

Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2012

Número 82

La riqueza no explica la participación en campañas políticas en las Américas, pero la participación en la comunidad sí

Por Erica Graff, Maranda Orrell y Alex Rigel
Vanderbilt University

Resumen ejecutivo: El trabajo en campañas electorales involucra a un grupo de la población que está muy comprometido en el ejercicio de su derecho democrático a participar en política. Por lo tanto, puede usarse como un indicador de participación democrática adicional al voto. Se encuentra que las tasas de participación en campañas varían según las personas y los países en las Américas, con tasas especialmente altas en algunos países del Caribe. A nivel individual, se encuentra que la educación es un factor determinante positivo de este tipo de participación, pero la riqueza no lo es. Curiosamente, también se encuentra que la confianza interpersonal predice de manera negativa el trabajo en las campañas. Se discuten dos posibles explicaciones para este hallazgo. Por un lado, quienes tienen más confianza interpersonal podrían sentirse menos obligados a participar porque confían en que otros lo hagan, y por otro, participar en los procesos internos de la política electoral podría exasperar a las personas y disminuir su confianza interpersonal.

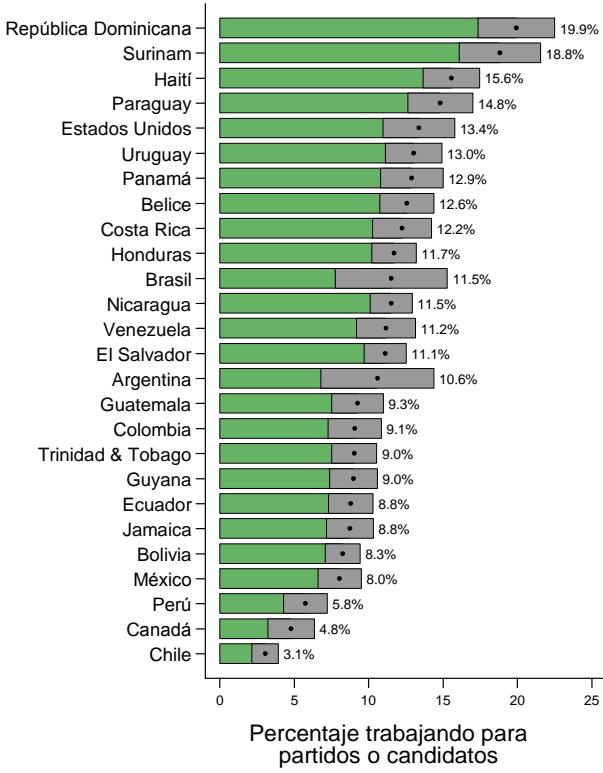
LAPOP se complace en señalar que este informe fue desarrollado y escrito por estudiantes de pregrado de Vanderbilt University que participaron en un seminario de honores en la primavera de 2012. Esa clase, HONS186, fue impartida por la Profesora E. J. Zechmeister y Margarita Corral fue la profesora asistente. Los nombres de los autores aparecen en orden alfabético; y sus biografías se encuentran en el apéndice

La serie Perspectivas es co-editada por Mitchell A. Seligson, Amy Erica Smith y Elizabeth J. Zechmeister con el apoyo administrativo, intelectual y técnico del equipo de LAPOP en Vanderbilt University.
www.AmericasBarometer.org

Podría decirse que las elecciones son la característica más importante de la democracia moderna. A través de las elecciones se cumple con "la afirmación de que las democracias son gobiernos en los que las personas participan en la formulación de políticas" (Powell, 2000, p. 3). Aunque la mayoría de las personas participan en las elecciones a través del voto, si es que participan, una fracción más pequeña de ciudadanos dedica tiempo y energía a las campañas políticas. La participación ciudadana en las campañas para elegir representantes demuestra compromiso con el sistema, refleja un fuerte interés en el ejercicio del derecho fundamental a la participación, y puede enseñar nociones y habilidades políticas importantes. Por lo tanto, es importante conocer quién participa en las campañas electorales y por qué.

