139-171).
- Downs, A.** (1957). «An Economic Theory of Political Action in a Democracy». A: *Journal of Political Economy* (65(2), pàg. 135-150).
- Fiorina, M. P.** (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Key, V. O.** (1966). *The Responsible Electorate* (pàg. 150). Belknap Press of Harvard University Press.
- Lazarsfeld, P. F.; Berelson, B.; Gaudet, H.** (1944). *The People's Choice: How the Mind Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lupia, A.** (1994). «Shortcuts versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections». A: *American Political Science Review* (88(1), pàg. 63-76).
- Popkin, S. L.** (1991). *The Reasoning Voter*. Chicago.
- Sniderman, P. M.** (2000). «Taking Sides: A Fixed Choice Theory of Political Reasoning». A: *Elements of Reason: Cognition, Choice, and the Bounds of Rationality* (pàg. 67-84).
- Stimson, J. A.** (1991). «Public Opinion in America: Moods». A: *Cycles and Swings* (12).
- Zaller, J. R.** (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge University Press.

