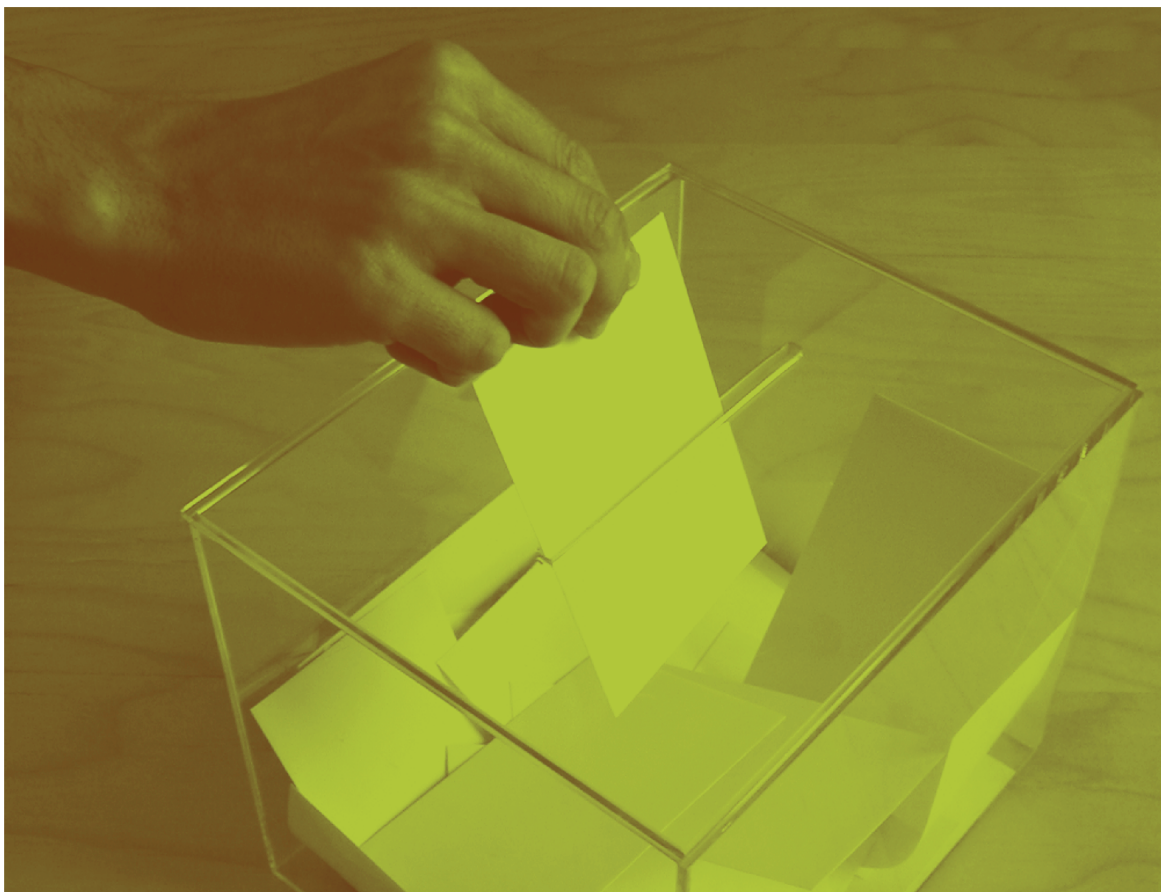


Comportamiento electoral de los jóvenes españoles



→ estudios

Araceli Mateos
Félix Moral

El comportamiento electoral de los jóvenes españoles

Araceli Mateos
Félix Moral

→ estudios

Diseño Gráfico

Pep Carrió / Sonia Sánchez
Antonio Fernández

Edición

© Instituto de la Juventud

Redacción

Consejería Técnica de Planificación
y Evaluación - Servicio de
Documentación y Estudios
C/ Marqués del Riscal, 16
28010 Madrid
Tel. 91 363 78 09
E-mail: estudios-injuve@mtas.es
www.injuve.mtas.es
Catálogo General de publicaciones
oficiales
<http://publicaciones.administracion.es>



ISBN: 84-96028-34-8

NIPO: 208-06-016-0

Dep. Legal: M-28072-2006

Impresión: LETTERGRAF S.L.

Las opiniones publicadas en éste número
corresponden a sus autores.
El Instituto de la Juventud no comparte
necesariamente el contenido de las mismas.

Presentación	5
1. Los jóvenes y la participación electoral	7
1.1. Un apunte teórico y metodológico	7
1.2. Las actitudes de los jóvenes ante el voto	16
2. El comportamiento electoral de los jóvenes: las elecciones generales entre 1982 y 2000	39
2.1. La participación de los jóvenes en elecciones generales	39
2.2. El proceso de toma de decisión del voto	45
2.3. El voto de los jóvenes	54
2.4. Fidelidad y volatilidad en el comportamiento electoral de los jóvenes	77
2.5. La motivación del voto en los jóvenes y en los adultos	81
3. Los factores explicativos del comportamiento electoral de los jóvenes españoles	91
3.1. Enfoques teóricos	91
3.2. Las actitudes políticas como factor explicativo	93
3.3. La influencia de las campañas en el comportamiento electoral	101
4. El comportamiento electoral de los jóvenes en las elecciones generales de 2004	121
4.1. La participación de los jóvenes y la movilización política	121
4.2. El voto de los jóvenes en 2004	140
5. Los jóvenes en elecciones de baja participación	153
5.1. Las elecciones al Parlamento Europeo de 2004	153
5.2. El referéndum de la Constitución Europea de 2005	165
DATOS UTILIZADOS	175
BIBLIOGRAFÍA	177
ÍNDICE DE CUADROS	181
ÍNDICE DE GRÁFICOS	187

Presentación

En el año 2001 el Instituto de la Juventud (INJUVE) encargó una investigación que tenía como objetivo el estudio del comportamiento electoral de los jóvenes y de los factores que podían motivarles a participar o a abstenerse en las elecciones generales, así como a concederle el voto a un partido político u otro. Ello implicaba, en primer lugar, un acercamiento al tipo de participación electoral de los jóvenes españoles en este tipo de convocatorias, consideradas de primer orden, e indagar en las razones que llevan a unos y a otros a participar o a abstenerse. En esa investigación, además, mediante el análisis de la evolución de las preferencias políticas de los jóvenes a lo largo de las diferentes convocatorias electorales, se pretendía conocer en qué medida el voto de los jóvenes había incidido en los cambios políticos que habían tenido lugar en España en las décadas de 1980 y 1990. Para alcanzar todos estos objetivos se utilizaron datos individuales procedentes fundamentalmente de las encuestas post-electorales realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas en todas las convocatorias electorales transcurridas entre 1982 y 2000. La población objeto de estudio fueron los jóvenes que tenían en cada momento electoral entre 18 y 29 años, si bien, también se realizaron comparaciones al interior de estos jóvenes por grupos de edad más similares, así como de los jóvenes con el resto de población adulta intentando descubrir patrones de comportamiento diferenciado en base a la edad.

El cambio de ciclo político que representaron las elecciones generales de 2004, así como la posibilidad de que el voto joven hubiera tenido una importancia relevante en este cambio, impulsó al INJUVE a proponer la realización de una nueva investigación que completara los hallazgos de la descrita anteriormente, incluyendo el comportamiento electoral que habían tenido los jóvenes en las elecciones generales de marzo de 2004 y en las dos convocatorias de elecciones de ámbito nacional que le han seguido: las elecciones al Parlamento Europeo de 2004 y el Referéndum para la ratificación del Proyecto de Constitución para la Unión Europea de febrero de 2005.

Como se ha señalado, las elecciones generales del año 2004 representaron un vuelco en el panorama político español. Por primera vez en la reciente historia democrática española un partido en el gobierno, en posesión de mayoría absoluta, es derrotado en las urnas y pasa a la oposición. El interés por conocer en qué medida el voto de los jóvenes, y muy en especial de los jóvenes que votaban por primera vez, resultó importante o incluso decisivo en este cambio político, constituye uno de los objetivos que ha guiado esta investigación. Por otra parte, una de las conclusiones alcanzadas en el anterior estudio era la notable evolución que se había apreciado

en el voto, y en la ubicación ideológica, de los jóvenes entre los primeros años de la década de 1980 y el año 2000, hasta el punto de que el aumento en el voto al Partido Popular en esos años se podía explicar, en parte al menos, por el creciente atractivo que fue ejerciendo este partido entre los votantes jóvenes, así como en su creciente tendencia ideológica hacia posiciones más de centro-derecha. En las elecciones de 2004 esta tendencia parece romperse de forma abrupta, de modo que los jóvenes electores dejan de votar a este partido, lo que constituye una de las causas de su derrota.

Si las elecciones generales del 14 de marzo de 2004 se caracterizaron por una participación elevada de todos los grupos de edad, lo contrario ocurrió con las elecciones europeas que les siguieron, el 13 de junio de 2004, y con el Referéndum sobre la Constitución Europea. En estas elecciones de baja participación, realizadas en un clima de relativa desmovilización política y electoral, es donde el comportamiento de los jóvenes se aleja más del que se registra entre los adultos. Su patrón de comportamiento queda identificado con un abstencionismo aún más elevado, de ahí que resulte de gran utilidad analizar estas elecciones de baja participación para lograr un mayor acercamiento a algunas de las peculiaridades que describen su comportamiento electoral.

Junto al tipo de participación y orientación del voto de los jóvenes en estas elecciones celebradas entre los años 2004 y 2005, en este trabajo se profundiza en las actitudes y en las opiniones que albergan los jóvenes respecto al voto como elemento clave del sistema político democrático, así como de sus actitudes en relación con una hipotética rebaja de la edad a la que se adquiere el derecho al voto, desde los 18 a los 16 años, al menos en algunas elecciones concretas como las municipales. La justificación del acercamiento a las opiniones de los jóvenes a este respecto reside en conocer hasta qué punto los jóvenes consideran que este hecho puede estimular el compromiso cívico y político de los más jóvenes e incrementar con ello a su vez el interés por cuestiones relacionadas con la política.

El trabajo que aquí se presenta constituye el resultado conjunto de estas dos investigaciones descritas y encargadas por el INJUVE. Aunque realizadas de forma independiente, y en momentos del tiempo distintos, ambas investigaciones tienen un único objetivo común y es analizar el comportamiento electoral de los jóvenes españoles. Además, se han realizado bajo planteamientos teóricos y metodológicos similares que permiten presentar los resultados de forma conjunta y comparativa por elecciones. Por lo tanto, el texto pretende ser no una mera yuxtaposición de dos trabajos diferentes, sino una única investigación cuyo objeto de análisis es el comportamiento electoral de los jóvenes españoles en los más de veinte años transcurridos entre 1982 y 2005. Se trata de un análisis básicamente descriptivo y restringido en su carácter explicativo por el tamaño de la muestra de población joven en los estudios postelectorales, fuente principal de información.

Finalmente, destacar que este trabajo no habría sido posible sin el interés expresado por el Instituto de la Juventud de España (INJUVE), que encargó y financió las dos investigaciones originales y sin las facilidades ofrecidas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) para la utilización de los estudios y las encuestas necesarios. Quede aquí constancia de nuestro profundo agradecimiento a ambas instituciones, a las que los autores se sienten estrechamente vinculados.

1.1. Un apunte teórico y metodológico

Los jóvenes acaparan, en muchas ocasiones, la atención de los medios de comunicación y suponen un objetivo de investigación por representar un grupo de población con actitudes y comportamientos que tradicionalmente les han diferenciado del resto de la población. Este es también el caso de los jóvenes españoles. Tanto sus hábitos de ocio y consumo como sus intereses políticos o sociales entrañan un elemento diferenciador desde el punto de vista generacional como del de cohorte a lo largo del tiempo, o comparado entre países y regiones. Así, por ejemplo, como resultado de un análisis comparado con otros países (Anduiza, 2001), el perfil actitudinal de los jóvenes españoles muestra niveles de interés por la política muy bajos, un grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia medio y niveles de eficacia política interna¹ escasa frente a altos niveles de eficacia política externa².

Junto a este perfil actitudinal, la participación política y electoral de los jóvenes siempre representa, aunque de manera más focalizada en momentos de coyuntura electoral, un objeto de interés. El mayor o menor abstencionismo de los jóvenes, y los motivos que les llevan a tener ese tipo de comportamiento, así como a decidir su voto por una u otra formación política, constituyen ámbitos que permiten, a su vez, conocer y explicar otros aspectos de su vida y, en concreto, su manera de entender la política y todo lo relacionado con ella.

Así, por ejemplo, la especial coyuntura de las elecciones generales de 2004 fue un escenario que abrió el debate en torno a la movilización y la participación de la franja del electorado comprendida entre los 18 y los 30 años. Cerca de siete millones de personas incluidas en ese intervalo de edad tenían derecho a ejercer su voto en las elecciones de 14 de marzo de 2004. La presencia de jóvenes en las manifestaciones y movilizaciones los días previos a la convocatoria electoral, junto al incremento generalizado de la participación en dichas elecciones hicieron saltar los primeros comentarios en torno a una mayor presencia de población joven votante. Participación que, por el contrario, fue bastante reducida en las dos convocatorias posteriores: las elecciones al Parlamento Europeo celebradas apenas tres meses después de

¹ Capacidad percibida de influencia personal del individuo sobre el sistema político.

² Percepción de que el sistema responde a las demandas de los ciudadanos.

las elecciones generales, y el referéndum sobre el Tratado Constitucional de la Unión Europea celebrado en febrero de 2005.

Teniendo en cuenta la relevancia de la participación política y electoral para el propio funcionamiento del sistema político democrático, así como para la propia concepción de ciudadanía, en los siguientes apartados de este capítulo se lleva a cabo un análisis teórico en torno a las diferentes formas de entender dicha participación política.

Participación política y democracia

Los conceptos de democracia y participación política están estrechamente relacionados. La participación política aparece como una de las piezas clave de legitimación de las democracias, y los canales institucionalizados para llevar a cabo tal participación en las democracias actuales son los partidos políticos.

Si bien la participación es clave para la democracia, la relación de estos dos conceptos ha oscilado entre dos puntos de vista diferentes. Por un lado, se encuentran aquellos teóricos que consideran imprescindible la participación de los ciudadanos en todo el entramado institucional y político para el desarrollo de un sistema político democrático. Por otro lado, destacan aquellos planteamientos para los que dicha participación no es el principal indicador de la existencia de una sociedad con una democracia de mayor o menor calidad, o más o menos consolidada, sino que es mucho más importante poseer determinadas instituciones, y junto a ellas el papel que juegan los líderes y las élites políticas dentro de ellas.

Estas dos posiciones ilustran el debate entre democracia participativa y democracia representativa, respectivamente. El hilo vertebrador de estos diferentes puntos de vista consiste precisamente en las formas de participación que se consideran más adecuadas para la consecución de la democracia. En este sentido, se encuentra desde la defensa de la máxima posibilidad de participación de los ciudadanos, hasta la máxima importancia que se atribuye a la existencia de unos líderes políticos que representen a los ciudadanos, limitando las posibilidades de participación popular.

El elemento que está presente en los planteamientos de las dos grandes tendencias teóricas referidas es la presencia de la participación de los ciudadanos en algún ámbito concreto relacionado con la política. Incluso en la teoría elitista, donde se destaca la importancia de los líderes como actores cruciales en democracia, la participación de los ciudadanos se considera también relevante puesto que constituye el principal mecanismo de control y método de selección de las élites políticas. Los ciudadanos deciden quiénes serán los líderes que compitan entre sí, por lo que una de las premisas fundamentales para la existencia de la democracia es la posibilidad de que los individuos participen en la política.

Participación política y participación electoral

La participación política puede definirse, en términos generales, como toda actividad de los ciudadanos que está dirigida a intervenir en la política y en sus resultados. De ahí que la participación política se asocie con los momentos de expansión de la idea de soberanía popular cuyo fin es expresarse bajo formas de movilización muy diferentes, que abarcan desde el sufragio individual a los grandes procesos de acción colectiva, desde modelos de participación denominados convencionales a otros no convencionales (Uriarte, 2002).

Las actividades en que se articula la participación política pueden ser de muy diverso tipo: legales o ilegales, de apoyo o de represión, de adhesión o de protesta ante los procesos de formulación, decisión e implementación de las políticas públicas (Parry et al., 1992: 16). Algunas definiciones de participación política incluyen además formas pasivas, de desobediencia y violencia política. Por el contrario, otras definiciones hacen referencia a una única dimensión de la participación política y es la participación electoral, el hecho de votar, convirtiéndola de manera exclusiva en el eje central del desarrollo de aquélla.

Las diferentes tipologías de participación política suelen clasificarse utilizando criterios diferentes como, por ejemplo, distinguiendo entre aquellas actividades que tienen lugar dentro, o

con motivo, de los procesos electorales, de las que lo hacen en otros momentos -*Participación electoral vs. Participación no electoral*-. votar, participar en la campaña electoral de un partido, asistir a mítines, etc. En segundo lugar, aquella tipología que agrupa las actividades que se ajustan a las normas y valores sociales más aceptados en la sociedad, es decir, que son legítimos y legales, y en la mayor parte de los casos a través de canales institucionalizados de participación, de aquellas otras que no utilizan los canales institucionales -*Participación convencional vs. participación no convencional*-. En tercer lugar estaría aquella clasificación basada en la “voz” y la “salida”, considerando que éstas son las dos opciones que tiene un ciudadano ante una situación de descontento frente a la actuación política. La salida supondría la amenaza de abandonar en situaciones de descontento, y la voz implica la transmisión de dicho desacuerdo mediante una implicación más directa con el sistema o los partidos políticos.

La relevancia de la participación electoral

La participación electoral puede ser considerada como el tipo de participación política esencial para el funcionamiento de las democracias representativas. Se trata del tipo de participación más practicado y el que supone la inversión de menos recursos por parte de los ciudadanos; es la práctica de vinculación del ciudadano con el sistema político más utilizada en las democracias actuales.

La participación electoral no es más importante que otras formas de participación política, si bien en ella y, en concreto, en el voto se incluyen tres características que no están presentes en otras formas de participación: la universalidad de acceso, la igualdad en la influencia que cada ciudadano puede ejercer sobre su entorno político independientemente de sus características personales y sociodemográficas, y la libertad en tanto que el ciudadano se siente libre en la decisión de votar como en la orientación de su voto hacia un partido político u otro.

No se trata del único y más importante tipo de participación política, pero es la forma que garantiza la igualdad política, la legitimidad del sistema político, la representatividad de los parlamentos y el control de los gobiernos por parte de los ciudadanos (Anduiza y Bosch, 2004:119-120). La emisión del voto por parte del ciudadano constituye un acto de voluntad política a través del cual expresa su deseo de que determinadas personas o líderes ocupen puestos de responsabilidad y de autoridad (De Carreras y Vallés, 1977:88).