En este informe de la serie *Perspectivas*, se examinan variables a nivel individual que predicen la probabilidad de que una persona haya participado en una campaña electoral nacional recientemente. En particular, se enfoca en los recursos y el capital social. Con respecto a la primera categoría, de manera interesante, se encuentra que la riqueza no es un determinante de formar parte de las actividades de una campaña, mientras que la educación sí lo es. Estos resultados, respaldan de forma limitada el modelo clásico de participación basado en los recursos.¹ Adicionalmente, se evalúan dos dimensiones del capital social: participación en la comunidad y confianza interpersonal. Se encuentra que los indicadores de participación en la comunidad predicen de manera positiva el haber trabajado en una campaña electoral. Por el contrario, la confianza tiene una relación ligeramente negativa con el trabajo en una campaña. Como se argumentará más adelante, este último hallazgo podría deberse a la exposición a los

Gráfico 1. Trabajar para un partido o candidato durante la campaña electoral en las Américas, 2010



Percentaje trabajando para partidos o candidatos

■ 95% I.C. (Efectos de diseño incorporados)

Fuente: Barómetro de las Américas 2010, por LAPOP

conflictos propios de las campañas políticas; pero, comprobar tal relación va más allá del alcance de este informe.

La pregunta que orienta este informe de *Perspectivas* fue incluida en la encuesta del Barómetro de las Américas de 2010² de LAPOP³,

² Gran parte del financiamiento de la ronda 2010 del Barómetro de las Américas fue proporcionado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Otras fuentes importantes de apoyo fueron el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Vanderbilt University.

³ Números anteriores de la serie *Perspectivas* pueden encontrarse en:

<http://www.vanderbilt.edu/lapop/insights.php>

Los datos en los que están basados pueden encontrarse en <http://www.vanderbilt.edu/lapop/survey-data.php>

¹ Brady, Verba y Schlozman (1995, p. 273) identifican tiempo, dinero y habilidad cívica como "recursos para la participación política."

y fue formulada a 42,488 personas en 26 países.⁴ La pregunta fue enunciada de la siguiente forma:

PP2, “Hay personas que trabajan para algún partido o candidato durante las campañas electorales. ¿Trabajó usted para algún candidato o partido en las pasadas elecciones presidenciales [primer ministro] de 20[xx]?”

El Gráfico 1 muestra el porcentaje de personas que en cada país reportó haber trabajado para un partido político o candidato en la última campaña electoral a nivel nacional. Los porcentajes de participación varían desde el de 3.1% en Chile al 19.9% en República Dominicana. Las barras grises indican el intervalo de confianza del 95%. Los países con intervalos de confianza que se sobreponen no son estadísticamente diferenciables con respecto a su nivel de participación. Los países con los niveles más altos de participación se encuentran en el Caribe, concretamente en República Dominicana y Surinam, mientras que sólo hay una variación modesta entre los restantes 24 países, con porcentajes que van disminuyendo gradualmente. En general, trabajar para un partido político o candidato en las últimas elecciones nacionales es una actividad en la que solo participa un pequeño grupo de la población. Pero, ¿quiénes forman parte de ese grupo selecto? En las siguientes secciones se evalúa un conjunto de posibles determinantes individuales del trabajo en campañas.

Características socioeconómicas y demográficas, y trabajar para un partido o un candidato

Una de las explicaciones dominantes de la participación política es la disponibilidad de recursos (Brady, Verba, y Schlozman 1995). Basándose en esta perspectiva, podría esperarse que aquellos con más riqueza y educación sean los que con mayor probabilidad participen ya que la disponibilidad de recursos facilita tener el tiempo y los medios financieros para sostener su participación en las campañas, mientras que la educación proveería las habilidades cívicas necesarias. Este informe evalúa estas expectativas.

No obstante, existen dos razones por las que habría que tener cuidado a la hora de hacer predicciones *a priori* en esta línea. Primero, mucha de la literatura sobre participación política no aborda el tema del trabajo en campañas electorales como único

punto de interés, por lo tanto, las expectativas de este informe se basan en extrapolaciones derivadas de trabajos más generales sobre participación política. En segundo lugar, los recursos pueden implicar beneficios adicionales a la riqueza y la educación. Por lo tanto, otros factores podrían ser más importantes que el estatus cuando se predice el trabajo en campañas en las Américas.⁵

El activismo en las campañas políticas es alto en el Caribe. República Dominicana y Surinam lideran la clasificación en las Américas, mientras que Canadá y Chile se sitúan muy por detrás.

⁴ La ronda 2010 del Barómetro de las Américas incluyó a 43,990 entrevistados, pero la pregunta aquí examinada se preguntó únicamente a la mitad de la muestra de Estados Unidos y Canadá. El porcentaje de no respuesta para esta pregunta fue de 1.9% para el conjunto de la muestra.

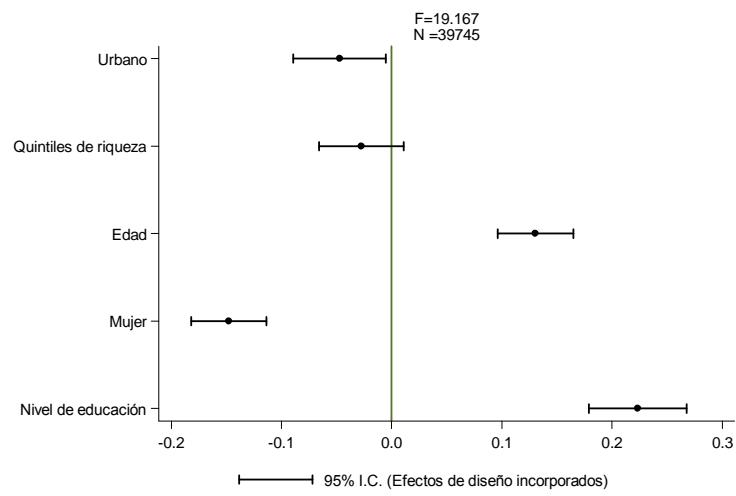
⁵ Huckfeldt y Sprague (1992) argumentan que la estructura política existe independientemente de la estructura social y por lo tanto, el estatus social no siempre predice la participación política.

Se lleva a cabo un análisis de regresión logística en el cual se predice la variable dependiente dicotómica, trabajar para un partido político o candidato, con las siguientes medidas: lugar de residencia (urbano versus rural), quintiles de riqueza⁶, edad, género, y nivel de educación.⁷

El Gráfico 2 presenta los resultados de este análisis, con las variables independientes señaladas en el eje vertical. Cada punto en el gráfico representa el impacto relativo de cada variable independiente, usando para ello coeficientes estandarizados. Los puntos a la izquierda de la línea vertical en el 0.0 representan una correlación negativa con el hecho de haber trabajado para un partido político o candidato. De igual manera, los puntos a la derecha de la línea en el 0.0, representan una correlación positiva con haber trabajado en una campaña. Las líneas que se extienden a cada lado de los puntos representan el intervalo de confianza del 95%. Cuando el intervalo de confianza no toca la línea vertical en "0.0" se puede concluir que el coeficiente para esa variable independiente es estadísticamente significativo a un nivel de 0.05.

Todas las variables independientes, *excepto* quintiles de riqueza, son determinantes estadísticamente significativos de la probabilidad de que una persona trabaje para un partido político o candidato. Las variables "urbano" y "mujer" están correlacionadas de manera negativa, mientras que "edad"⁸ y "nivel

Gráfico 2. Determinantes socioeconómicos y demográficos del trabajo en las campañas



Fuente: Barómetro de las Américas por LAPOP

Efectos fijos por país e intercepto incluidos pero aquí no mostrados

de educación" están positivamente correlacionadas. Por tanto, aquellos que viven en áreas rurales, los hombres, aquellos que son de mayor edad, y aquellos que tienen niveles más altos de educación tienen una mayor probabilidad de haber trabajado para una campaña en la última elección nacional. La fuerza relativa de cada correlación está determinada por el valor absoluto del coeficiente estandarizado. Por lo tanto, en relación con la variable dependiente, y entre ellas, el lugar de residencia (urbano versus rural) tiene la relación estadísticamente significativa más débil, mientras que el nivel de educación tiene la correlación más fuerte con la variable dependiente. Por lo tanto, aunque no se encuentra un respaldo a la expectativa derivada del modelo tradicional según el cual la riqueza importa, sí se encuentra que la educación tiene el efecto más fuerte en la probabilidad de trabajar en una campaña electoral en las Américas.