Los niveles de participación electoral han sido utilizados por algunos investigadores como indicadores de la calidad y la salud democrática en los respectivos países. Sin embargo, por lo que se refiere a la tasa de participación electoral y su significado pueden hacerse dos lecturas diferentes. Por un lado se considera que altos niveles de participación electoral reflejan un gran interés y movilización ciudadana, lo que supone la presencia de actitudes políticas democráticas y de eficacia política interna de los ciudadanos y, en definitiva, pone de manifiesto el buen funcionamiento del sistema político. Sin embargo, por otro lado, un alto porcentaje de abstencionismo no implica necesariamente una falta de interés o desmotivación por la política; es decir, la manifestación de cierta desafección política³ en el electorado no es la única explicación al alto porcentaje de abstencionismo, sino que en países con buena “salud democrática” altos niveles de abstencionismo podrían reflejar satisfacción con el funcionamiento de la democracia y con la delegación de la dinámica política en unos representantes.

Sin embargo, aunque bajos niveles de participación no sean sinónimo de desinterés, descontento o desafección política, lo que está claro es que una alta participación supone algo deseable en toda democracia pues incentiva actitudes políticas, conocimiento de las reglas de juego y favorece la legitimidad del sistema como mecanismo de control de los representantes. Para el caso español, los índices de participación política y electoral de los jóvenes son inferiores a los

3 Desafección política definida como “El sentimiento subjetivo de la ineficacia, de cinismo y de falta de confianza en el proceso político, los políticos y las instituciones democráticas que generan un distanciamiento y alienación en relación a esto, falta de interés por la política y los niveles más bajos de participación en las principales instituciones de la representación política, pero sin cuestionar el régimen democrático” (Torcal 2001: 117).

del resto de la población (véase gráfico 1.2), de ahí que represente de suma importancia conocer cuáles son los motivos de esa menor participación, así como si son debidos al descontento, la desinformación o la desafección política.

La participación electoral y la concepción de ciudadanía

El desarrollo y funcionamiento del sistema político democrático incluye el apoyo de la ciudadanía a dicho sistema. El concepto de ciudadanía hace referencia a la condición del individuo como miembro de una comunidad política a la que está jurídicamente vinculado por el mero hecho de pertenecer a ella. La ciudadanía da acceso al disfrute de los derechos políticos y económicos reconocidos por esa comunidad. Esta relación ciudadano-Estado implica también que el primero debe cumplir una serie de deberes morales hacia la comunidad a la que pertenece. Estas obligaciones se concretan en la defensa de la patria, el civismo individual y la solidaridad redistributiva. En general, la concepción de ciudadano se identifica con la de nacionalidad, salvo en aquellos casos donde se hace referencia a un ámbito de carácter supranacional, como es el de la Unión Europea (Molina, 1998:20).

En el caso de los españoles, y en este trabajo, la concepción de ciudadanía será analizada teniendo en cuenta la vinculación de los jóvenes con el país de pertenencia -España-, y con la entidad supranacional -Unión Europea-, que incluye al país de pertenencia. El aspecto que se pretende revisar aquí está vinculado a una de las obligaciones del ciudadano, en concreto al civismo individual, reflejado en la práctica en la participación política y electoral; todo ello sin que se infravaloren otros aspectos que también están implicados en la concepción de ciudadanía. Para algunos autores (Benedicto y Morán, 2003:8), el análisis de las prácticas de ciudadanía, es decir, las experiencias a través de las cuales los individuos alcanzan su identidad plena como ciudadanos y adquieren las capacidades necesarias para su implicación en la vida cívica, son fundamentales para tener una idea exacta de la importancia y concepción que los propios individuos dan a este aspecto.

Una de esas prácticas de ciudadanía o de civismo individual más relevante para el propio funcionamiento del sistema político democrático es la participación electoral. Esta participación refleja el sentimiento de pertenencia e identificación, así como el sentimiento que manifiestan los propios ciudadanos hacia la comunidad a la que se haga referencia. De ahí que en este caso se destaque la relevancia de la participación electoral tanto en elecciones generales en España como en las elecciones al Parlamento Europeo y en el referéndum sobre el Tratado Constitucional de la Unión Europea.

Gracias a la participación política y electoral los individuos pueden tomar parte e influir en la selección de los que tomarán las decisiones políticas, así como presionar, mostrando su acuerdo o desacuerdo, ante las políticas públicas diseñadas e implementadas. Esta participación política y electoral supone el ejercicio y a su vez el aprendizaje de ese civismo individual.

Para el conjunto de nuevos electores, participar en las elecciones supone la primera ocasión en la que se tiene la posibilidad de ejercer la ciudadanía desde el punto de vista político. La mayoría de edad concede a los jóvenes el reconocimiento legal e institucional de poder disfrutar de una serie de derechos civiles y políticos que les incluyen en la esfera pública. *“Los jóvenes se hacen, pues, ciudadanos cuando irrumpen en la esfera pública, ejercen los derechos que van adquiriendo y reclaman su participación en la toma de decisiones colectivas”* (Benedicto y Morán, 2003:49).

El aprendizaje sobre lo que representan los derechos civiles y políticos que otorga la ciudadanía, así como la práctica de dicho civismo, está condicionado por un gran número de factores, tanto sociales como educativos y estructurales; de hecho, las experiencias vitales de cada uno de los jóvenes implican una adquisición diferenciada de las orientaciones políticas, que requiere, a su vez, un mayor o menor grado de comprensión de la dinámica política. La adquisición y reproducción de estas orientaciones políticas ha sido objeto de debate para sociólogos y politólogos ya que algunos de los elementos característicos de la cultura política de los adultos refle-

jan apatía, desinterés y cinismo hacia la política, y son éstas también algunas de las actitudes políticas presentes entre los jóvenes. Este hecho pone de manifiesto cómo el proceso de aprendizaje y socialización reproduce entre los jóvenes las actitudes políticas del entorno y el contexto social donde viven. Pero al mismo tiempo resalta la importancia de analizar de qué manera estos jóvenes conciben esta característica de su condición de ciudadanos, y cómo es tenida en cuenta en el momento de tomar la decisión de participar en una convocatoria electoral o pensar en cambiar la edad necesaria para ejercer ese derecho.

Evolución de la participación electoral en España

Numerosos estudios han confirmado que, dependiendo del ámbito electoral de que se trate, los porcentajes de participación son muy diferentes. El interés por el tipo de representantes a los que se elige en cada ocasión puede condicionar la participación de los ciudadanos. En el caso español, no todas las elecciones han concitado la misma atención ni han disfrutado del mismo tratamiento analítico, puesto que desde que se produjeron las primeras elecciones democráticas en 1977, cada una de las citas electorales ha tenido una importancia específica: según se haya tratado de elecciones generales, autonómicas, locales o europeas, la participación electoral en cada una de ellas ha sido diferente. De hecho, se ha llegado a elaborar una clasificación de elecciones de primer, segundo y tercer orden dependiendo de la importancia política que los ciudadanos conceden a lo que en cada una de ellas se pone en juego, y al alcance que el elector percibe que tiene su voto en cada una de las mismas (Font, 1995:15).

Además, la similitud o diferencia de las pautas de distribución territorial del comportamiento participativo o abstencionista entre los diferentes tipos de convocatorias electorales es indicativo de la existencia de percepciones diferenciadas de cada tipo de elección en determinadas zonas del país (Pallarés, 1995:15). Incluso se ha llegado a sostener que la importancia de los diferentes tipos de elecciones radica en la estabilidad o cambio en los niveles respectivos de participación y abstención.

En el caso de las elecciones locales, autonómicas y europeas en España, los electores suelen considerar que la institución para la que van a elegir representantes tiene un poder de decisión menor que en el de las elecciones generales. Por lo tanto, piensan que su voto va a tener una importancia menor en estas elecciones denominadas de “segundo orden”. De ahí que las elecciones legislativas sean identificadas como decisivas, mientras que las restantes presenten rasgos característicos de una menor participación y de un incremento del “voto de prueba”, lo que constituye una muestra de la menor importancia atribuida a esas elecciones (Del Castillo, 1995: 385).

En esta investigación el objeto de análisis son las elecciones generales celebradas entre 1982 y 2004. Estas últimas elecciones se caracterizaron por ser unas elecciones de “movilización”, donde el porcentaje de participación ascendió al 75,6%, 6,7 puntos porcentuales más que en la anterior convocatoria (2000). Estas elecciones se unirían así a las elecciones generales de 1977, 1982, 1993 y 1996, momentos en los que el porcentaje de participación alcanzó cerca del 80% del censo.

De este modo, lo que parece confirmarse es que la afluencia de ciudadanos a las urnas se hace máxima en aquellas elecciones que encierran una fuerte expectativa de cambio político, como sucedió en las de 1982 o 1996, por no hablar de las primeras elecciones de 1977, que marcan la ruptura definitiva con el régimen anterior, o en las que se adivina una disputa muy cerrada por el triunfo electoral, como ocurrió en 1993; por el contrario, en aquellas convocatorias electorales en las que no se albergan grandes dudas acerca del resultado previsible, como ocurrió en 1979, 1986, 1989 o 2000, el electorado tiende a desmovilizarse, cayendo de manera apreciable el índice de participación.

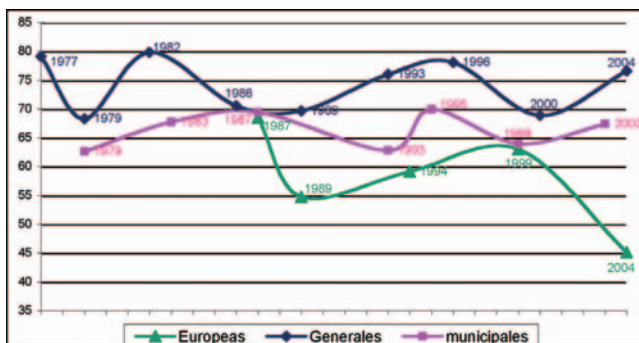


Gráfico 1.1:
Porcentajes de participación según tipo de elecciones en España

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Ministerio del Interior

El análisis de la participación (o la abstención) de los electores, pero sobre todo el de los motivos que les llevaron a depositar su voto a favor de un partido político u otro, implica tener en cuenta una consideración metodológica y es que el análisis de las razones individuales que motivan a los electores requiere de la explotación de datos individuales provenientes generalmente de encuestas postelectorales. La utilización de datos de carácter agregado para extraer la información requerida, e inferir de ella comportamientos a nivel individual, implica el riesgo de recaer en problemas de falacia ecológica. Los datos obtenidos a través de este tipo de técnicas en algunas ocasiones no reflejan de manera exacta la realidad, es decir, que los resultados obtenidos en dichas encuestas distan de los datos reales, tal y como muestra el Cuadro 1.1.

Las causas de estas diferencias entre los datos de encuesta y los censales pueden ser diversas, pero no cabe duda de que superan ampliamente el margen de error estadístico atribuible a cualquier encuesta realizada con un mínimo de rigor. Cabría destacar dos motivos de discrepancia, achacable uno a las encuestas y el otro al censo electoral, que actuarían conjuntamente: el primero y más evidente de estos motivos radica en la tendencia de los individuos entrevistados en una encuesta a contestar lo que entienden que es “lo correcto”, es decir, lo que se espera de ellos, en aquellas cuestiones que encierran una cierta valoración moral. Así, alguien que no ha votado, pero que piensa que moralmente es más correcto votar que abstenerse, puede sentirse inclinado a contestar que ha cumplido con su “deber cívico” de votar, aun cuando no lo haya hecho. Esto contribuiría a explicar la circunstancia de que el porcentaje de entrevistados que ha votado según las encuestas sea apreciablemente más elevado que el real ofrecido por las autoridades electorales.

Cuadro 1.1. Participación oficial y participación según las encuestas

	Participación oficial	Participación confesada	Diferencia
1982	79,8	87	7,2
1986	70,2	85	14,8
1989	69,7	83	13,3
1993	76,4	86	9,6
1996	77,4	88	10,6
2000	70,0	83	13,0
2004	75,6	88	12,4

Fuente: Sobre participación oficial: Ministerio del Interior, y sobre participación confesada: estudios postelectorales del CIS.

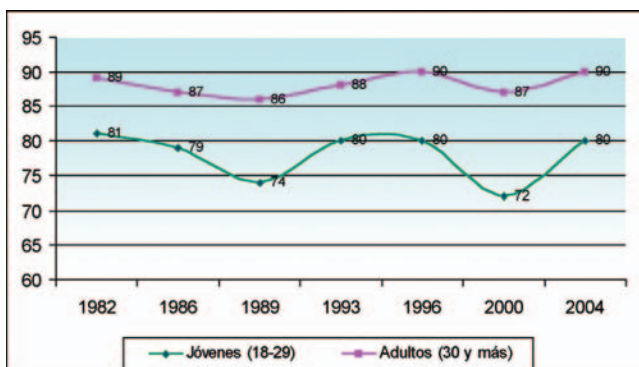


Gráfico 1.2:
La participación electoral declarada de jóvenes y adultos

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Otro motivo que no hay que descartar y que coadyuva a esta discrepancia es la existencia, en mayor o menor medida, de errores que inflan el censo electoral (dobles inscripciones, fallecidos que no han sido dados de baja...) y que, por consiguiente, hacen que la participación oficial aparezca como inferior a la que realmente hubiera sido de disponer de un censo electoral perfectamente depurado. Lamentablemente, este problema no parece preocupar en gran medida ni a las autoridades electorales ni a los medios de comunicación, con lo que se da por supuesta la corrección de los datos del censo. Por último, no cabría descartar como fuente añadida de error la posibilidad de algún tipo de sesgo producido de manera aleatoria en la propia selección de los individuos a entrevistar.

La conclusión que cabe alcanzar, teniendo en cuenta la importancia de estas dos fuentes de error, es que el porcentaje de ciudadanos que participa en unas elecciones es difícil de establecer con total precisión, pero se puede situar algo por encima de la participación oficial que ofrecen las instancias electorales, a causa de los errores que existen en el censo, y algo por debajo de la que ofrecen las encuestas post-electorales, debido a la tendencia de los entrevistados a ofrecer la respuesta más socialmente admitida, resultando en este caso más aceptable el comportamiento “cívico” de votar que el “antisocial” de abstenerse.

Estos porcentajes “inflados” de participación declarada frente a la participación real, hacen que el análisis del comportamiento de los abstencionistas sea más limitado pues el porcentaje de ellos es más reducido que el real. Sin embargo, a pesar de estos inconvenientes, el uso de las encuestas postelectorales constituye el instrumento más útil de inferencia y de análisis del comportamiento individual a partir de características individuales.

La participación electoral en el caso de los jóvenes

Los niveles de participación y de abstención de los jóvenes españoles declarados en las elecciones generales que se han celebrado desde 1982 han variado considerablemente, aunque han seguido pautas similares a las de los adultos. En aquellas elecciones donde, en términos generales, los adultos participan más, también lo hacen los jóvenes. De la misma forma, en aquellas convocatorias donde el porcentaje de participación general decae, también lo hace la de los jóvenes, si bien en un mayor porcentaje. En el gráfico 1.2 puede observarse cómo en aquellos momentos de gran movilización (las elecciones de 1993 y 2004), el efecto de dicha movilización es más apreciable en el caso de los jóvenes que entre los adultos.

Los jóvenes se abstienen en mayor medida que los adultos y, además, presentan diferencias reseñables en el tipo de abstención que practican unos y otros, ya que las mayores diferencias entre los jóvenes y los adultos se producen en lo que se podría denominar *abstención activa*, es

Cuadro 1.2. Tipos de abstención entre jóvenes y adultos

% de abstencionistas, según las encuestas	1986	1989	1993	1996	2000	2004
Jóvenes	21	26	20	20	28	19
Abstención Técnica	8	9	7	7	8	5
Abstención Activa	13	17	13	13	20	14
Adultos	13	14	12	10	13	10
Abstención Técnica	6	6	4	4	5	3
Abstención Activa	7	8	8	6	8	7
(N)	(8260)	(3068)	(4947)	(4961)	(5283)	(5377)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas.

decir, en la actitud de quienes manifiestan explícitamente que *no han votado porque no han querido*, al margen de quienes, por cualquier razón, no han podido ir a votar o de quienes han ido, pero por alguna causa no han podido finalmente emitir su voto, colectivos que constituirían lo que habitualmente se conoce como *abstención técnica*.

Como se puede apreciar en los datos del cuadro 1.2, a lo largo de las últimas seis elecciones generales tanto en el caso de los jóvenes como en el de los adultos, la abstención técnica representa proporciones más reducidas que la abstención activa y, además, se ve sometida a menos oscilaciones que la abstención voluntaria. Esta abstención técnica experimenta a lo largo de los años un descenso considerable, llegando en la última convocatoria de 2004 a los niveles más bajos nunca alcanzados. Por lo que se refiere a la abstención voluntaria, ésta es apreciablemente más elevada entre los jóvenes para todas las elecciones pero, sobre todo, en aquellas en las que los jóvenes participaron en menor proporción, como son las de 1989 y 2000.

El peso del electorado joven en España

El progresivo y acusado envejecimiento que viene sufriendo la población española ha provocado cambios en la distribución de las cohortes de edad, de manera que la cantidad de población joven también ha experimentado importantes variaciones a lo largo de las últimas dos décadas. Este aspecto es relevante no sólo desde el punto de vista demográfico, sino que también es importante para el análisis de la participación electoral de los distintos grupos de edad, así como por el uso que estratégicamente los partidos políticos pueden hacer de estos datos.

Los partidos políticos utilizan durante las campañas electorales de forma cada vez más frecuente, y debido al declive de la importancia de los *cleavages* sociales y de clase, temas que representan un posicionamiento, y a la vez un distanciamiento, respecto de las posturas sostenidas por otros partidos políticos. Se trata de temas que coyunturalmente determinan el área de competencia política dentro del sistema de partidos. Estos ámbitos pueden ser diferentes en función del tipo de electorado al que se pretenda movilizar en cada circunscripción electoral. De manera que en aquellos lugares donde el porcentaje de jóvenes es más alto, el interés de los partidos por movilizar a este colectivo puede ser mayor que en otros donde dicho porcentaje es menor. En todo caso, tanto los nuevos electores, aquellos que acuden por primera vez a las urnas, como el resto de jóvenes, representan un porcentaje importante de electorado al que movilizar.