⁶ Véase Abby Córdova, 2009, "Methodological Note: Measuring Relative Wealth using Household Asset Indicators" para una descripción sobre la construcción del índice de riqueza:

<http://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/I0806en.pdf>

⁷ En este y en el resto de análisis de este informe, se excluye a Estados Unidos y a Canadá para centrarse en la opinión pública y comportamiento en América Latina y el Caribe.

⁸ De manera interesante, la edad no muestra una relación perfectamente lineal con la variable dependiente. Después de los 55 años de edad, la probabilidad de trabajar en una

campaña disminuye, lo cual sugiere una relación curvilínea. Por razones de espacio esto no se incluye en la discusión.

Participación en la comunidad, confianza interpersonal, e identificación política como determinantes de trabajar para un partido o candidato

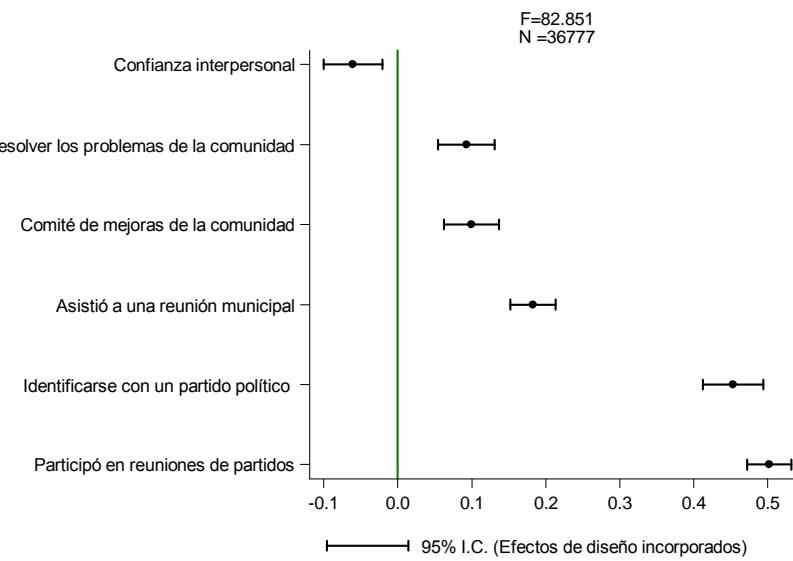
Un factor adicional que podría influir en la probabilidad de que una persona haya trabajado para un partido político y/o candidato en una elección es el capital social. Klesner (2007) define “capital social” como la cantidad de lazos que se forman en la sociedad, los cuales permiten a los ciudadanos lograr objetivos similares. Por lo tanto, el capital social implica confianza y participación. Teniendo en cuenta esta perspectiva, se considera que altos niveles de confianza social y de participación en la comunidad, lo cual capture las dos dimensiones principales del capital social, deberían estar relacionados con una mayor probabilidad de que los ciudadanos participen en política, y en particular, que trabajen en una campaña política.

El modelo extendido incluye tres tipos de indicadores: confianza interpersonal, participación en la comunidad, y vínculos políticos generales. Antes de presentar las medidas específicas, se discuten en mayor detalle las expectativas relativas a estos factores.

La teoría del capital social sugiere que la confianza interpersonal debería estar positivamente correlacionada con el trabajo en campañas políticas. Es razonable asumir que cuanto más se confía en los demás, más probable será que una persona se involucre con otros ciudadanos y líderes políticos. Amber Seligson

(1999) sugiere que la confianza interpersonal es un factor importante a la hora de determinar el compromiso con el sistema político. Aunque su investigación no confirma completamente esta

Gráfico 3. Prediciendo el trabajo en las campañas políticas



Fuente: Barómetro de las Américas por LAPOP

Sociodemográficos, efectos fijos de país e intercepto incluidos pero no mostrados

hipótesis. No obstante, hay razones para pensar que la confianza interpersonal, a menudo asociada con el capital social, debería ser considerada de manera independiente de la participación en la comunidad. Centrándose en la complejidad del capital social, Uslaner y Brown (2005, p. 874) afirman que, “la confianza no debería funcionar de la misma forma (si es que lo hace) en diferentes tipos de participación. No hay razón para pensar que la confianza tiene el mismo efecto en todas las formas de involucramiento cívico, o incluso que lo haga de alguna manera...”. Los planteamientos teóricos mixtos y los hallazgos ambiguos de las investigaciones previas dejan abierta la siguiente pregunta: ¿la confianza interpersonal predice de manera positiva el trabajo en las campañas?