Si se observan los datos del cuadro 1.3, puede hacerse un doble análisis de la población joven por circunscripciones. En primer lugar, se aprecia cómo en todas ellas, en las dos últimas elecciones generales, el porcentaje de electores jóvenes (18-29 años), no ha superado el 30%. Las provincias que en 2004 contaban con un mayor número de electores jóvenes fueron Ceuta (26,5), Melilla (25,8%), Cádiz (24,9%) y Las Palmas (24,1%), seguidas de Huelva (23,8%), Almería (23,7%),

Cuadro 1.3. Evolución del porcentaje de electores jóvenes por provincia

Provincia	2004	2000	Diferencia	Provincia	2004	2000	Diferencia
Álava	19,9	22,8	-2,9	Lleida	18,7	20,5	-1,8
Albacete	21,2	23,3	-2,1	Lugo	16,4	17,1	-0,7
Alicante	22,2	24,5	-2,4	Madrid	21,1	24,1	-3,0
Almería	23,7	25,5	-1,8	Málaga	23,6	25,6	-2,0
Asturias, P.	18,0	20,2	-2,2	Murcia	23,4	25,9	-2,5
Ávila	17,0	18,5	-1,6	Navarra	18,8	21,4	-2,6
Badajoz	21,6	23,3	-1,7	Ourense	16,5	17,6	-1,1
Baleares	22,1	24,1	-2,0	Palencia	18,2	19,7	-1,6
Barcelona	19,8	22,7	-2,8	Palmas (Las)	24,1	27,7	-3,7
Burgos	17,8	20,0	-2,1	Pontevedra	21,4	23,8	-2,4
Cáceres	19,4	21,0	-1,6	Rioja (La)	18,8	20,7	-1,9
Cádiz	24,9	27,5	-2,5	Salamanca	18,1	20,2	-2,1
Cantabria	19,8	21,9	-2,1	S. C. Tenerife	23,0	26,2	-3,2
Castellón	20,7	22,5	-1,8	Segovia	17,5	19,5	-2,0
Ciudad Real	20,5	22,2	-1,7	Sevilla	24,2	26,8	-2,7
Córdoba	21,9	23,8	-1,9	Soria	15,7	17,1	-1,3
Coruña (A)	19,6	21,7	-2,1	Tarragona	20,3	22,4	-2,1
Cuenca	17,0	18,7	-1,7	Teruel	15,9	16,8	-0,8
Girona	19,6	21,8	-2,2	Toledo	20,5	21,9	-1,4
Granada	22,4	24,6	-2,2	Valencia	21,1	23,7	-2,5
Guadalajara	19,0	20,3	-1,3	Valladolid	20,4	23,5	-3,0
Guipúzcoa	18,7	21,8	-3,1	Vizcaya	18,7	21,7	-3,0
Huelva	23,8	25,8	-2,0	Zamora	16,4	17,9	-1,5
Huesca	16,9	18,4	-1,5	Zaragoza	18,5	20,9	-2,4
Jaén	21,8	23,4	-1,6	Ceuta	26,5	29,3	-2,8
León	17,5	19,1	-1,6	Melilla	25,8	27,6	-1,8

Fuente: Sobre participación oficial: Ministerio del Interior, y sobre participación confesada: estudios postelectorales del CIS.

Málaga (23,6%) y Murcia (23,4%). Por otro lado, las provincias que en 2004 tenían el menor porcentaje de electorado joven fueron Soria (15,7%), Teruel (15,9%), Zamora y Lugo (16,4%, respectivamente) y Orense (16,5%). En segundo lugar, destacar que en todos los casos ese porcentaje supone una disminución respecto de las elecciones de 2000. Las provincias que han sufrido un mayor descenso de la población joven censada han sido Las Palmas (3,7 puntos porcentuales), Santa Cruz de Tenerife (3,2), Madrid, Valladolid y Vizcaya (3,0) y Álava (2,9 puntos).

El descenso del porcentaje de población joven puede afectar a las estrategias de los partidos políticos, tanto durante la campaña electoral como a la hora de tratar determinados temas en los programas electorales con la intención de lograr la movilización de este sector de la población.

Por lo que se refiere a los nuevos votantes en las elecciones generales de 2004, es decir, aquellos jóvenes que tuvieron la posibilidad de votar por primera vez, encontramos diferencias por Comunidades Autónomas. Aquellas comunidades donde el porcentaje de nuevos electores fue más alto eran Melilla (8,28%) y Ceuta (7,81%), seguidas de Andalucía (7,09%), Murcia (6,81%) y Canarias (6,67%), siendo, a su vez, las comunidades donde un mayor porcentaje de electores jóvenes existe. País Vasco, Aragón y Asturias destacan por ser las Comunidades Autónomas donde el porcentaje de nuevos electores no alcanza el 5%.

Las preferencias y motivaciones de los jóvenes son, en muchos casos, diferentes a las de la población adulta. De manera que el interés y la capacidad de movilización de un tipo de electo-

Cuadro 1.4. Nuevos electores en las elecciones de 2004

	Nuevos electores	% nuevos electores	Jóvenes (18-29 años)	% Jóvenes	Total electores
País Vasco	86.306	4,88	334451	18,93	1.767.024
Aragón	49.454	4,94	179964	17,99	1.000.106
Asturias	45.751	4,94	170013	18,35	926.528
Navarra	22.815	5,03	85852	18,93	453.575
Rioja (La)	11.727	5,14	43134	18,90	228.178
Cataluña	269.681	5,18	1031181	19,81	5.205.990
Castilla y Leon	109.482	5,24	381419	18,25	2.089.663
Cantabria	25.273	5,47	92317	19,99	461.736
Galicia	126.866	5,49	458197	19,84	2.309.510
Madrid	242.077	5,61	907702	21,03	4.316.617
C. Valenciana	199.828	5,90	728891	21,52	3.387.751
Baleares	40.299	5,94	150493	22,19	678.255
Castilla - La Mancha	87.403	6,07	290642	20,19	1.439.337
Extremadura	56.743	6,56	180083	20,82	864.870
Canarias	93.445	6,67	336137	24,00	1.400.376
Murcia	62.957	6,81	218102	23,60	923971
Andalucía	419.709	7,09	1400294	23,67	5.916.424
Ceuta	4.268	7,81	14776	27,03	54.656
Melilla	3.828	8,28	12233	26,45	46.253
Total	1.957.912	5,85	7015881	20,96	33.470.820

Fuente: INE. www.ine.es

rado u otro en las diferentes circunscripciones viene condicionado por la mayor o menor presencia de estos potenciales electores. Igualmente, la función de socialización de los partidos políticos debería trasladar a estos nuevos votantes la información y los conocimientos necesarios para la comprensión de las reglas de juego democrático, así como los derechos políticos a los que a partir de ese momento tiene acceso, y lo que eso significa dentro de la concepción misma de ciudadano.

1.2. Las actitudes de los jóvenes ante el voto

En los apartados anteriores se ha venido realizando una reflexión general sobre las pautas de participación política en una sociedad como la española, sin embargo, en el presente apartado se parte de la percepción subjetiva que tienen los jóvenes del voto y de su papel esencial en el funcionamiento del sistema democrático, como instrumento de participación política y como elemento legitimador del propio sistema. También se tendrá en cuenta el papel del voto y la participación política como rasgo configurador de la ciudadanía, lo que lleva al contenido de la

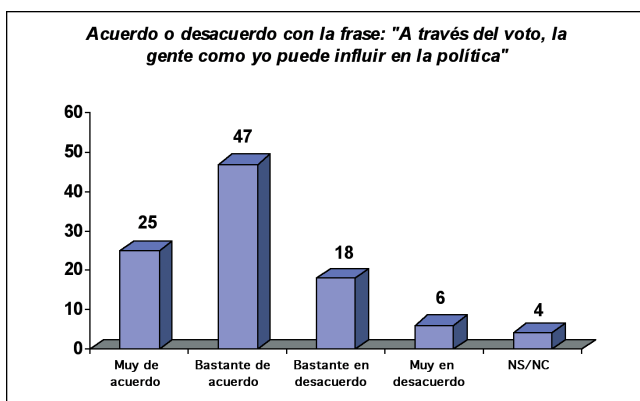


Gráfico 1.3:
El voto, instrumento de participación política

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

segunda parte de este capítulo: las actitudes de los jóvenes ante la posibilidad de rebajar la edad del voto hasta los 16 años, en el caso de algunas elecciones concretas, como las municipales, con el objetivo de estimular la participación y el compromiso político de los jóvenes.

El papel del voto en un sistema democrático

En un sistema democrático el voto es, en primer lugar, el instrumento por el que los ciudadanos participan en la vida política, pero también es, desde otro punto de vista, el mecanismo por el que se otorga legitimidad al poder político.

El voto como instrumento de participación política

Existe un amplio acuerdo entre los jóvenes en el sentido de que a través del voto, la gente puede influir en la política; casi tres de cada cuatro entrevistados comparten esta posición, contra una minoría (el 24%) que se muestra en desacuerdo con ella, en lo que cabe interpretar como una posición escéptica ante la propia esencia de la democracia, que viene representada por la posibilidad que tienen los ciudadanos de participar en la toma de decisiones políticas por medio del voto.

La fuerte relevancia de estas posiciones a la hora de determinar las actitudes de los jóvenes ante el propio sistema democrático queda de manifiesto al observar la asociación que existe entre la desconfianza ante el voto como instrumento de participación y la desconfianza hacia el propio modelo democrático de organización política. De esta manera, los jóvenes que consideran que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno están más convencidos de la utilidad del voto como instrumento de participación, mientras que entre las minorías que se inclinan por alternativas autoritarias, o las que se muestran indiferentes ante el sistema político, son más abundantes las actitudes de desconfianza ante el voto.

Esta minoría que desconfía de la función del voto en el sistema democrático reúne algunas características particulares, de manera que se encuentra especialmente representada entre los jóvenes varones, más que entre las mujeres; entre los que tienen un nivel educativo más bajo, bien sea con estudios primarios o con los correspondientes a la Formación Profesional, y los que pertenecen a las capas sociales más bajas.

Dejando aparte la relación de estas actitudes con el sexo, que puede derivarse de una relación espuria, ya que los varones muestran un nivel educativo más bajo que las mujeres, estas características presentan claramente la influencia de un proceso de socialización diferenciado, que pare-

Cuadro 1.5. La función del voto, según características sociodemográficas

Acuerdo o desacuerdo con la frase: "A través del voto la gente como yo puede influir en la política"					
	Acuerdo	Desacuerdo	NS/NC	Total	(N)
Sexo					
Varones	70	26	4	100	(751)
Mujeres	75	22	3	100	(705)
Estatus social					
Clase alta-media alta	80	17	3	100	(263)
Nuevas clases medias	76	22	2	100	(207)
Viejas clases medias	73	25	2	100	(190)
Obreros cualificados	70	26	4	100	(540)
Obreros no cualificados	69	27	4	100	(153)
Nivel de Estudios					
Primaria	68	26	6	100	(617)
Secundaria	80	19	1	100	(307)
F.P.	69	29	2	100	(255)
Univ. Medios	80	19	1	100	(160)
Superiores	74	24	2	100	(102)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

ce llevar a la confluencia de estas dimensiones –bajo estatus social y bajo nivel de formación– en la configuración de una actitud más escéptica ante la democracia.

Curiosamente, no parece observarse relación alguna entre estas actitudes y la edad, mientras que en otros estudios se ha llegado a la conclusión de que a medida que los jóvenes van madurando, tienden a asumir posiciones más proclives hacia el sistema democrático, pasando de una cierta indiferencia que caracteriza a los adolescentes hacia un sólido respaldo al sistema democrático como la mejor de las formas posibles de organización política (Moral y Mateos, 2002:72).

Tampoco la ideología política muestra asociación alguna con estas actitudes hacia el voto, al menos si se considera la ideología de la forma convencional en el eje izquierda-derecha; sí la hay, en cambio, en un sentido y es que los jóvenes que no son capaces de definirse políticamente situándose en ese eje son los que en mayor medida desconfían de la eficacia del voto como herramienta de participación.

El voto como obligación moral

Al margen de constituir un derecho, el voto es percibido en alguna medida como una obligación moral, de manera que no votar en unas elecciones constituye una dejación de responsabilidad y, por consiguiente, un comportamiento impropio de un buen ciudadano. Ello explica el hecho de que en las encuestas electorales la proporción de entrevistados que manifiesta intención de abstenerse en unas elecciones futuras o declara haberse abstenido en unas pasadas, es sistemáticamente inferior a la abstención realmente producida en las elecciones, ya que no se quiere reconocer un comportamiento que lleva en cierta medida el estigma de no ser socialmente aceptable.

Aun cuando este peso de lo que se conoce como “deseabilidad social” parece más relevante entre los entrevistados de mayor edad, como ya se ha visto en capítulos anteriores, también los jóvenes comparten en gran medida la idea de que el voto representa una obligación moral y que



Gráfico 1.4:
Porcentajes de participación según tipo de elecciones en España

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Ministerio del Interior

por tanto hay que votar siempre. Así se manifiesta el 53% de los jóvenes entrevistados, contra un 40% que acepta con naturalidad la abstención como opción legítima cuando no hay alternativas satisfactorias.

La idea de que hay que votar siempre, porque el voto constituye no sólo un derecho sino también una cierta obligación moral está especialmente extendida entre los jóvenes que tienen un nivel de estudios más elevado, sobre todo entre los que han pasado por la Universidad, y quienes

Cuadro 1.6. La obligación del voto, según características sociodemográficas

	Hay que votar siempre; es una obligación moral	Sólo hay que votar cuando hay alternativas satisfactorias	NS/ NC (N)	Total	(N)
Sexo					
Varones	52	40	8	100	(751)
Mujeres	54	39	7	100	(705)
Edad					
De 15 a 19	49	41	10	100	(407)
De 20 a 24	52	42	6	100	(498)
De 25 a 29	56	37	7	100	(551)
Nivel de Estudios					
Primaria	46	45	9	100	(617)
Secundaria	57	38	5	100	(307)
F.P.	53	39	8	100	(255)
Univ. Medios	63	31	6	100	(160)
Superiores	66	28	6	100	(102)
Ideología política					
Izquierda (1-2)	59	36	5	100	(163)
(3-4)	57	38	5	100	(433)
Centro (5-6)	54	39	7	100	(420)
(7-8)	65	31	4	100	(116)
Derecha (9-10)	67	33	-	100	(18)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005

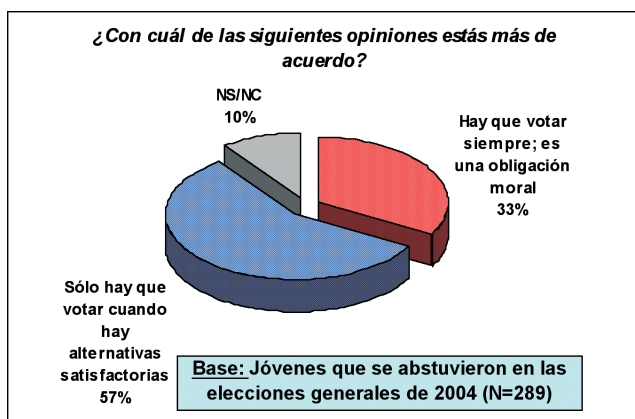


Gráfico 1.5:

La obligación moral del voto, según los abstencionistas

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

se ubican en posiciones ideológicas de derechas; también entre los de más de 25 años tiene mayor respaldo esta posición.

En la posición contraria, quienes en mayor medida sostienen el argumento de que sólo hay que votar cuando hay alguna alternativa satisfactoria son los jóvenes con más bajo nivel de instrucción. De alguna manera esta posición representa una concepción puramente utilitaria del voto, mientras que cuando se considera que éste representa una obligación moral, se le está dotando al mismo tiempo de un contenido fuertemente simbólico, en tanto representación de la propia democracia.

La actitud que rechaza el carácter de obligación moral del voto se encuentra especialmente extendida entre los jóvenes que se muestran indiferentes hacia el sistema político, quienes declaran que “les da igual” un sistema que otro, lo que viene a confirmar la asociación que se produce entre la identificación con la democracia y la atribución al voto de un carácter simbólico que obliga moralmente.

Esta concepción, bastante generalizada entre los jóvenes, del voto como una obligación moral entra en contradicción con el hecho de que la abstención sea un comportamiento bastante común entre el electorado juvenil. Llega a plantearse la paradoja de que uno de cada tres jóvenes de los que manifiestan en la encuesta que se abstuvieron en las elecciones de 2004 piensa que “*hay que votar siempre, porque es una obligación moral*”. La paradoja es tan evidente que lleva a plantear hasta qué punto, al menos en determinados sectores juveniles, no se trata de una obligación moral, sentida como tal, sino sólo de una fórmula retórica, por la que los jóvenes no se sienten realmente obligados.

Voto y legitimidad democrática

Además de constituir el elemento principal de participación política en un sistema democrático y, como tal, una representación simbólica de la propia democracia, el voto representa también un elemento legitimador del poder político.

Este carácter simbólico y legitimador se plasma en la idea de que “en democracia todos los votos son importantes”, que es compartida de manera unánime por los jóvenes entrevistados; sin embargo, también se reconoce de forma ampliamente mayoritaria que la abstención es una opción política válida, tan legítima como el voto, al menos en ocasiones, y que, por consiguiente, la no participación en unas elecciones no significa la renuncia a los derechos de ciudadanía, entre los que se incluye el estar en desacuerdo con quienes gobiernan.

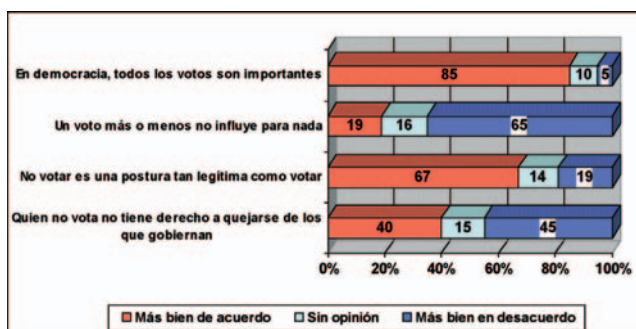


Gráfico 1.6:
La percepción del voto
por los jóvenes

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

La idea de que en democracia todos los votos son importantes constituye un lugar común, al mismo tiempo que la propia esencia de la idea democrática; en ella coinciden una amplísima mayoría de los jóvenes entrevistados (el 85%), frente a sólo un 5% que rechaza esta aseveración.

Dando la vuelta a la idea⁴, apenas una minoría de los jóvenes, algo menos de uno de cada cinco (19%) se muestra de acuerdo con la afirmación de que un voto más o menos a sumar en el conjunto de los votantes no influye para nada. Son los jóvenes que se muestran indiferentes ante el sistema político, aquellos que sostienen que les da igual un régimen que otro, los que en mayor proporción están de acuerdo en que un voto más o menos no influye.

La relación entre apoyo a la democracia como forma de organización política y la concepción del voto es evidente, pero no está clara cuál es la dirección de la causalidad: ¿los jóvenes que desprecian la democracia lo hacen porque desprecian también el voto como instrumento de participación o menosprecian la importancia del voto porque no tienen apego a la democracia como forma política?

Cuadro 1.7. Actitudes hacia la democracia y actitudes hacia el voto

	Acuerdo o desacuerdo con la frase: "Un voto más o menos no influye para nada"		
	"Demócratas"	"Autoritarios"	"Indiferentes"(*)
De acuerdo	15	28	38
En desacuerdo	68	55	53
Sin opinión	17	17	9
Total	100	100	100

(*) Estas categorías quedan definidas de la siguiente manera:

-Demócratas: quienes consideran que "la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno"

-Autoritarios: quienes piensan que "en algunas circunstancias un régimen autoritario puede ser preferible a uno democrático"

- Indiferentes: quienes piensan que "a la gente como yo lo mismo nos da un régimen que otro"

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

⁴ Con el objetivo de evitar un efecto conocido en las encuestas como es la tendencia a un asentimiento acrítico ante la propuestas del entrevistador, que lleva a que una parte de los entrevistados, especialmente aquellos que no tienen unas actitudes y unas posiciones muy consolidadas ante la cuestión planteada tiendan a contestar sistemáticamente de forma afirmativa o a mostrar su acuerdo con las proposiciones que enuncia el entrevistador.

Cuadro 1.8. El voto como obligación y la legitimidad de la abstención

Acuerdo o desacuerdo con la frase: "No votar es una postura tan legítima como votar"		
	Voto como obligación(*)	Voto como opción (**)
Acuerdo	53	85
Desacuerdo	30	7
Sin opinión	17	8
Total	100	100

(*) Jóvenes que sostienen que "hay que votar siempre; es una obligación moral"

(**) Jóvenes que sostienen que "sólo hay que votar cuando hay alternativas satisfactorias"

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

La legitimidad de la abstención como opción política

Al mismo tiempo que existe un consenso básico en la consideración del voto como instrumento esencial de la democracia, se observa un amplio acuerdo entre los jóvenes al manifestar que la abstención es una opción política que goza de legitimidad; ello es evidente desde el momento en que en el sistema político español el voto no es obligatorio, a diferencia de lo que ocurre en otros países de nuestro entorno, lo que lleva a plantearse que la abstención, en alguna medida, es un derecho de los ciudadanos. Dos de cada tres jóvenes entre 15 y 29 años (el 67%) consideran que no votar es una postura tan legítima como votar y, lo que resulta en buena medida sorprendente, no hay diferencia alguna entre las actitudes de los jóvenes que cabe calificar como "demócratas" y las de los "autoritarios" o "indiferentes".

En realidad, se trata de un discurso que entra fuertemente en contradicción con el sentimiento de obligación moral que se asociaba al voto. La contradicción es patente hasta el extremo de que entre los propios entrevistados que sostenían que hay que votar siempre y que el voto es una obligación moral, más de la mitad (el 53%) son capaces de estar simultáneamente de acuerdo con la afirmación de que "no votar es una postura tan legítima como votar". En este sentido, se observa una mayor coherencia entre quienes sostienen que sólo hay que votar cuando hay alternativas satisfactorias, entre los cuales se da un acuerdo prácticamente unánime en que no votar es una postura legítima.

Son precisamente los jóvenes con más elevados niveles de instrucción, especialmente aquellos que tienen estudios universitarios superiores, así como los que pertenecen a las capas sociales altas y medias-altas, los que se muestran más proclives a reconocer que la abstención es una opción política más, dotada de tanta legitimidad como el voto. Resulta sorprendente que este perfil coincide fielmente con el de los jóvenes que sostenían en mayor medida la obligación moral que representa el voto.

Da la impresión de que los jóvenes que más a menudo caen en esta contradicción son los más informados y los que sostienen, por consiguiente un discurso más "políticamente correcto". Ello lleva a pensar que esa contradicción entre la concepción del voto como una obligación moral y la consideración de la abstención como una opción política legítima está subyaciendo en el fondo de la cultura política de los españoles y no es un rasgo característico, ni mucho menos exclusivo, de los jóvenes españoles.

La idea de la abstención como asentimiento con el poder

Existe una idea muchas veces repetida para deslegitimar la opción política de la abstención, según la cual, "quien no vota no tiene derecho a quejarse de los que gobiernan". Ello implica que

Cuadro 1.9. La legitimidad de la abstención, según características sociodemográficas

	Acuerdo o desacuerdo con la frase: “No votar es una postura tan legítima como votar”				
	Acuerdo	Desacuerdo	Sin opinión	Total	(N)
Estatus social					
Clase alta-media alta	72	15	13	100	(263)
Nuevas clases medias	70	16	14	100	(207)
Viejas clases medias	60	23	17	100	(190)
Obreros cualificados	66	20	14	100	(540)
Obreros no cualificados	64	22	14	100	(153)
Nivel de Estudios					
Primaria	66	18	18	100	(617)
Secundaria	68	20	12	100	(307)
F.P.	68	20	12	100	(255)
Univ. Medios	67	21	12	100	(160)
Superiores	74	17	9	100	(102)
Ideología					
Izquierda (1-2)	64	22	14	100	(163)
(3-4)	70	17	13	100	(433)
Centro (5-6)	63	22	15	100	(420)
(7-8)	69	20	11	100	(116)
Derecha (9-10)	44	39	17	100	(18)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

la renuncia al voto, y por tanto la renuncia a influir por este medio en la determinación de los representantes legítimos, supone una dejación radical del derecho de opinar sobre la cosa pública, lo cual significa, sin duda, una trasposición exagerada de la decisión de no utilizar el voto que ejerce el ciudadano que se abstiene.

Las opiniones de los jóvenes ante esta cuestión están muy divididas, pero predomina, si bien ligeramente, el rechazo de esa idea: frente a un 40% que se muestra de acuerdo con ella, el 45% de los jóvenes se manifiestan claramente en contra. Estas actitudes aparecen estrechamente relacionadas con la concepción que se tiene del voto, bien sea como una obligación moral o como una opción a utilizar o no en función de las circunstancias. De este modo, los jóvenes que tienden a concebir el voto como una obligación moral están mayoritariamente de acuerdo con la aseveración de que quien no vota no tiene derecho a quejarse de los que gobiernan; por el contrario, entre los que tienen una concepción más utilitarista del voto y piensa que este es una opción que se puede ejercer o no, se muestran en desacuerdo con esta apreciación.

En cualquier caso, esa actitud hacia el voto que cabría considerar “fundamentalista” y que presume que quien no vota no tiene derecho a opinar sobre el poder político se encuentra más extendida entre algunos sectores concretos de los jóvenes:

- Los “adolescentes”, el grupo de 15 a 19 años, en el que predomina claramente esa concepción del voto, frente a la más tolerante que hace compatible la abstención con derecho a opinar sobre el poder político, que es más frecuente entre los jóvenes de 25 a 29 años.
- También predomina esa concepción fundamentalista del voto entre los jóvenes pertenecientes a las capas sociales más bajas y las más tradicionales (“viejas clases medias”),

Cuadro 1.10. La abstención como renuncia a la crítica al poder

Acuerdo o desacuerdo con la frase: "Quien no vota no tiene derecho a quejarse de los que gobiernan"		
	Voto como obligación(*)	Voto como opción (**)
Acuerdo	53	26
Desacuerdo	32	63
Sin opinión	15	11
Total	100	100

(*) Jóvenes que sostienen que "hay que votar siempre; es una obligación moral"

(**) Jóvenes que sostienen que "sólo hay que votar cuando hay alternativas satisfactorias"

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

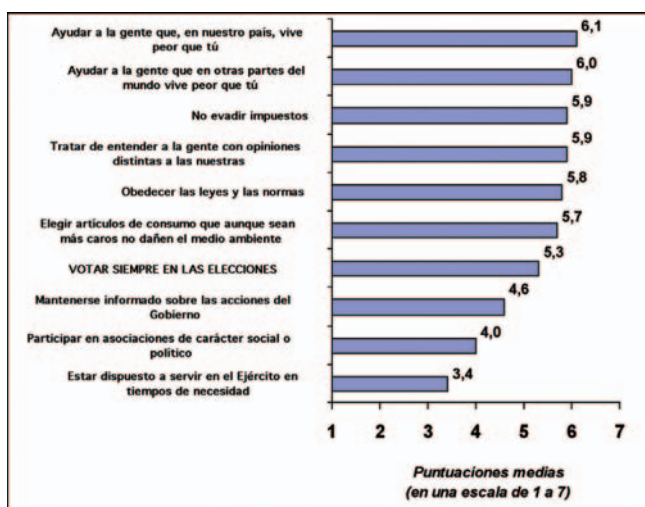
frente a los que se insertan en las capas altas y medias-altas, así como en las nuevas clases medias, que disocian el hecho de abstenerse de tener o no derecho a quejarse del poder político.

- El nivel educativo también marca una interesante distinción entre los jóvenes con niveles educativos más bajos, con actitudes más fundamentalistas respecto al voto y los más instruidos, que se caracterizan por actitudes más tolerantes.

Cuadro 1.11. La idea de la abstención como asentimiento, según características sociodemográficas

Acuerdo o desacuerdo con la frase: "Quien no vota no tiene derecho a quejarse de los que gobiernan"					
	Acuerdo	Desacuerdo	Sin opinión	Total	(N)
Sexo					
Varones	41	44	15	100	(751)
Mujeres	39	46	15	100	(705)
Edad					
De 15 a 19	46	40	14	100	(407)
De 20 a 24	42	44	14	100	(498)
De 25 a 29	35	50	15	100	(551)
Estatus social					
Clase alta-media alta	37	49	14	100	(263)
Nuevas clases medias	41	47	12	100	(207)
Viejas clases medias	47	39	14	100	(190)
Obreros cualificados	40	45	15	100	(540)
Obreros no cualificados	44	41	15	100	(153)
Nivel de Estudios					
Primaria	42	43	15	100	(617)
Secundaria	44	42	14	100	(307)
F.P.	38	48	14	100	(255)
Univ. Medios	36	49	14	100	(160)
Superiores	37	54	9	100	(102)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.



La gente tiene opiniones muy diferentes sobre lo que es ser un buen ciudadano. Me gustaría saber qué aspectos de los que voy a leer a continuación te parecen más o menos importantes, puntuando cada uno de ellos en un escala de 1 a 7, en la que 1 significa que no es nada importante y 7 que es muy importante para ser un “buen ciudadano”

Gráfico 1.7:
Aspectos importantes para ser un buen ciudadano (jóvenes)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Voto y ciudadanía

Como se ha venido apreciando en todos los datos analizados hasta ahora, el hecho de participar en las elecciones es un comportamiento propio de un buen ciudadano. Sin embargo, hay otros comportamientos que definen en mayor medida lo que, desde la perspectiva de los jóvenes, puede entenderse como un buen ciudadano, más allá del hecho de votar en las elecciones.

Los comportamientos que mejor definen esta condición de buena ciudadanía tienen que ver con el ejercicio de la solidaridad: ayudar a la gente que, en nuestro país o fuera de él, vive peor que uno mismo es el aspecto más valorado por los jóvenes, que lo consideran de manera casi unánime un factor muy importante para ser buen ciudadano.

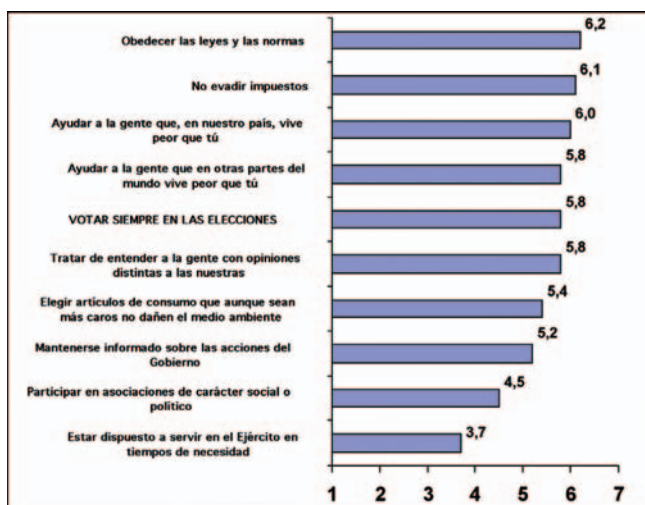
Otros aspectos muy tenidos en cuenta por los jóvenes son la responsabilidad fiscal, expresada por el hecho de no evadir impuestos, la tolerancia con las personas de opiniones diferentes y el respeto a las normas y las leyes. Una virtud de nuevo cuño, a la que los jóvenes otorgan gran importancia, vendría a ser la sensibilidad ecológica que representa el consumo de productos respetuosos con el medio ambiente.

Todos estos aspectos mencionados son considerados por los jóvenes más importantes que la participación en las elecciones a la hora de definir lo que es o no un buen ciudadano. Ello no quiere decir que no se le dé importancia al hecho de votar siempre, que alcanza una puntuación media de 5,3 puntos en la escala de 1 a 7 utilizada en la valoración de cada uno de estos aspectos.

Menor importancia que al voto se le atribuye al conocimiento e interés por la política que expresa el hecho de mantenerse informado sobre las acciones del gobierno o a participar en asociaciones de carácter social o político. Por último, el aspecto al que menor relevancia se le atribuye y el único que no alcanza la puntuación media de 4, lo que significa que una mayoría de entrevistados lo estiman poco importante, es la disposición a servir en el Ejército en caso de necesidad.

Resulta de interés la comparación de las posiciones de los jóvenes a la hora de percibir lo que es un buen ciudadano con la que existe entre la población en general, para ver cuáles son los puntos de coincidencia y las diferencias que se expresan.

Para el conjunto de la población, los aspectos más reseñables en la configuración de la ciudadanía son el respeto a las leyes y a las normas y la no evasión de los impuestos; sólo después de



La gente tiene opiniones muy diferentes sobre lo que es ser un buen ciudadano. Me gustaría saber qué aspectos de los que voy a leer a continuación le parecen más o menos importantes, puntuando cada uno de ellos en un escala de 1 a 7, en la que 1 significa que no es nada importante y 7 que es muy importante para ser un “buen ciudadano”

Gráfico 1.8:
Aspectos importantes para ser un buen ciudadano (población total)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.575, Ciudadanía y participación (ISSP), octubre 2004.

estas cuestiones se plantea el sentimiento de solidaridad representado por la ayuda a los que tienen necesidades.

El hecho de votar siempre en las elecciones se sitúa inmediatamente por detrás de estas condiciones mencionadas, y por delante del sentimiento de tolerancia que representa el tratar de entender a la gente con opiniones distintas.

La sensibilidad ecológica ocupa posiciones más relegadas en la opinión pública en general que entre los jóvenes a la hora de determinar las cualidades de la ciudadanía. Los últimos lugares del ranking son ocupados por las mismas cuestiones que en el caso de los jóvenes, como son el interés por la política (“mantenerse informado sobre las acciones del Gobierno”), el asociacionismo (“participar en asociaciones de carácter social o político”) y la disposición a participar en el ejército.

El análisis de las diferencias que se registran entre los rasgos que definen la cultura cívica del conjunto de los españoles y la cultura cívica de los jóvenes resulta muy ilustrativo para entender las peculiaridades de los jóvenes y, por consiguiente, las motivaciones que rigen su comportamiento político diferenciado.

La población adulta concede una importancia notablemente mayor en la definición de lo que es un ciudadano a la manifestación de interés por la cosa pública, es decir a mantenerse informado sobre las acciones del Gobierno, y a la participación política, sea ésta participación electoral a través del voto o participación en asociaciones de carácter social o político. También atribuyen mayor importancia los adultos al respeto a las normas y las leyes, la disposición a servir en el Ejército y a no evadir impuestos. Todos estos aspectos pueden ser incluidos dentro de una concepción relativamente tradicional de la cultura cívica, que choca en alguna medida con las actitudes que muestran los menores de 30 años.

De este modo, en el sistema de valores de los jóvenes, a la hora de definir lo que es un buen ciudadano se da mayor peso a otras condiciones que se alejan de esas que cabe incluir dentro de una “cultura cívica” tradicional, como son la solidaridad (“ayudar a la gente que vive peor que uno”), la tolerancia (“tratar de entender a la gente con opiniones distintas”) y la sensibilidad ecológica (“elegir artículos de consumo que aunque sean más caros no dañen el medio ambiente”).

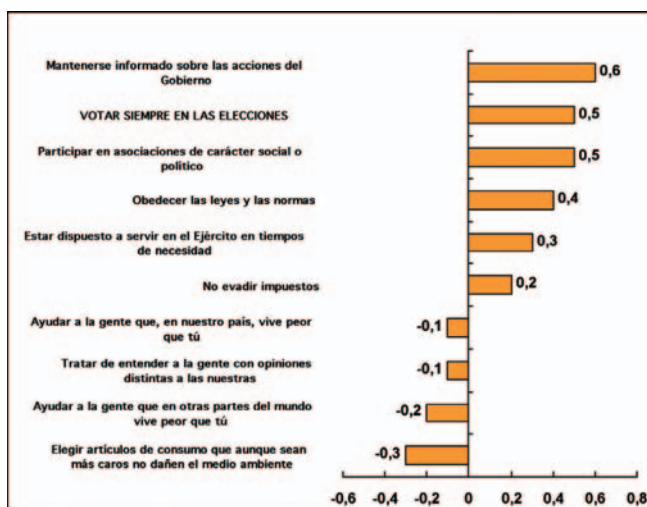


Gráfico 1.9:
Diferencias en la percepción de los jóvenes y de los mayores de lo que es ser un buen ciudadano

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.575, Ciudadanía y participación (ISSP), octubre 2004.
Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Factores en la configuración de la ciudadanía

Como resulta fácil comprender, estos aspectos que se han venido barajando para la configuración del sentimiento de buen ciudadano mantienen elementos comunes, subyacentes en una serie de dimensiones o factores que se pueden extraer del conjunto de la información analizada. Ese es el principio del análisis factorial, que al ser aplicado a las actitudes y opiniones de los jóvenes acerca de lo que representa ser un buen ciudadano, permite la agrupación de todos los aspectos mencionados en una serie de factores, cinco concretamente, que cabe denominar bajo los epígrafes de “participación política”, “altruismo”, “disciplina”, “tolerancia y compromiso” y “patriotismo”. Todos ellos, en distinta medida, vienen a explicar la concepción juvenil de lo que es ser un buen ciudadano (cuadro 1.10).

El factor **“Participación política”** es el que en mayor explica la variabilidad de la idea de ciudadanía que tienen los jóvenes; en él se engloban diversas actitudes, tales como *“mantenerse informado sobre las acciones del Gobierno”*, *“participar en asociaciones de carácter social o político”* y *“votar siempre en las elecciones”*. Este factor, al que los jóvenes otorgan la mayor importancia en su definición de un “buen ciudadano”, choca bastante con el comportamiento político comúnmente atribuido a los jóvenes, que se caracteriza esencialmente por un manifiesto desinterés hacia la esfera de lo político y la escasa participación en todo lo que tenga que ver con este ámbito. ¿Cabrá deducir de ello que los jóvenes no se perciben a sí mismos como “buenos ciudadanos”?