El segundo conjunto de variables está relacionado con la participación en la comunidad. Según Amber Seligson (1999 p. 357-

358), “la participación en grupos de desarrollo comunitario parece ser un elemento clave para estimular otras formas de participación democrática.” Además, señala que “las instituciones que trabajan en el fortalecimiento de la democracia usarían mejor sus recursos apoyando la formación de grupos de desarrollo comunitario y aportando los fondos con los que financiar sus proyectos” (p. 359), lo cual enfatiza de nuevo la importancia del capital social. Por lo tanto, existen razones para esperar un vínculo fuerte entre participación en la comunidad y la participación política. Se examina la participación comunitaria con medidas relativas a la participación activa en la solución de los problemas de la comunidad y a la asistencia a reuniones comunitarias.

El tercer conjunto de variables está relacionado con los vínculos y participación políticos. Cuando una persona se identifica con un partido, se vincula a un conjunto de creencias y políticas públicas. En este sentido, Klesner (2007 p. 26) asegura que, “para las cinco formas convencionales y no convencionales de participación política,...o el interés político o un sentido de que la política es importante era un indicador significativo en todas esas formas”. En lugar de examinar el interés por la política en sentido abstracto, se examina si sus expresiones específicas—identificación partidista y asistir a reuniones de partidos- afectan la participación en las campañas. Se espera encontrar una correlación positiva para estas dos variables.

Los resultados del nuevo análisis se presentan en el Gráfico 3. El modelo incluye una medida de *confianza interpersonal*.⁹ También incluye las siguientes medidas de participación en la comunidad: *ayudar a resolver los problemas en la comunidad, participar en comités de mejora de la comunidad, y acudir a reuniones municipales*.¹⁰ Por

⁹ **IT1.** Ahora, hablando de la gente de por aquí, ¿diría que la gente de su comunidad es muy confiable, algo confiable, poco confiable o nada confiable?

¹⁰ Se utilizaron las siguientes preguntas para estas variables: “¿en los últimos doce meses usted ha contribuido para ayudar a solucionar algún problema de su comunidad o de

último, se incluyen dos medidas de vínculos y participación política: *identificarse con un partido político* y asistir a reuniones partidistas.¹¹ El modelo también incluye las variables socioeconómicas y demográficas, y los efectos fijos por país que se habían incluido en el modelo del Gráfico 2. Los resultados completos están disponibles en el apéndice.

Uno de los resultados más interesantes de este análisis es que, contrario a las expectativas derivadas de la literatura sobre el capital social, la confianza interpersonal está negativamente correlacionada con el trabajo en las campañas políticas. Esto sugiere que el capital social es un factor con diferentes matices en lo que tiene que ver con la participación política. La correlación negativa que existe entre la confianza interpersonal y la variable dependiente es contraria a la idea convencional de que la participación fortalece la confianza, haciendo que las personas sean más dadas a la participación política. Sin embargo, este resultado se ajusta a las concepciones clásicas sobre las formas en las que los partidos políticos pueden generar divisiones dentro de una sociedad. George Washington, en su discurso de despedida de 1796, advirtió contra el partidismo divisivo que podría crear desconfianza entre los que participan en política. Washington declaró: “la dominación alternativa de las pasiones políticas, agitadas entre sí por el espíritu de venganza y las diferencias partidistas... es un despotismo espantoso” (Washington, 1796). Por lo tanto, una posibilidad es que participar en

los vecinos de su barrio o colonia? Por favor, dígame si lo hizo por lo menos una vez a la semana, una o dos veces al mes, una o dos veces al año, o nunca en los últimos 12 meses”, **CP8**: “¿Ha asistido a reuniones de un comité o junta de mejoras para la comunidad?,” y **NP1**. “¿Ha asistido a un cabildo abierto o una sesión municipal durante los últimos 12 meses?”

¹¹ Estas preguntas son: **VB10**: “¿En este momento, simpatiza con algún partido político?” y **CP13**: “¿Ha asistido a reuniones de un partido o movimiento político?”. También se incluyó la variable *Aprobar que la gente trabaje en campañas*. Aunque mostraba una fuerte correlación positiva con la variable dependiente, no hay suficiente apoyo de la literatura que proporcione las bases de un argumento teórico fuerte sobre su relación causal con la variable dependiente.

una campaña disminuye la confianza interpersonal al exponer a las personas a la discordia inherente a la política democrática. Otra posibilidad es que para las personas con alta confianza interpersonal es suficiente dejar que otros hagan ese trabajo, ya que confían en que pueden hacerlo bien. Es necesario tener en cuenta que los análisis aquí presentados no pueden determinar cuál de estas posibilidades es la correcta. Cualquiera de ellas, o ambas, es una explicación plausible de la correlación negativa. Otros análisis deberán abordar este tema en el futuro.

Nuestras medidas sobre participación comunitaria y relaciones políticas funcionan como se esperaba. En primer lugar, trabajar para resolver los problemas, participar en las reuniones de mejoramiento de la comunidad y asistir a las reuniones municipales, explican que alguien trabaje en una campaña política. En segundo lugar, como se había anticipado, la identificación con un partido político y la asistencia a las reuniones de los partidos políticos están fuertemente correlacionadas con el trabajo en una campaña.

Conclusión

Los datos de 2010 del Barómetro de las Américas muestran que trabajar para un partido político o campaña es poco común. Así, interesaba conocer qué factores explican ese pequeño porcentaje de ciudadanos activos y comprometidos. La discusión puso de relieve dos tipos de factores que podrían ser relevantes: los recursos y el capital social. Solo se encontró apoyo moderado para el modelo de los recursos: la educación es importante, pero no la riqueza. Esto sugiere que las lecciones intangibles y los recursos obtenidos a través de la educación son más importantes para la participación en las campañas que los recursos materiales asociados a la riqueza. Más allá de los recursos, la educación puede infundir un sentido del deber, que puede ser causa o efecto de la participación y activismo comunitarios. En otras palabras, las

personas no sólo necesitan un conjunto de habilidades específicas, sino también tienen que sentirse obligadas a participar. La educación puede ser una vía por la cual los individuos adquieran este sentido del deber.

Respecto al capital social, la discusión y los resultados pusieron de relieve la importancia de distinguir entre los vínculos y la confianza. Se ha encontrado que tanto la confianza interpersonal como la participación en la política local y partidista importan, pero en sentidos opuestos. Se tienen varias ideas de por qué esto es así. En lo que respecta a la participación, puede ser que la participación en los asuntos comunitarios y políticos, igual que la educación, agudizan las habilidades cívicas de manera que promueven la participación en las campañas electorales. En lo que respecta a la confianza, los resultados apuntan a la posibilidad, aunque es sólo una conjeta, de que el trabajo en una campaña disminuye la confianza social (esto puede inferirse como una posibilidad porque la relación entre estas dos variables es negativa en este modelo). En la medida en que este tipo de relación de causalidad esté operando, estos análisis tienen implicaciones para quienes deseen promover la participación ciudadana en las campañas electorales. En concreto, las conclusiones respecto a la relación negativa entre la confianza y el trabajo electoral previenen sobre la aplicación de programas de educación y compromiso cívico que enfaticen las diferencias y competencia partidistas, puesto que estos aspectos del trabajo en campañas pueden debilitar la confianza en la sociedad. Si trabajos futuros demuestran que esta correlación negativa tiene sus raíces en este proceso causal, al menos en parte, entonces es posible que haya un lado oscuro en el trabajo ciudadano en las campañas electorales.

Referencias

Brady, Henry E., Sidney Verba y Kay Lehman Schlozman. "Beyond Ses: A Resource Model of Political Participation." *The American Political Science Review*, Vol. 89. No. 2. (1995): 271-294.

Huckfeldt, Robert y John Sprague. "Political Parties and Electoral Mobilization, Political Structure, Social Structure and the Party Canvass." *American Political Science Review* Vol. 86 (1992): 70–86.

Klesner, Joseph L. "Social Capital and Political Participation in Latin American: Evidence from Argentina, Chile, Mexico, and Peru." *Latin American Research Review*. Vol. 42. No. 2 (2007): 1-32.

Powell, G. Bingham. *Elections as Instruments of Democracy*. New Haven: Yale University Press, 2000.