La importancia que se atribuye a esta dimensión participativa en la concepción de ciudadanía está fuertemente asociada con algunas características sociodemográficas de los jóvenes:

- El nivel de instrucción, de manera que los jóvenes con estudios universitarios, sean de grado medio o superior e incluso los que han cursado enseñanza secundaria, otorgan mayor valor a esta dimensión de la participación en la configuración de la ciudadanía que los jóvenes que apenas tienen estudios primarios o los que han cursado Formación Profesional.
- Ideológicamente, son los jóvenes que se sitúan en posiciones de izquierda, moderada o radical, los que mayores puntuaciones alcanzan en este factor de participación política.

El segundo factor que los jóvenes consideran importante para la consideración de un buen ciudadano es el que se puede etiquetar como **“altruismo”**, que vendría a caracterizar un tipo de

Cuadro 1.12. Factores en la configuración de la ciudadanía

(Matriz Factorial rotada)					
	Participación política	Altruismo	Disciplina	Tolerancia y compromiso	Patriotismo
Mantenerse informado sobre las acciones del Gobierno	0,846				
Participar en asociaciones de carácter social o político	0,812				
Votar siempre en las elecciones	0,601				
Ayudar a la gente que en otras partes del mundo vive peor que tú		0,914			
Ayudar a la gente que, en nuestro país, vive peor que tu		0,892			
No evadir impuestos			0,838		
Obedecer siempre las leyes y las normas			0,808		
Tratar de entender a la gente con opiniones distintas a las nuestras				0,805	
Elegir artículos de consumo que aunque sean algo más caros, no dañen el medio ambiente				0,713	
Estar dispuestos a servir en el Ejército en tiempos de necesidad					0,954
Varianza explicada: 76,4%					

comportamiento solidario y engloba dos dimensiones orientadas a la ayuda a la gente con necesidades, sea en el propio país o fuera de él.

Al analizar la importancia que se otorga a este factor según distintas características de los jóvenes se constata que ni el nivel de instrucción, ni la clase social, ni la ideología política establecen diferencias significativas; en cambio, sí lo hace la variable sexo, de manera que son las mujeres, con una clara diferencia, las que otorgan mayor importancia al factor “altruismo” en la definición de lo que es un buen ciudadano.

Otro factor esencial en la configuración de la ciudadanía lo constituye el que se ha denominado **“factor normativo”**, que vendría definido por variables referidas al respeto a normas tales como “obedecer siempre las leyes” y “no evadir impuestos”. Igual que ocurría con el “altruismo”; tampoco este factor guarda relación con variables como el nivel de instrucción, la clase social o la ideología política y sí se observa una asociación altamente significativa con el sexo, de manera que las mujeres jóvenes otorgan mayor importancia a esta dimensión en la definición de un buen ciudadano, mientras que los varones se la dan en menor medida.

El análisis factorial realizado agrupa en un único factor dos dimensiones actitudinales diferentes, que incluyen un indicador de tolerancia (*“tratar de entender a la gente con opiniones distintas a las nuestras”*) y otro de lo que se podría denominar “sensibilidad ecológica” (*“elegir artículos de consumo que aunque sean algo más caros, no dañen el medio ambiente”*). Este factor guarda relación, si bien no muy acusada, con la ideología política y el nivel de instrucción, de modo que los jóvenes de izquierdas y con mayor nivel educativo

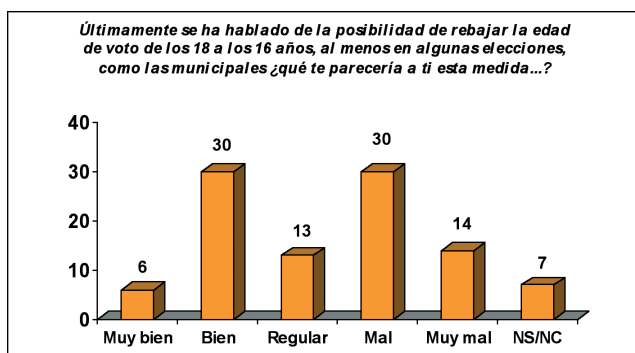


Gráfico 1.10:
Actitudes de los jóvenes ante la rebaja de la edad de voto a los 16 años

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

(universitarios) son los que resaltan su valor en la configuración de lo que es un buen ciudadano.

Por último, el factor que se puede denominar **“patriotismo”** que viene constituido por la idea de *“estar dispuesto a servir en el Ejército en tiempos de necesidad”*, es el que aparece con una definición más nítida en las actitudes de los jóvenes. Los que más peso atribuyen a esta dimensión en la configuración de un buen ciudadano son:

- Los jóvenes que tienen un nivel de estudios más bajo (sólo primarios);
- Los que se sitúan en las capas sociales más bajas (obreros sin cualificación);
- Los que ocupan las posiciones más derechistas de la escala de ideología (posiciones 7-8; derecha, o 9-10; extrema derecha);
- Los varones, aunque no con grandes diferencias, también obtienen puntuaciones más elevadas que las mujeres en este factor.

La rebaja de la edad de voto a los 16 años

En los últimos tiempos se ha empezado a plantear la idea de una hipotética rebaja en la edad en la que se otorga el derecho de voto a los jóvenes desde los 18 a los 16 años, al menos en algunas elecciones concretas, como podrían ser las municipales. Tras esta idea subyace una doble perspectiva: por una parte se trata de ampliar el concepto de ciudadanía, de manera que se dé cabida en él a los jóvenes de 16 a 18 años, que en la actualidad se encuentran excluidos; de otra, se intenta estimular la participación política y la aproximación a los asuntos públicos por parte de una juventud como la española que, según todas las investigaciones realizadas al respecto, se caracteriza por un notable alejamiento de estas cuestiones.

Al analizar las posiciones de los jóvenes ante este asunto la primera aproximación es de sorpresa por el rechazo que se manifiesta ante una medida como ésta, encaminada a propiciar la participación política de los más jóvenes y su reconocimiento como ciudadanos de pleno derecho, cuando sería de esperar un pleno respaldo por parte de los principales afectados por ella. Sólo al 36% de los entrevistados entre 15 y 29 años les parece bien o muy bien la rebaja de la edad de voto en algún tipo de elección, como las municipales; por el contrario, el 44% tiene una opinión negativa sobre esta medida y un 13% tampoco muestra entusiasmo, al calificarla de regular.

Es cierto que ese rechazo a la propuesta de rebajar la edad a la que se adquiere el derecho al voto procede sobre todo de los jóvenes mayores de 18 años, los que ya tienen adquirido ese derecho y, por tanto, no ganan nada con esta medida, mientras que en el colectivo concreto de 15 a 17 años, los que se verían realmente afectados por esa rebaja, predominan los sentimientos de acuerdo y el respaldo hacia esta medida.

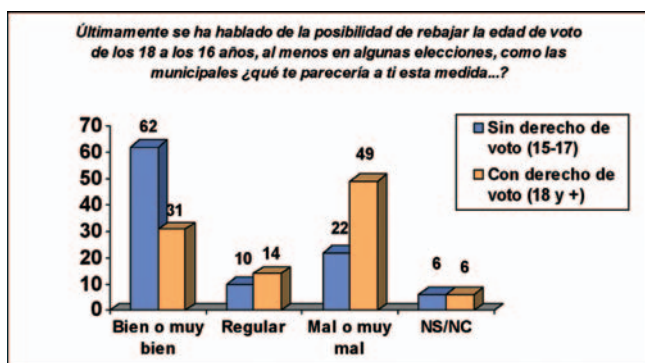


Gráfico 1.11:
Actitudes ante la rebaja de la edad de voto a los 16 años, según la edad

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Así, el 62% de los jóvenes de estas edades apoya la propuesta de rebajar la edad de voto, mientras que sólo el 22% manifiesta una opinión contraria a ella; en cambio, entre los mayores de 18 años predominan los sentimientos de rechazo hacia la rebaja de la edad de voto: sólo al 31% le parece bien o muy bien, mientras que al 49% le parece mal o muy mal. Cabe concluir que los jóvenes que ya tienen adquirido su derecho de voto no tienen ningún interés en que este se extienda hacia los que, como se verá más adelante, consideran adolescentes inmaduros que todavía no se han hecho acreedores a ese derecho.

Este rechazo que manifiestan los jóvenes que tienen 18 años cumplidos hacia una medida encaminada a ampliar el derecho al voto entre los 16 y los 18 está asociado con el nivel de instrucción y la ideología política de los entrevistados. De esta manera, son precisamente los jóvenes más instruidos, los que han pasado por la Universidad, y los que se ubican en posiciones ideológicas de centro o de derecha los que en mayor medida se oponen a esta rebaja en la edad de voto. También las mujeres están en contra en mayor medida que los varones, aunque las diferencias no sean significativas.

Por lo que se refiere a la actitud más favorable hacia la ampliación de ese derecho de voto, se registra entre los jóvenes que se sitúan en las posiciones más progresistas, es decir, aquellos que se ubican en las posiciones 1 y 2 de la escala de ideología política.

Esta opinión negativa de los jóvenes acerca de una hipotética rebaja de la edad en la que se adquiere el derecho al voto resulta ciertamente consistente con los argumentos que se esgrimen para sustentarla. Hay dos ideas que se encuentran ampliamente extendidas entre la opinión pública juvenil: el 59% de los entrevistados piensa que *“los jóvenes de 16 a 18 años no tienen madurez suficiente para votar”* y un porcentaje aún mayor (el 70%) opina *“el voto de los jóvenes de 16 a 18 años estaría muy influido por su familia”*; estas son las principales razones que se arguyen para negar la posibilidad de una ampliación de este derecho.

Las razones que se pueden esgrimir a favor de esta medida no encuentran el mismo grado de consenso entre la población juvenil. Las opiniones aparecen muy divididas respecto a si conceder el voto a los 16 años estimularía o no el interés de los jóvenes por la política: el 41% está de acuerdo con esa idea y el 42% en desacuerdo. Por último, no se cree que la adopción de esta medida representara un avance para la democracia: el 29% de los jóvenes entrevistados piensa que sí lo sería, pero el 46% no está de acuerdo en que esto fuera así.

Como ya se apuntaba más arriba, las actitudes de los jóvenes en relación con la rebaja de la edad de voto a los 16 años resultan plenamente coherentes. Aquellos que se muestran en contra de tal medida están unánimemente de acuerdo en que los jóvenes de 16 a 18 años no tienen madurez suficiente para votar (el 89% piensa así) y también en que el voto de este colectivo resultaría muy influido por su entorno familiar (87% de acuerdo); por el contrario, no creen que

Cuadro 1.13. Actitudes ante una hipotética rebaja de la edad de voto entre los jóvenes mayores de edad, según características sociodemográficas

Últimamente se ha hablado de la posibilidad de rebajar la edad de voto de los 18 a los 16 años, al menos en algunas elecciones, como las municipales ¿qué te parecería a ti esta medida...?

	Bien o muy bien	Regular	Mal o muy mal	NS/NC	Total	(N)
Sexo						
Varones	31	15	46	8	100	(620)
Mujeres	30	13	51	6	100	(587)
Nivel de Estudios						
Primaria	34	12	44	10	100	(391)
Secundaria	31	17	46	6	100	(292)
F.P.	30	16	47	7	100	(250)
Univ. Medios	27	10	58	5	100	(159)
Superiores	25	13	58	4	100	(102)
Ideología						
Izquierda (1-2)	42	10	44	4	100	(140)
(3-4)	34	13	47	6	100	(383)
Centro (5-6)	30	13	51	6	100	(352)
(7-8)	19	17	61	3	100	(95)
Derecha (9-10)	35	12	53		100	(17)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

esta medida representara un avance para la democracia ni que estimulara en los jóvenes el interés por la política.

Los partidarios de esta rebaja en la edad del voto muestran opiniones bien diferentes: piensan de forma muy mayoritaria que esta decisión sería un gran avance para la democracia (el 68%) y también que estimularía el interés de los jóvenes por la política (77%); se muestran en desacuer-

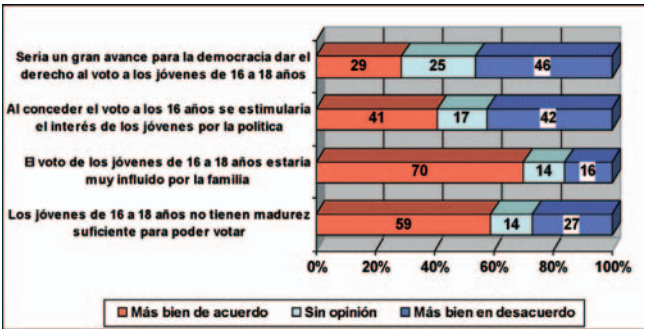


Gráfico 1.12: Opiniones sobre lo que representa la rebaja de la edad de voto a los 16 años

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

do, en cambio, con la falta de madurez de este colectivo para poder votar. En lo único que coinciden en buena parte es en la creencia en que el voto de este grupo de edad estaría muy influido por la familia. Éste sería un inconveniente, pero cabe considerarlo menor al compararlo con las ventajas que reportaría el otorgar ese derecho a estos jóvenes, en tanto que avance democrático y estímulo para su participación política.

La ampliación de la ciudadanía como un avance de la democracia

La propuesta de una rebaja en la edad en la que se adquiere el derecho al voto, al menos de forma “experimental” en algún tipo de elección como pueden ser las municipales, cabe enmarcarla dentro de un cierto debate sobre el acceso de los jóvenes a la condición de ciudadanos y sobre el avance democrático que ello representaría. Formalmente, los jóvenes alcanzan la condición de ciudadanos al llegar a la mayoría de edad y, con ella se incorporan al disfrute de una serie de derechos cívicos y políticos que les estaban vedados hasta entonces, entre ellos y de manera destacada el derecho al voto. Sin embargo, como señalan algunos estudiosos sobre el tema (Benedicto y Morán, 2003) este reconocimiento legal de la condición de ciudadano no pasa de ser un “atributo formal”, mientras los jóvenes no dispongan de los medios que les permitan acceder plenamente a la autonomía personal que define la condición de ciudadano. De esta manera, el hecho de que la juventud como etapa vital venga caracterizada precisamente por una situación de dependencia, sobre todo económica, llevaría aparejada la negación de la condición de ciudadanos de los jóvenes.

El desarrollo de la democracia va asociado históricamente a la ampliación del concepto de ciudadanía, que primero dejó de ser exclusivo de los propietarios para extenderse a los trabajadores; después se amplió de los varones a las mujeres y, por último, de los adultos a los jóvenes. Precisamente el concepto de ciudadanía y los mecanismos por los que los jóvenes acceden al estatus de ciudadano constituye un campo de interés dentro de los estudios tanto de cultura política como de sociología de la juventud. Dentro del proceso de incorporación a la ciudadanía plena, la adquisición del derecho al voto representa un momento clave.

En ocasiones se discute hasta qué punto se puede hablar de ciudadanía en el caso de los jóvenes, cuando se supone que el estatus de ciudadano pasa por la adquisición de una situación de autonomía personal que el joven está lejos de lograr a causa de sus múltiples dependencias, sobre todo económicas. Sin embargo, fundamentar en estas dependencias la negación de la condición de ciudadano del joven de 16 a 18 años sería retroceder a un modelo político en el que sólo los que poseen sus propios recursos pueden acceder a la condición de ciudadanos.

Lo que se plantea precisamente para que los jóvenes puedan adquirir una condición de ciudadanos de pleno derecho, a pesar de la situación de dependencia material en la que se encuentran, es la necesidad de aumentar su influencia en la determinación de la “agenda” política, de manera que sus necesidades y problemas adquieran una mayor relevancia, así como aumentar su participación en el proceso de toma de decisiones.

Es evidente que, en este sentido, la adquisición del derecho al voto no representa sólo un reconocimiento formal de la condición de ciudadano del joven entre 16 y 18 años, sino también, y muy especialmente, significa que se le ofrece la posibilidad de ejercer una mayor influencia sobre la agenda política y sobre la toma de decisiones.

Sin embargo, los jóvenes españoles de 18 y más años no consideran que conceder el derecho al voto a los jóvenes de 16 a 18 represente un avance democrático: apenas uno de cada cuatro (el 24%) está de acuerdo con esta idea, mientras que la mitad de los entrevistados se muestra en desacuerdo (gráfico 1.13).

Bien distintas son las opiniones de los jóvenes de 15 a 17 años, los beneficiados de esa hipotética rebaja, que sí piensan mayoritariamente que darles el derecho al voto representa un gran avance para la democracia (el 54%).

El perfil de los jóvenes que se manifiestan a favor o en contra de esta idea coincide muy estrechamente con el de los que se manifestaban a favor o en contra de la rebaja en la edad de voto.

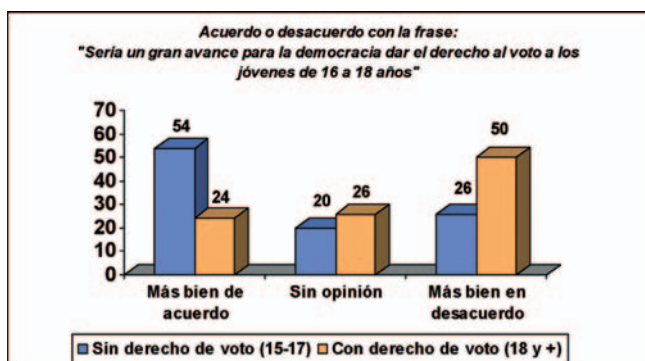


Gráfico 1.13:
 La rebaja en la edad del voto como avance democrático

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

De esta manera, los jóvenes que se posicionan ideológicamente en la derecha son los que en mayor medida rechazan que la rebaja en la edad del voto represente un avance democrático, mientras que quienes se sitúan en la izquierda tienen opiniones divididas al respecto. Esta relación con la ideología se traduce también en el voto, ya que los jóvenes votantes del PP rechazan rotundamente que la rebaja de la edad de voto represente un avance democrático, mientras los votantes del PSOE mantienen opiniones bastante más divididas.

Por otro lado, quienes tienen mayor nivel de instrucción, especialmente los que han pasado por la Universidad rechazan más rotundamente la idea de que una rebaja en la edad de voto represente un avance democrático, idea que obtiene más respaldo entre los jóvenes con menor nivel educativo.