Seligson, Amber L. "Civic Association and Democratic Participation in Central America: A Test of the Putnam Thesis." *Comparative Political Studies*. Vol. 32 No. 3 (1999): 342-362.

Washington, George. "Farewell Address." 1796. Accessed 4/2/12 <Avalon.law.yale.edu/18th_century/washing.asp>.

Apéndice

Tabla 1. Determinantes del trabajo en campañas políticas en América Latina y el Caribe,
 2010

	Coeficiente	Error estándar	Coeficiente	Error estándar
Educación	0.223*	0.023	0.167*	0.025
Mujer	-0.148*	0.017	-0.071*	0.018
Edad	0.131*	0.018	0.041*	0.020
Urbano	-0.047	0.021	-0.008	0.023
Quintiles de riqueza	-0.028*	0.020	-0.025*	0.021
Resolver problemas en la comunidad		0.092*		0.019
Participó en comités locales		0.099*		0.019
Participó en reuniones municipales		0.182*		0.016
Se identifica con un partido		0.452*		0.020
Participó en reuniones de un partido		0.501*		0.015
Confianza interpersonal		-0.060*		0.020
México	-0.090*	0.025	-0.020	0.025
Guatemala	-0.053	0.025	0.032	0.027
El Salvador	-0.024	0.021	0.021	0.022
Honduras	0.005	0.022	0.047*	0.022
Nicaragua	-0.009	0.021	0.016	0.022
Costa Rica	-0.003	0.023	0.068*	0.023
Panamá	-0.005	0.024	0.088*	0.026
Colombia	-0.089*	0.026	-0.033	0.028
Ecuador	-0.112*	0.032	0.083*	0.032
Bolivia	-0.129*	0.030	-0.069*	0.030
Perú	-0.179*	0.030	-0.098*	0.029
Paraguay	0.032	0.022	0.066*	0.022
Chile	-0.334*	0.037	-0.146*	0.037
Brasil	-0.017	0.049	0.124*	0.050
Venezuela	-0.035	0.024	0.007	0.027
Argentina	-0.035	0.039	-0.018	0.030
Rep. Dominicana	0.107*	0.022	0.023	0.021
Haití	0.052*	0.023	0.065*	0.024
Jamaica	-0.097*	0.024	-0.031	0.026
Guyana	-0.076*	0.025	0.021	0.025
Trinidad & Tobago	-0.083*	0.023	-0.013	0.025
Belice	0.012	0.022	0.087*	0.023
Surinam	0.061*	0.024	0.033	0.027
Constante	-2.152*	0.024	-2.440*	0.026
F	19.17		86.75	
Número de observaciones	39745		37,605	

* p<0.05

Nota: Coeficientes son estadísticamente significativos a *p<0.05, dos colas.

País de referencia: Uruguay

Biografías de los autores*

Erica Graff acaba de terminar su segundo año en Vanderbilt University, donde forma parte del College Scholars Honors Program (Programa de Honores). Erica está cursando un grado en Comunicación, pero tiene la intención de realizar estudios de medicina después de graduarse. Erica participa en el blog de la Oficina de Admisiones y participa como voluntaria en la clínica médica.

Maranda Orrell acaba de finalizar su tercer año en Vanderbilt University. Está cursando un grado en Historia y forma parte del College Scholars Honors Program (Programa de Honores). También es parte de la hermandad femenina Zeta Tau Alpha, es presidenta del Servicio a la Comunidad de la hermandad Sigma Phi Lambda, y es la Coordinadora de Eventos de Reach Out and Read. Después de graduarse, considera ir a la escuela de negocios.

Alexandra Rigl acaba de terminar su segundo año en Vanderbilt University, y forma parte del College Scholars Honors Program (Programa de Honores). Está cursando un grado en Literatura Inglesa, con una segunda concentración en Medicina, Salud y Sociedad. Actualmente es la vicepresidenta del Member Education of Kappa Delta Sorority y fue recientemente nominada para participar en el Lead Now Initiative. Después de graduarse tiene pensado realizar estudios en la escuela de derecho y realizar una carrera en el mundo *nonprofit*.

*Los nombres de los autores aparecen en orden alfabético. Margarita Corral, candidata a doctora en el Departamento de Ciencia Política en Vanderbilt University, colaboró como consultora técnica para este informe.