Cuadro 1.14. La rebaja en la edad del voto como avance democrático, según características sociodemográficas

Acuerdo o desacuerdo con la frase: ""Sería un gran avance para la democracia dar el derecho al voto a los jóvenes de 16 a 18 años"					
	Acuerdo	Desacuerdo	Sin opinión	Total	(N)
Total	29	46	25	100	(1456)
Nivel de Estudios					
Primaria	38	38	24	100	(617)
Secundaria	25	47	28	100	(307)
F.P.	26	52	22	100	(255)
Univ. Medios	17	58	25	100	(160)
Superiores	19	57	24	100	(102)
Ideología					
Izquierda (1-2)	33	41	26	100	(163)
(3-4)	31	44	25	100	(433)
Centro (5-6)	30	50	20	100	(420)
(7-8)	24	60	16	100	(116)
Derecha (9-10)	28	61	11	100	(18)
Voto en 2004					
PSOE	30	46	24	100	(408)
PP	16	65	19	100	(178)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

La necesidad de estimular la participación política de los jóvenes

Dentro de una sociedad como la española en la que, en general, es relativamente bajo el sentimiento de implicación en la cosa pública, el interés que manifiestan los jóvenes por la política es claramente inferior al de los adultos, como ponen de relieve todas las investigaciones que se han interesado sobre estas cuestiones. La conclusión que se alcanza es que en el sentimiento subjetivo de implicación en la vida pública hay una clara influencia del ciclo vital de los individuos, de modo que el paso de la adolescencia a la edad adulta, que coincide con la adquisición de los derechos civiles y políticos como el voto, lleva consigo un notable incremento en este interés por lo público, que es muy bajo entre los adolescentes (en el grupo de edad de 15 a 18 años) y va creciendo hasta alcanzar entre los jóvenes de más de 25 años los mismos niveles que se observan entre la población adulta. Igual que ocurre con otros indicadores analizados en torno a la cultura política de los jóvenes se aprecia cómo el momento en el que adquieren los derechos civiles y políticos coincide con la adquisición de un cierto grado de conciencia de ciudadanía.

De manera análoga al crecimiento que se registra en el interés por la política, también va creciendo paulatinamente en estas edades el nivel de información sobre la cosa pública, que es también muy bajo entre los jóvenes de 15 a 18 años, para aumentar de manera apreciable entre los que han adquirido la mayoría de edad (el grupo entre 18 y 24 años) y llegar a la “normalidad” propia de los adultos entre los jóvenes de más de 25 años. Así se pone de manifiesto que el momento en el que se adquiere el derecho al voto (los dieciocho años hasta ahora) coincide con un punto de inflexión en el proceso de maduración política del joven, en su proceso de adquisición de la condición de ciudadano.

El ampliamente mayoritario apoyo de los españoles al sistema democrático no deja lugar a ninguna duda; también los jóvenes se muestran claramente a favor de este sistema como forma de gobierno. Sin embargo, el escaso sentimiento de implicación en la vida política de los colectivos de menor edad, los adolescentes que tienen entre 15 y 18 años, se traduce en la existencia de sectores que se caracterizan por una manifiesta indiferencia ante el sistema político.

Así, en algún estudio empírico se llega a la conclusión de que “las actitudes democráticas se ven tanto más favorecidas cuanto más se aleja la adolescencia y más se aproxima la edad adulta. Así se comprueba en todas las generaciones de jóvenes en las que se han analizado estos cambios” (Informe sobre la Juventud en España 2000).

Hay que señalar que en éste y en otros análisis, los 18 años parecen identificarse como la edad clave, un hito que marca un fuerte incremento del grado de conciencia democrática. Esto pone de manifiesto que el acceso a la mayoría de edad —y el reconocimiento consiguiente del derecho al voto— conlleva la adquisición de un mayor nivel de compromiso democrático, que se traduce en un mayor apoyo a este sistema político, a costa de una reducción significativa de la proporción de jóvenes que se muestran indiferentes ante el sistema político.

En este sentido, parece razonable suponer que una rebaja en la edad en la que se adquiere el derecho al voto, aunque sólo sea en algún tipo de elección, conllevaría una suerte de “entrenamiento” de los jóvenes en la participación política y por consiguiente, estimularía su interés por la cosa pública. Sin embargo, los jóvenes se muestran bastante divididos en esta apreciación. Un 41% está de acuerdo en que al conceder el derecho de voto a los 16 años se estimularía el interés de los jóvenes por la política, pero un porcentaje similar, el 42%, sostiene su desacuerdo con esta idea.

La división viene marcada fundamentalmente por el hecho de verse afectado o no por esa medida; así, los entrevistados de 15 a 17 años, que sería los beneficiados por ella, se muestran mayoritariamente de acuerdo en que representaría un estímulo para su participación política (el 63%, contra apenas un 24% que está en desacuerdo). Por el contrario, entre los jóvenes mayores de 18 años, que ya tienen adquirido el derecho al voto, predomina el desacuerdo con esta idea y no se cree que la rebaja en la edad a la que se adquiere el derecho al voto represente un estímulo para la participación política de los ciudadanos más jóvenes.

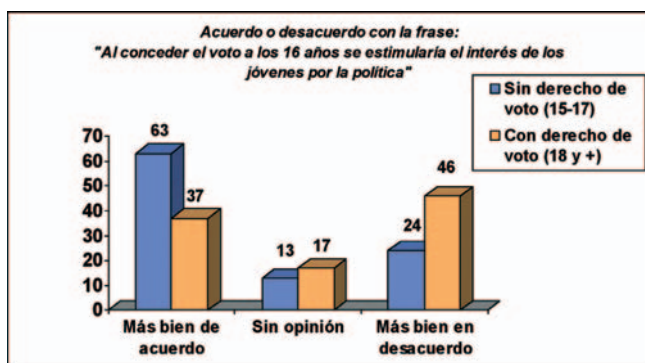


Gráfico 1.14:
La rebaja en la edad del voto como estímulo para los jóvenes

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Cuadro 1.15. La rebaja en la edad del voto como estímulo para la participación política, según características sociodemográficas

Acuerdo o desacuerdo con la frase: "Al conceder el voto a los 16 años se estimularía el interés de los jóvenes por la política"					
	Acuerdo	Desacuerdo	Sin opinión	Total	(N)
Total	41	42	17	100	(1456)
Sexo					
Varones	43	39	18	100	(751)
Mujeres	39	45	16	100	(705)
Edad					
15-19	54	31	15	100	(407)
20-24	41	41	18	100	(498)
25-29	32	51	17	100	(551)
Nivel de Estudios					
Primaria	47	36	17	100	(617)
Secundaria	45	39	16	100	(307)
F.P.	34	51	15	100	(255)
Univ. Medios	31	48	21	100	(160)
Superiores	27	53	20	100	(102)
Ideología					
Izquierda (1-2)	46	39	15	100	(163)
(3-4)	43	40	17	100	(433)
Centro (5-6)	42	42	16	100	(420)
(7-8)	33	51	18	100	(116)
Derecha (9-10)	39	61	0	100	(18)
Voto en 2004					
PSOE	41	42	17	100	(408)
PP	30	55	15	100	(178)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.mayo-junio 2005.

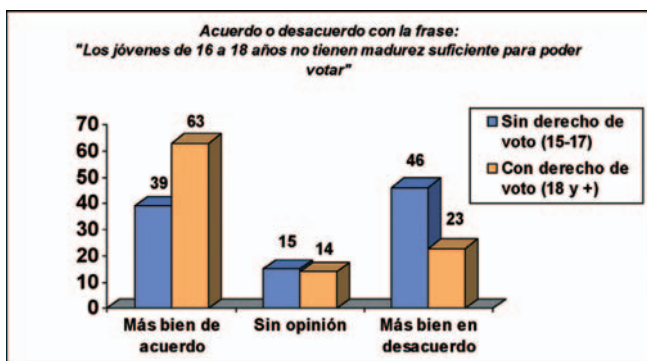


Gráfico 1.15:

La falta de madurez de los jóvenes y el derecho al voto a los 16 años

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Además de esta división atendiendo a la mayoría de edad y, por tanto, al momento de adquisición de la condición de ciudadano de pleno derecho, hay algunas otras características que influyen de manera clara en la percepción que tienen los jóvenes acerca del hipotético papel que podría jugar una rebaja en la edad del voto en la estimulación de su participación política.

A medida que aumenta su edad, pasando de la casi adolescencia de los 15-19 años hasta la madurez del grupo de 25 a 29, incrementa también la desconfianza hacia el hecho de que una rebaja en la edad de voto pueda estimular la participación política juvenil. Lo mismo ocurre a medida que aumenta el nivel de instrucción, de modo que los jóvenes universitarios son los que en mayor medida desconfían de la eficacia de esta medida.

Aunque no de forma muy acusada, se aprecia una cierta diferencia entre las actitudes de los varones y las mujeres, de modo que éstas son claramente más escépticas respecto a la posibilidad de que una rebaja en la edad del voto estimule las ganas de participar políticamente de los jóvenes, mientras que los varones se muestran más de acuerdo con esta idea.

Atendiendo a la ideología política, se advierte que quienes se sitúan en posiciones más de derechas son los que en mayor proporción manifiestan su desacuerdo con la posibilidad de que una rebaja en la edad a la que se adquiere el derecho al voto redunde en una mayor inclinación de los jóvenes por la política, o al menos en una atenuación de su rechazo.

Los obstáculos para la extensión de la ciudadanía: inmadurez y dependencia

Los argumentos que se exponen para negar a los jóvenes el derecho al voto tienen que ver con la inmadurez derivada de su edad y la dependencia de su entorno familiar, que le niega la autonomía que caracterizaría la condición de ciudadano de pleno derecho. Estos argumentos son asumidos por los propios jóvenes, que llegan a compartirllos de forma muy mayoritaria. Así, el 59% de los entrevistados de 15 a 29 años piensa que los jóvenes de 16 a 18 años no cuenta con la madurez suficiente como para poder votar, y una proporción aun más elevada, el 70%, opina que el voto de los jóvenes de estas edades estaría muy influido por el entorno familiar.

Los jóvenes que tienen más de 18 años, y por lo tanto tienen reconocido el derecho al voto, tienden a estar de acuerdo con la idea de que entre 16 y 18 años no se tiene la madurez suficiente para poder ejercer correctamente el derecho al voto, mientras que, por el contrario, los jóvenes de 15 a 17 años están más bien en desacuerdo con esa afirmación.

Aunque la idea de esta falta de madurez está extendida en el conjunto de los jóvenes, son sobre todo los de mayor edad, las mujeres, los que tienen un nivel de instrucción más elevado y los que mantienen posiciones ideológicas más a la derecha, los que en mayor medida están de acuerdo con ella.

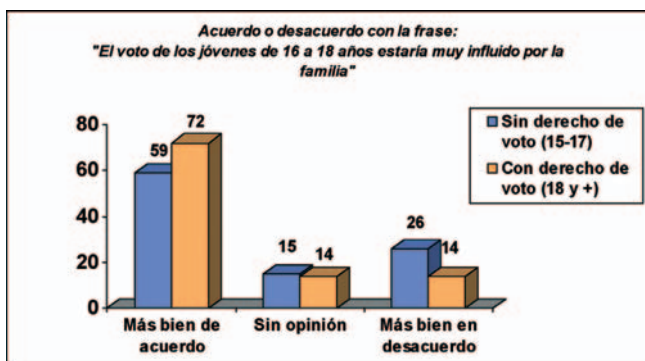


Gráfico 1.16:
La falta de autonomía
en el voto de los jóvenes

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas-Instituto de la Juventud; Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005.

Por lo que se refiere a la falta de autonomía de los jóvenes, que queda reflejada en el hecho de que se le atribuya una gran dependencia del entorno familiar, es una idea muy extendida que constituye casi un lugar común. El 70% de los jóvenes entrevistados está de acuerdo con ella y sólo un 16% la rechaza. En este caso, incluso los jóvenes entre 15 y 17 años se muestran mayoritariamente de acuerdo con la idea de que el voto de los jóvenes de 16 a 18 años estaría muy influido por la familia.

El comportamiento electoral de los jóvenes: las elecciones generales entre 1982 y 2000

2.1 La participación de los jóvenes en las elecciones generales

Según se desprende de los datos de las encuestas analizadas, la participación de los jóvenes (entre 18 y 29 años) en las elecciones generales que se han celebrado en los últimos veinte años es apreciablemente más baja que la que se registra entre la población de más edad (30 años en adelante). Las diferencias varían entre los ocho y los quince puntos porcentuales, pero siempre en el sentido de señalar la menor participación juvenil, con diferencias que se acrecientan en aquellas elecciones (como las celebradas en 1989 y 2000) en las que en general la abstención resultó más elevada.

El perfil sociodemográfico de los jóvenes abstencionistas

El grado de participación electoral de los jóvenes muestra algunas relaciones de interés con variables socio-demográficas tales como la edad, el género, el nivel educativo o la situación ocupacional, lo que permite dibujar un perfil de jóvenes más participativos o más abstencionistas, en función de estas variables.

La edad muestra una relación clara con este comportamiento abstencionista, de modo que los de menor edad entre los jóvenes (lo que tienen entre 18 y 21 años), se abstienen en mayor

Cuadro 2.1. La participación electoral de los jóvenes y los adultos

	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)	Diferencia
1982	81	89	8
1986	79	87	8
1989	74	86	12
1993	80	88	8
1996	80	90	10
2000	72	87	15

Fuente: Estudios postelectorales del CIS.

Cuadro 2.2. El perfil de los jóvenes abstencionistas

Porcentaje de entrevistados que no votaron en cada elección						
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
Abstención Jóvenes	19	21	26	20	20	28
Edad						
18-21	22	23	30	21	22	33
22-25	18	22	24	20	18	28
26-29	16	17	24	18	19	23
Género						
Varones	19	23	27	21	22	28
Mujeres	18	20	25	18	17	27
Nivel educativo						
Primarios	22	21	31	23	26	34
Secundarios	16	22	20	17	18	29
Universitarios	14	21	27	19	9	19
Situación						
Estudiante	27	24	25	19	14	25
Ocupado	14	20	24	20	21	29
Parado	19	21	29	19	23	28
(N)	(599)	(2205)	(805)	(1306)	(1271)	(1260)

Fuente: Estudios postelectorales del CIS.

proporción que los de mayor edad (entre 22 y 29 años). Esto es así en todas las elecciones que se analizan, pero además de esta pauta, los datos permiten detectar otra, como es que los colectivos más jóvenes son los que más varían su nivel de abstención según el impacto de las elecciones, destacándose especialmente las de 1989 y 2000 como dos convocatorias en las que los jóvenes de 18 a 21 años participaron de una forma especialmente escasa (con una abstención declarada del 30% y del 33%, respectivamente), sobre todo, por contraste con la baja abstención registrada en las elecciones de 1993 y 1996 (con abstenciones del 21% y 22% respectivamente en este mismo grupo). En los otros grupos de edad (de 22 a 25 y de 26 a 29 años) no se registran diferencias tan importantes en la abstención entre unas y otras elecciones (cuadro 2.2).

Por lo que se refiere al género, aunque las diferencias no sean destacables, se aprecia una constante que se da en todas las elecciones, como es la existencia de una tasa más baja de abstención entre las mujeres; las diferencias con los varones son escasas (entre uno y tres puntos), pero siempre se produce en la misma dirección.

La influencia del nivel de instrucción no parece constante y, de hecho, varía entre unas y otras elecciones. En general, los jóvenes con menor nivel educativo participan menos en las elecciones, pero no se observa una pauta persistente en esta relación. En todo caso, habría que destacar que en las dos últimas elecciones, las de 1996 y 2000, es donde parece más clara. Especialmente en las elecciones de 1996 (relevantes, por cuanto se produce en ellas la sustitución del PSOE por el PP como partido de Gobierno) hay una gran diferencia en el comportamiento de los jóvenes con estudios primarios (entre los que se abstuvo el 26%) y los universitarios (entre los

Cuadro 2.3a. Razones de la abstención. 1986

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Desinterés por la política	52	39	29	42	42
Indiferencia(1)	44	25	31	34	47
Sensación de inutilidad (2)	19	21	22	20	15
Desencanto ante el propio partido	9	24	34	21	17
Otras razones	11	26	16	18	16
Total	100	100	100	100	100
(N)	(108)	(119)	(58)	(285)	(403)

(1) "Me da igual que gane un partido u otro" y "estas elecciones son poco importantes"

(2) "Se sabía quien iba a ganar"

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

que la abstención se redujo hasta un 9%). Tampoco se aprecia la existencia de relación alguna entre la situación ocupacional de los jóvenes y la tendencia a una mayor o menor participación electoral; las distintas elecciones ofrecen resultados sumamente heterogéneos, de manera que si en 1982 y 1986 las mayores tasas de abstención correspondían a los estudiantes, en 1989 y 1996 los parados y en 1993 y 2000 fueron los ocupados quienes en menor medida acudieron a las urnas.

Las razones de la abstención

En algunas de las encuestas post-electorales analizadas en esta investigación se preguntaba a los abstencionistas activos, es decir, a aquellos que declaraban que no habían ido a votar porque no habían querido, acerca de los motivos que aducían para justificar su decisión de abstenerse. Las razones alegadas adolecen siempre de una cierta falta de concreción y resulta difícil en ocasiones deslindar unas de otras. A pesar de ello se intentará descubrir si existen diferencias entre los comportamientos abstencionistas de los jóvenes y de los adultos, y si las razones que se esgrimen para justificar la abstención cambian entre unas y otras elecciones.

Las elecciones de 1986

Al analizar las respuestas ofrecidas en la encuesta realizada tras las elecciones de 1986 se observa que la actitud de indiferencia ante la convocatoria electoral, expresada en afirmaciones como *"me da igual que gane un partido que otro"* o *"estas elecciones son poco importantes"*, es más característica de los adultos (mayores de 30 años) que de los jóvenes, mientras que el desencanto ante el partido que habían votado con anterioridad o la sensación de inutilidad derivada del hecho de que *"se sabía quien iba a ganar"*, son más propias de los jóvenes (cuadro 2.3.a).

También dentro de los propios jóvenes hay diferencias según la edad, de manera que el desinterés por la política es esgrimido como motivo de abstención por los más jóvenes (18-21 años), mientras que los jóvenes de más edad (entre 26 y 29) mencionan con mucha mayor frecuencia el desencanto ante el partido al que habían votado en las convocatorias electorales anteriores.

La abstención en 1989

Los datos del año 1989 vienen a mostrar el mayor peso del desinterés por la política entre los jóvenes que entre los adultos, como razón para justificar la abstención; sin embargo, los adultos

Cuadro 2.3b. Razones de la abstención. 1989

	(multirrespuesta)				
	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	
Desinterés por la política	42	53	31	43	36
Indiferencia(1)	24	30	14	23	27
Sensación de inutilidad (2)	14	5	17	12	13
Desencanto ante el propio partido	2	12	20	10	19
Otras razones	10	16	23	16	16
Total	100	100	100	100	100
(N)	(50)	(43)	(35)	(128)	(180)

(1) “Me da igual que gane un partido u otro” y “estas elecciones son poco importantes”

(2) “Se sabía quien iba a ganar”

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

mencionan en mayor medida la indiferencia, reflejada en expresiones como “*me da igual que gane un partido u otro*” o “*estas elecciones son poco importantes*”.

Por otra parte, la mayor diferencia que se observa, según la edad, entre las razones que se arguyen para justificar la abstención, tiene que ver con el desencanto generado por el partido votado anteriormente. Como era de esperar, entre los más jóvenes (18-21 años), este desencanto es inexistente, dado que no han podido votar en ninguna ocasión anterior, mientras que entre los adultos y entre los jóvenes de 26 a 29 años es una de las razones más destacadas para abstenerse.

Las razones de la abstención en 1993

En la encuesta de 1993 son de nuevo los entrevistados más jóvenes (quienes tienen entre 18 y 21 años) los que en mayor medida justifican su abstención apelando al desinterés por la política, mientras que los que han votado con anterioridad y tienen entre 22 y 29 años, son los que alegan

Cuadro 2.3c. Razones de la abstención. 1993

	(multirrespuesta)				
	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	
Desinterés por la política	56	32	29	41	33
Indiferencia(1)	24	21	31	25	25
Sensación de inutilidad (2)	11	9	4	9	8
Desencanto ante el propio partido (3) 23	47	42	36	36	36
Otras razones	9	19	13	13	18
Total	100	100	100	100	100
(N)	(66)	(53)	(45)	(164)	(288)

(1) “Me da igual que gane un partido u otro” y “estas elecciones son poco importantes”

(2) “Se sabía quien iba a ganar”

(3) Y falta de identificación con ningún partido

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.3d. Razones de la abstención. 1986

	(multirrespuesta)				
	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Desinterés por la política	57	43	39	47	35
Indiferencia(1)	38	27	20	29	20
Sensación de inutilidad (2)	3	9	2	5	3
Desencanto ante el propio partido (3)	30	45	41	38	48
Otras razones (4)	18	20	24	20	18
Total	100	100	100	100	100
(N)	(61)	(56)	(41)	(158)	(217)

(1) "Me da igual que gane un partido u otro" y "estas elecciones son poco importantes"

(2) "Se sabía quien iba a ganar"

(3) Y falta de identificación con ningún partido

(4) Incluye "por la corrupción"

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

el desencanto sufrido ante el comportamiento del partido con el que se identificaron antes, así como la falta de identificación con ningún partido en concreto.

En realidad, estas mismas razones son las que sostienen los abstencionistas adultos, de más de 30 años, que se parecen mucho, en este sentido a los abstencionistas de más de 22 años, siendo los más jóvenes los únicos que ofrecen unos rasgos diferenciales.

Las razones de la abstención en 1996

En 1996 se repite muy fielmente la pauta que ofrecían los datos de 1993, mostrando una estrecha relación entre la edad y los argumentos que se exponen para justificar la abstención: cuanto más jóvenes son los entrevistados (especialmente los de 18-21 años, pero también los de 22-25) en mayor medida se escudan en el desinterés por la política y la indiferencia ante los resultados de las urnas (lo que viene a ser lo mismo) para justificar su abstención.

Por el contrario, entre los adultos de más de 30 años y entre los jóvenes de más de 22 se ofrece como argumento más destacado para explicar por qué no han votado el desencanto ante el propio partido o la falta de identificación con ninguna opción política.

Las razones de la abstención en 2000

La encuesta del año 2000 cambia bastante las categorías de respuesta que se venían utilizando en los estudios post-electorales anteriores, lo que dificulta en cierta medida las comparaciones. Las conclusiones que se pueden obtener, no obstante, vienen a situarse en la misma línea de las que se alcanzaban en encuestas previas: los más jóvenes sienten en mayor medida una cierta sensación de inutilidad de su voto, que les invita a no participar; por el contrario, entre los mayores, tanto adultos como jóvenes de 26 a 29 años, lo que hace que se abstengan es una sensación de desconfianza y descontento ante la actuación de los partidos políticos (cuadro 2.3.e).

Al analizar la evolución, a lo largo de las sucesivas elecciones, de los argumentos que utilizan los abstencionistas para justificar su comportamiento, parecen apreciarse algunos cambios que tiene interés resaltar, siquiera como hipótesis de trabajo para verificar en sucesivas investigaciones.

Por lo que se refiere a las razones que aducen los adultos a la hora de justificar su abstencionismo, se aprecia un cierto cambio a lo largo del tiempo, de manera que tiende a reducirse

Cuadro 2.3e. Razones de la abstención. 2000

	(multirrespuesta)				
	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
No hay ninguna alternativa que me satisfaga		24	30	28	27 25
Harto de política y elecciones	8	17	11	12	13
Sensación de inutilidad (1)	21	15	9	17	14
Desorientación	7	8	7	8	5
Desconfianza y descontento	32	35	48	37	48
Otras razones	14	15	17	15	19
Total	100	100	100	100	100
(N)	(96)	(84)	(54)	(230)	(326)

(1) "Da lo mismo votar que no"

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

la importancia atribuida a argumentos como el desinterés hacia la política y la indiferencia ante los resultados electorales, para adquirir cada vez más relevancia como argumento justificativo de la abstención el desencanto y el rechazo a la actuación de los partidos políticos o la falta de opción política alguna con la que identificarse. Se podría decir, pues, que se pasa de justificaciones muy vagas y etéreas de la abstención a otras mucho más concretas y precisas.

Sin embargo, entre los más jóvenes se sigue señalando, y cada vez en mayor medida, el desinterés como causa de la no participación en las elecciones. Pero también hay que resaltar que parecen aumentar las diferencias en las actitudes de los más jóvenes y de los “casi adultos”, es decir entre el grupo de edad de 18 a 21 años y el de los que tienen entre 26 y 29, cuyas actitudes y comportamientos prácticamente no difieren de los de más de 30 años.

A modo de conclusiones

Por lo que se refiere a las pautas de comportamiento que se registran entre los jóvenes españoles en cuanto a su participación electoral, cabría establecerse una serie de conclusiones, con un cierto margen de provisionalidad, a la espera de su confirmación en sucesivas convocatorias electorales.

La evolución de la participación de los españoles en elecciones generales se ve afectada por un cierto comportamiento cíclico, que parece estar en función del carácter decisivo o no atribuido a las elecciones y de la incertidumbre o la previsibilidad del resultado.

Dentro de esta pauta general, los jóvenes se caracterizan por una participación electoral significativamente más baja que la población de más edad, que se hace mínima, además, en aquellas elecciones en las que el nivel de movilización electoral general es más bajo.

La abstención es particularmente elevada entre los más jóvenes que tienen de 18 a 21 años de edad y acceden por primera vez al derecho a votar.

Los abstencionistas pertenecientes al colectivo de los más jóvenes entre los jóvenes se caracterizan especialmente por mostrar una actitud de desinterés hacia la política, en el que se justifica su negativa a participar en las elecciones; los jóvenes de más edad tienen actitudes más próximas a las de los adultos y se escudan más bien en el desencanto y la desconfianza hacia la política.

Cuadro 2.4a. La decisión de voto en 1986

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Tenía decidido votar por un partido	69	72	77	72	80
Tenía decidido no votar	12	14	11	13	7
Dudó	17	13	11	14	11
NS/NC	2	1	1	1	2
Total	100	100	100	100	100
(N)	(834)	(764)	(610)	(2208)	(6055)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

2.2. El proceso de toma de decisión del voto

El proceso de la toma de la decisión de votar y, una vez adoptada ésta, la de inclinarse por uno u otro partido, registra algunas diferencias de interés entre los jóvenes y los adultos. Antes de entrar en el análisis detallado de los datos correspondientes a cada una de las elecciones que van de 1986 a 2000 (de 1982 no disponemos de los datos adecuados) se puede adelantar que, ante la perspectiva de unas elecciones, los adultos de más de 30 años tienen más decidido su comportamiento que los jóvenes, mientras que éstos dudan en mayor medida y tardan más en decidir finalmente el sentido de su voto.

Además, a la hora de resolver las dudas que se les plantean a los jóvenes ante unas elecciones, tiene más importancia recurrir a la opinión del grupo primario de iguales, los amigos y compañeros, que a la información a la que se accede a través de los canales formales de los medios de comunicación. Los datos obtenidos en las encuestas realizadas en las elecciones sucesivas vienen a confirmar esta hipótesis.

La decisión del voto en las elecciones de 1986

Con ocasión de las elecciones generales de 1986, el 80% de los adultos de más de 30 años tenía decidido votar por un partido, frente a un reducido 7% que tenía clara la decisión de abstenerse

Cuadro 2.4b. Las opciones entre las que se duda. 1986

	18-29 años	30 y más	Total
PSOE-IU	18	8	12
PSOE-CDS	25	29	28
PSOE-CP	8	13	12
CP-CDS	6	12	10
Otros	38	23	26
NS/NC	5	15	12
Total	100	100	100
(N)	(310)	(648)	(958)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.4c. La resolución de las dudas. 1986

	¿Qué le ayudó a tomar la decisión final? (Multirrespuesta)				
	Los argumentos de los políticos	Lo que leyó y oyó en los medios de comunicación	Conversaciones con compañeros	Charlas con amigos	Conversaciones con familiares
Total	36	34	22	36	43
Adultos (30 y +)	38	33	18	29	44
Jóvenes (18-29)	34	36	28	50	41
Edad					
18-21	34	39	35	59	46
22-25	32	34	25	50	42
26-29	36	33	19	33	27
Género					
Varones	34	32	25	49	30
Mujeres	32	41	31	52	51
Nivel educativo					
Primarios	40	43	23	37	38
Secundarios	34	37	34	57	46
Universitarios	23	24	17	48	27
Situación					
Estudiante	30	31	28	56	47
Ocupado	37	38	35	50	34

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

y un 11% que dudó acerca de la decisión a adoptar. Entre los jóvenes, en cambio, cuanto menor es la edad, especialmente en el grupo de 18 a 21 años, también es menor la proporción de quienes tenían decidido previamente el sentido de su voto (sólo el 69%) y mayor la de los que dudaron (el 17%; cuadro 2.4.a).

A medida que esta edad aumenta, pasando del grupo de 18 a 21 años al de 26 a 29, las actitudes de los jóvenes se aproximan extraordinariamente a las de los adultos, de modo que las diferencias quedan reducidas especialmente a ese grupo de edad más joven, coincidente con los que no habían votado con anterioridad, y en menor medida al grupo de 22 a 25 años, mientras que los jóvenes de 26 a 29 años apenas se distinguen de los adultos de más de 30.

Por lo que se refiere a la forma que adquiere esta indecisión, hay que destacar que entre los jóvenes las dudas se plantean en mayor medida entre las dos opciones de izquierda que concurrían a aquellas elecciones (el PSOE e IU) o entre las opciones que incluyen la abstención o el voto en blanco, mientras que entre los adultos predominaban las dudas entre las fuerzas políticas mayoritarias (PSOE y CP) o entre las que compiten en el espacio político de la derecha (CP y CDS).

Como ya se ha señalado, también hay diferencias al establecer los mecanismos que influyen en la forma en que se resuelven las dudas planteadas ante la decisión del voto. Los datos del cuadro 2.4.c muestran, por ejemplo, la enorme diferencia que existe en la importancia que otorgan los jóvenes y los adultos al grupo de iguales en la resolución de estas dudas: el 50% de los

Cuadro 2.4d. **El momento de la decisión del voto. 1986**

	18-29 años	30 y más	Total
Antes de la campaña	61	69	67
Al principio de la campaña	13	9	10
Al final de la campaña	10	6	7
El día de la votación	3	2	2
NC	13	14	14
Total	100	100	100
(N)	(1604)	(4873)	(6477)

jóvenes señala que le influyeron las charlas con amigos, frente a un 29% de los adultos que señala también esta influencia.

Esta ayuda del grupo de amigos es especialmente apreciable entre los más jóvenes (18 a 21 años) y también se da en mayor medida entre quienes tienen un nivel de educación secundaria y entre los estudiantes. Las conversaciones con los compañeros son más relevantes entre los más jóvenes y los que trabajan, mientras que las mujeres son ligeramente sensibles a las conversaciones que mantienen con los miembros de su familia.

Frente a esta influencia del grupo primario de pertenencia, los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación, sean los propios de los medios o los argumentos de los políticos que se transmiten a través de ellos, muestran una influencia que se relaciona inversamente con el nivel educativo de los jóvenes: a mayor nivel de instrucción, menor importancia se atribuye a los mensajes de los medios en la toma de la decisión de voto.

Por lo que se refiere al momento en el que se adopta finalmente la decisión de votar por una u otra fuerza política, los votantes mayores de 30 años lo deciden con mayor antelación que los jóvenes, hasta el punto de que son siete de cada diez (el 69%) los adultos que tienen decidido su voto antes incluso del inicio de la campaña electoral, mientras que entre los jóvenes este porcentaje asciende sólo al 61%.

Analizando los perfiles de los votantes (cuadro 2.4.e) se observa que quienes en mayor medida deciden su voto una vez que se ha iniciado la campaña electoral son los más jóvenes (el grupo de 18 a 21 años) y los que tienen como ocupación principal los estudios. En ambos colectivos, el porcentaje de quienes los deciden durante la campaña electoral o el mismo día de las elecciones, se sitúa en torno al 30% o lo supera.

En el extremo contrario se sitúan los jóvenes con un nivel educativo más bajo (estudios primarios), que son quienes tienen su voto decidido con mayor antelación: dos tercios de ellos (el 67%) desde antes del inicio de la campaña electoral.

La toma de la decisión en las elecciones de 1989

Igual que ocurría en las elecciones generales de 1986, en las de 1989 también se observa una apreciable diferencia entre las actitudes de los jóvenes y las de los adultos en cuanto al proceso de toma de decisión de voto; las personas de más de 30 años tenían decidido votar por un partido en mucha mayor medida que los jóvenes (el 80%, frente al 66%), que dudaban más o estaban más decididos a abstenerse (cuadro 2.5.a).

Dentro de los propios jóvenes también se aprecian discrepancias entre el grupo de 18 a 21 años que, seguramente a causa de su inexperiencia en el proceso de votación o como consecuencia de un menor interés por la cosa pública, que se va adquiriendo con posterioridad, tiene actitudes bastante diferentes de los jóvenes de 22 a 29 años, cuyas opiniones se parecen mucho más a las de la población adulta.

Cuadro 2.4e. El momento de la decisión del voto, según características sociodemográficas. 1986

	Antes de la capmaña	Primeros días de la campaña	Últimos días de la campaña	Día de las elecciones	NC	Total	(N)
Total	61	13	10	3	13	100	(1604)
Edad							
18-21	56	17	11	3	13	100	(590)
22-25	62	11	11	3	13	100	(548)
26-29	66	11	7	3	13	100	(466)
Género							
Varones	62	12	11	2	13	100	(817)
Mujeres	61	14	8	3	13	100	(787)
Nivel educativo							
Primarios	67	12	7	2	12	100	(544)
Secundarios	58	13	12	3	14	100	(791)
Universitarios	60	15	11	3	12	100	(791)
Situación							
Estudiante	53	18	13	2	14	100	(373)
Ocupado	64	11	9	3	13	100	(654)
Parado	64	12	8	3	12	100	(546)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Además de ser mayor el porcentaje de jóvenes que de adultos entre los que tenían decidido abstenerse en las elecciones de 1989, entre quienes dudan también hay diferencias que apuntan a que los jóvenes son quienes en mayor medida se plantean la abstención o el voto en blanco como alternativas al voto por un partido concreto.

A grandes rasgos, los datos obtenidos en 1989 vienen a confirmar las tendencias que se advertían en la encuesta de 1986 acerca de los factores que influyen finalmente en la toma de decisión de los votantes que dudan. De nuevo se pone de manifiesto que los jóvenes reconocen

Cuadro 2.5a. La decisión de voto en 1989

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Tenía decidido votar por un partido	58	70	68	66	80
Tenía decidido no votar	20	15	16	17	9
Dudó	20	15	15	17	9
NS/NC	2	-	1	-	2
Total	100	100	100	100	100
(N)	(258)	(309)	(238)	(805)	(2263)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.5b. La resolución de las dudas. 1989

¿Qué le ayudó a tomar la decisión final? (Multirrespuesta)						
	Los argumentos de los políticos	La publicidad de cada partido	Lo que leyó y oyó en los medios de comunicación	Conversaciones con compañeros	Charlas con amigos	Conversaciones con familiares
Total	45	13	42	28	39	46
Adultos (30 y +)	46	13	40	21	32	45
Jóvenes (18-29)	43	13	45	38	48	46
Edad						
18-21	51	13	53	36	56	45
22-25	37	6	39	30	39	36
26-29	37	23	43	51	51	59
Género						
Varones	56	14	57	46	56	41
Mujeres	31	12	34	31	42	51
Nivel educativo						
Primarios	37	10	44	40	44	49
Secundarios	52	15	52	35	52	40
Universitarios	38	18	31	47	56	50
Situación						
Estudiante	57	17	60	28	49	32
Ocupado	43	12	45	49	52	50
Parado	25	11	29	29	43	54

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.5c. El momento de la decisión del voto. 1989

	18-29 años	30 y más	Total
Hace tiempo	72	80	78
Dos o tres semanas antes de las elecciones	13	8	9
Unos días antes de las elecciones	11	6	7
El día de la votación	4	2	2
NC	-	4	4
Total	100	100	100
(N)	(553)	(1725)	(2278)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.5d. El momento de la decisión del voto, según características sociodemográficas. 1989

	Antes de la capaña	Primeros días de la campaña	Últimos días de la campaña	Día de las elecciones	NC	Total	(N)
Total	72	13	11	4	-	100	(553)
Edad							
18-21	63	16	15	6	-	100	(169)
22-25	73	12	12	2	1	100	(217)
26-29	80	11	5	3	1	100	(164)
Género							
Varones	72	13	10	4	1	100	(274)
Mujeres	71	13	11	3	2	100	(278)
Nivel educativo							
Primarios	71	12	11	4	2	100	(240)
Secundarios	70	13	12	4	1	100	(227)
Universitarios	79	13	7	-	1	100	(82)
Situación							
Estudiante	75	12	16	7	-	100	(129)
Ocupado	74	13	9	3	1	100	(278)
Parado	74	12	8	2	4	100	(145)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

en mayor medida la influencia del grupo primario de iguales, los amigos y compañeros, en la adopción de una u otra decisión.

Aunque no siempre resulte fácil distinguir entre la consideración de amigos y la de compañeros, los datos apuntan a que los más jóvenes entre los jóvenes (los de 18 a 21 años) reconocen una mayor influencia de las “charlas con amigos”, mientras que los que son un poco mayores, que coinciden con los ocupados y los que tienen estudios universitarios, reconocen más el peso de las “conversaciones con compañeros”.

También se confirma la diferencia por género que ya se apreciaba en 1986: las mujeres jóvenes se muestran más susceptibles a la influencia del entorno familiar que los varones de sus mismas edades, mientras que estos reconocen verse más influidos por el grupo primario de iguales y también por los mecanismos más formales de comunicación, tales como los mensajes de los políticos y la información recibida a través de los medios.

En 1989, como ocurría en 1986, los votantes adultos tenían decidido su voto con mayor antelación que los jóvenes. De hecho, sólo el 16% de los adultos decidió finalmente su voto durante la campaña electoral –sea al principio o al final– o en la jornada de la votación, mientras que entre los votantes menores de 30 años este porcentaje asciende al 28% (cuadro 2.5.c).

De nuevo se aprecian diferencias muy notables dentro del grupo de los jóvenes, que apuntan siempre en la misma dirección: a medida que aumenta la edad parece que las actitudes se van definiendo mejor y se van haciendo más sólidas, lo que repercute en el proceso de la toma de decisión, mientras que los jóvenes que acceden por primera vez al derecho al voto se caracterizan por su tendencia a las dudas y a la indecisión.

Así, poco más de la mitad (el 56%) de los jóvenes que votan por primera vez (los que tienen entre 18 y 21 años de edad) tenían decidido su voto antes de iniciarse la campaña electoral de las

Cuadro 2.6a. **La decisión de voto en 1993**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Tenía decidido votar por un partido	70	75	72	72	82
Tenía decidido no votar	14	12	12	13	8
Dudó	14	11	14	13	9
NS/NC	2	2	2	2	1
Total	100	100	100	100	100
(N)	(465)	(456)	(385)	(1306)	(3641)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

elecciones de 1989; este porcentaje se eleva hasta el 62% entre los de 22 a 25 años y al 66% entre los que tienen 26 a 29 años. En relación con el resto de las variables analizadas no aparecen asociaciones significativas y si existen se les puede achacar un carácter espurio, como el que se insinúa con la situación laboral, que hace que los estudiantes –más jóvenes- tarden más en decidir su voto que los ocupados o los parados.

La toma de decisión en las elecciones de 1993

Los datos de la encuesta postelectoral de 1993 vienen a corroborar todo lo que se apuntaba en las anteriores convocatorias electorales en cuanto a las diferencias que se observan entre jóvenes y mayores en el proceso de la toma de decisión de voto. El cuadro 2.6.a muestra como los jóvenes de 18 a 29 años dudan más antes de decidir su voto y también se muestran más decididos a abstenerse, en comparación con las actitudes de los mayores de 30 años, que tienen mucho más clara su decisión de votar.

También coinciden a grandes rasgos las opciones entre las que se dudaba en otras elecciones, de modo que los jóvenes en 1993 se planteaban más la abstención como alternativa al voto o las dudas entre las opciones de izquierda (PSOE e IU), mientras que, por el contrario, los adultos dudaban más entre los partidos mayoritarios, PSOE y PP.

En las elecciones de 1993 aparece especialmente elevada la proporción de jóvenes que decidió el sentido de su voto en el último momento de la campaña o en el mismo día de la votación:

Cuadro 2.6b. **Las opciones entre las que se duda. 1993**

	18-29 años	30 y más	Total
PSOE-IU	29	20	24
PSOE-CDS	1	1	1
PSOE-CP	22	36	31
CP-CDS	4	5	5
Otros	38	26	29
NC	6	12	10
Total	100	100	100
(N)	(164)	(307)	(471)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.6c. **El momento de la decisión del voto. 1993**

	18-29 años	30 y más	Total
Antes de la campaña	70	81	78
Primera semana de campaña	9	7	7
Última semana de campaña	15	7	9
El día de la votación	4	4	4
NC	2	1	2
Total	100	100	100
(N)	(1042)	(3160)	(4202)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

casi uno de cada cinco entrevistados (el 19%) se encuentra en esta circunstancia, frente a una proporción mucho más reducida entre los adultos de más de 30 años: sólo uno de cada 10 (el 11%) decidió a ultima hora el sentido de su voto.

La toma de decisión en las elecciones de 1996

Las elecciones de 1996 tienen unos rasgos que les diferencian de todas las anteriores por cuanto supusieron las elecciones del cambio político, en las que el Partido Popular desplazó del Gobierno al PSOE, que venía ejerciendo el poder de manera ininterrumpida desde 1982. A pesar de este hecho y de la consiguiente importancia que se atribuyó a estas elecciones, los rasgos diferenciales del comportamiento de los jóvenes en cuanto a la toma de decisión del voto, se mantienen exactamente igual que lo venían haciendo en las convocatorias electorales anteriores, de modo que los jóvenes de menos de treinta años se muestran más dubitativos respecto a la decisión a tomar y sólo se muestran más decididos en el caso de los que piensan abstenerse.

Centrando el análisis en los entrevistados que finalmente votaron en 1996, también se constata que los jóvenes decidieron su voto en mayor medida en el último momento (cuadro 2.7.b): hasta un 15% de los votantes menores de 30 años escogieron el partido en los últimos días de la campaña o en el mismo día de la votación; por el contrario, entre los adultos este porcentaje se reduce a menos de la mitad: el 7%, mientras que casi nueve de cada diez (el 89%) tenían decidido su voto ya desde antes del inicio de la campaña.

Cuadro 2.7a. **La decisión de voto en 1996**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Tenía decidido votar por un partido	70	77	77	76	86
Tenía decidido no votar	14	13	11	12	6
Dudó	15	9	12	12	7
NS/NC	1	1	-	-	1
Total	100	100	100	100	100
(N)	(444)	(445)	(381)	(1271)	(3690)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.7b. **El momento de la decisión del voto. 1996**

	18-29 años	30 y más	Total
Antes de la campaña	80	89	87
En los primeros días de campaña	5	3	3
En los últimos días de campaña	11	5	6
El día de la votación	4	2	3
NC	-	1	1
Total	100	100	100
(N)	(1017)	(3319)	(4336)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

La toma de decisión en las elecciones de 2000

Las mismas pautas que se venían registrando con anterioridad se repiten en las elecciones del año 2000, con unos jóvenes electores que se muestran más remisos a la hora de decidir su voto. La mayor abstención general en estas elecciones queda reflejada en el elevado porcentaje de jóvenes que declaran con posterioridad a la fecha electoral que tenían decidido no votar (el 17%, frente a menos de la mitad, el 8%, entre los adultos mayores de 30 años). También se muestran más dubitativos los jóvenes al optar por uno u otro partido.

Estas características, que son generales entre los entrevistados de menos de 30 años, se agudizan especialmente entre los más jóvenes, los de 18 a 25 años, mientras que las actitudes de los de más de 26 años van asemejándose a las de los adultos, pero todavía se distinguen de ellas.

Entrando en el análisis del momento en que decidieron su opción política los entrevistados que finalmente acudieron a las urnas, se constata una vez más que los jóvenes fueron los últimos en decidirse, hasta el punto de que uno de cada cinco (el 20%) lo hizo en los últimos días de la campaña o el mismo día de la votación, porcentaje que es exactamente el doble que entre los adultos que votaron (el 10% de los cuales se decidieron en el último momento).

Conclusiones provisionales

En cuanto al proceso de la toma de decisión, primero acerca de votar o de no hacerlo y después, de votar por una u otra opción política, se pueden alcanzar algunas conclusiones sobre las dife-

Cuadro 2.8a. **La decisión de voto en 2000**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 y +)
Tenía decidido votar por un partido	62	63	71	66	80
Tenía decidido no votar	20	18	14	17	8
Dudó	15	16	13	15	9
NS/NC	3	3	2	2	3
Total	100	100	100	100	100
(N)	(400)	(443)	(417)	(1260)	(4023)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.8b. El momento de la decisión del voto. 2000

	18-29 años	30 y más	Total
Antes de la campaña	74	83	81
En los primeros días de campaña	6	5	5
En los últimos días de campaña	13	6	8
El día de la votación	7	4	5
NC	-	2	1
Total	100	100	100
(N)	(905)	(3484)	(4389)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

rencias en el comportamiento electoral de jóvenes y adultos. En todas las elecciones que se analizaban, los electores más jóvenes, y de manera especial aquellos que ejercen por primera vez su derecho al voto, se caracterizan por mantener más dudas acerca de su comportamiento, mientras que los mayores tienen tomada a priori la decisión de votar en mayor proporción.

En la toma de la decisión acerca del comportamiento a seguir –votar o no votar, hacerlo por una fuerza política o por otra— en el caso de los jóvenes se observa una influencia mucho más acusada del grupo de iguales –amigos, compañeros— que en el caso de los mayores; en estos últimos es mayor la importancia que se concede a la influencia de los canales formales de comunicación.

En el caso concreto de las mujeres jóvenes se aprecia una peculiaridad que no se da entre los varones: la influencia atribuida al entorno familiar, en forma de conversaciones y charlas con miembros de la unidad familiar.

También resulta más tardía entre los jóvenes la toma de decisión de votar por el partido por el que finalmente votan, hasta el punto de que una parte importante de ellos adopta esta decisión cuando ya está avanzada la campaña electoral o incluso el mismo día en que se celebran las elecciones.

Cabría concluir, por último, que en el grupo de edad de 18 a 21 años se caracterizan por una evidente tendencia a las dudas y las indecisiones, que parecen ir superando paulatinamente, a medida que aumenta su edad y con ella su experiencia electoral, lo que contribuye a una mayor definición de las actitudes y de la toma de decisiones.

2.3. El voto de los jóvenes

Las elecciones de 1982

Igual que ocurría al realizar el análisis de la abstención, al pretender estudiar los resultados de las elecciones por medio de la técnica de encuesta, hay que afrontar el problema de la memoria selectiva de los entrevistados o, dicho de otra manera, de la ocultación del voto hacia determinadas opciones políticas, que queda reflejada en las discrepancias que se producen entre los resultados reales que ofrecen las urnas y el recuerdo del voto emitido que se deduce de las respuestas que dan los ciudadanos entrevistados en las encuestas.

En el caso de las elecciones de 1982 estas discrepancias son ciertamente evidentes y afectan muy especialmente a la coalición AP-PDP, la segunda fuerza política en las urnas, con el 26,5% de los votos emitidos, que representan el 21,1% sobre el censo, a la que, sin embargo, sólo reconoce haber votado el 14% de los entrevistados (cuadro 2.9).

Cuadro 2.9. Resultados reales y de encuesta en 1982

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PSOE	38,6	48,4	45
AP-PDP	21,1	26,5	14
UCD	5,1	6,5	5
PCE	3,2	4,0	3
CDS	2,3	2,9	2
CIU	3,0	3,7	2
PNV	1,5	1,9	2
Otros	5,0	6,1	4
Abstención	20,2	-	-
NS/NC	-	-	23
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

En el caso de las demás fuerzas políticas el recuerdo de voto que reflejan las encuestas queda mucho más ajustado a los resultados electorales realmente obtenidos, siendo este ajuste especialmente notable en el caso del PSOE: si bien el recuerdo de voto está algo por debajo del voto real obtenido sobre voto válido, al recalcular el recuerdo sobre el conjunto de la muestra (en vez de sobre los que habían ido a votar, que era a quien se les hacía la pregunta), se obtenía que el 39% de los encuestados reconocía haber votado al PSOE, porcentaje exacto al obtenido por este partido sobre el censo electoral.

Puede afirmarse, por tanto, que las encuestas ofrecían un resultado muy aceptable sobre el comportamiento de los distintos electorados, con la salvedad de la coalición AP-PDP, cuyo voto se ocultaba en buena proporción, como ocurría también en las encuestas realizadas antes de las elecciones.

El voto diferenciado de los jóvenes en 1982

Los resultados obtenidos en la encuesta postelectoral realizada con motivo de las elecciones de 1982 muestran la extraordinaria concentración del voto de los jóvenes en el PSOE, partido que resultó ganador por una abrumadora mayoría gracias, en buena parte, a este voto de los jóvenes. Según la encuesta, prácticamente seis de cada diez electores menores de 30 años que votaron en 1982 lo hicieron por el PSOE, mientras que entre la población de más de 30 años este porcentaje era casi veinte puntos inferior: el 40%. Dado que el recuerdo confesado hacia el PSOE se ajustaba bastante bien al voto realmente obtenido por este partido, parece que estos datos son altamente fiables.

No ocurre lo mismo con ese 10% de jóvenes que recuerdan haber votado a la coalición AP-PDP, que son, sin duda, sólo una parte de los que lo hicieron, dado que presumiblemente se reproduce entre los jóvenes, igual que entre los adultos, el fenómeno de la ocultación del voto hacia esta opción política por parte de entrevistados que se refugian, sin duda, en el no sabe y no contesta.

Cuadro 2.10. El voto en 1982, según la edad

	18-29	30 y más	Total
AP-PDP	10	15	14
UCD	3	6	5
CDS	1	2	2
PSOE	59	40	45
PCE	4	2	3
CiU	1	3	2
PNV	2	2	2
HB	2	-	1
Otros	5	3	3
NC	13	27	23
Total	100	100	100
(N)	(486)	(1588)	(2074)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

La conclusión que sí se puede alcanzar, sin embargo, más allá de si el voto de los jóvenes a AP-PDP fue del 10% o ascendió hasta el doble, es que el voto a este partido, igual que ocurre con el voto a UCD, fue significativamente menor entre los jóvenes que entre los adultos, a diferencia de lo que sucedía en el caso del PSOE y también en el del PCE. Cabe concluir que en 1982 la división entre jóvenes y adultos tiene un claro reflejo en el comportamiento electoral, que ofrece diferencias apreciables entre ambos grupos.

Dentro del propio colectivo de los jóvenes cabe apreciar diferencias en el comportamiento seguido ante las elecciones de 1982 según distintas variables sociodemográficas (cuadro 2.11). De este modo, los más jóvenes, los varones y quienes tienen estudios medios o bajos, son los colectivos sobre los que el PSOE ejerce de una manera más rotunda su hegemonía electoral; por el contrario, entre los entrevistados de más de 25 años, entre las mujeres y entre quienes tienen estudios universitarios, el PSOE sigue siendo claramente el primer partido, pero la distancia con relación a AP-PDP es más reducida.

Mención aparte merece el análisis de la relación entre el voto de los jóvenes en 1982 y la ideología que éstos manifiestan. Los datos del cuadro 2.11 ponen de relieve que el PSOE monopoliza de manera casi absoluta el voto de los jóvenes que se colocan en la izquierda moderada (acapara nada menos que el 84% de los votos de quienes se ubican en las posiciones 3 y 4 de la escala), precisamente, la posición del espectro ideológico donde se colocan la mayoría de ellos; por si esto fuera poco, también es ampliamente mayoritario entre quienes se sienten de extrema izquierda y entre los que se ubican en el centro de la escala de ideología. Por el contrario, la coalición AP-PDP es la opción elegida por la mayoría de los jóvenes que se ubican en las posiciones de la derecha de la escala (sea moderada -7 y 8— o extrema -9 y 10—), pero estos son muy escasos.

Las elecciones de 1986: la persistencia en la ocultación del voto hacia AP

Las encuestas realizadas con motivo de las elecciones generales de 1986 constatan la existencia de un fenómeno de ocultamiento del voto hacia la segunda fuerza política según sus resultados en las urnas, que en esa ocasión se presentaba bajo la denominación de Coalición Popular (CP).

Cuadro 2.11. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1982

	AP-PDP	UCD	PSOE	PCE	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total jóvenes	10	3	59	4	1	2	8	13	100	(486)
Edad										
18-21	12	2	66	3	-	2	7	8	100	(165)
22-25	8	3	58	3	2	2	11	13	100	(175)
26-29	10	3	53	5	2	1	7	19	100	(146)
Género										
Varones	7	3	63	4	1	1	9	12	100	(242)
Mujeres	13	3	55	2	2	2	8	15	100	(244)
Nivel educativo										
Primarios	7	4	62	5	-	1	7	14	100	(230)
Secundarios	12	2	62	1	2	2	9	10	100	(158)
Universitarios	15	2	46	4	3	1	13	16	100	(91)
Situación										
Estudiante	16	2	54	1	1	2	5	19	100	(82)
Ocupado	9	4	61	5	2	2	6	11	100	(227)
Parado	9	2	60	3	1	1	7	17	100	(176)
Ideología										
Izda (1-2)	-	-	53	15	-	1	23	8	100	(91)
(3-4)	-	-	84	2	1	1	5	7	100	(206)
(5-6)	10	15	52	-	6	3	6	8	100	(67)
(7-8)	64	-	14	-	2	5	5	10	100	(42)
Dcha (9-10)	80	-	7	-	7	-	-	6	100	(15)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Los datos del cuadro 2.12 son reveladores de este hecho, hasta extremos realmente sorprendentes. La encuesta postelectoral recoge con gran fidelidad el voto emitido hacia todas las fuerzas políticas, sean mayoritarias o minoritarias, con la mencionada excepción de CP, a quien sólo recuerda haber elegido el 14% de los entrevistados que habían votado, cuando el porcentaje de votos realmente obtenido por esta formación ascendía hasta el 26,3%, nada menos que 12 puntos por encima. De estos datos puede deducirse que la gran mayoría de los entrevistados que se niegan a contestar en la encuesta, refugiándose en el no sabe o no contesta (el 16%) son votantes de Coalición Popular que no quieren confesar el sentido de su voto.

La reducción de las diferencias entre jóvenes y mayores

Si en las elecciones de 1982 se había constatado la existencia de comportamientos electorales claramente diferenciados entre los jóvenes de menos de 30 años y los adultos mayores de esa edad, estas discrepancias se atenúan apreciablemente en las elecciones de 1986. Así como la gran victoria electoral del PSOE en 1982 se cimentó, en buena parte, en la hegemonía que consi-

Cuadro 2.12. Resultados reales y de encuesta en 1986

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PSOE	31,3	44,6	44
CP	18,5	26,3	14
IU	3,2	4,5	5
CDS	6,5	9,2	9
CiU	3,6	5,1	4
PNV	1,1	1,6	1
Otros	6,0	8,7	7
Abstención	29,8	-	-
NS/NC	-	-	16
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar.

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

guió este partido entre los votantes más jóvenes, en 1986 se empieza a percibir un cambio, cuya magnitud realmente no se apreciará hasta una década más tarde, en el sentido del voto de los jóvenes, que explicaría el inicio del declive en el voto del PSOE como consecuencia de la pérdida del voto juvenil.

En 1986 los jóvenes todavía votan al PSOE en mayor medida que los mayores, pero las diferencias, que eran de casi veinte puntos cuatro años antes, quedan rebajadas a siete puntos porcentuales. Esta reducción se ha producido como consecuencia de una apreciable disminución en el porcentaje de jóvenes que vota al PSOE (que pasa del 59% al 50%) y también del aumento, aunque menor, del porcentaje de mayores que se inclina por este partido (pasan del 40% al 43%). En resumen, ya en fecha tan temprana como 1986, en las segundas elecciones en la que vence el PSOE, se inicia un proceso de envejecimiento del electorado de este partido que durará hasta las elecciones de 2000. Los datos recogidos en el cuadro 2.13 son muy ilustrativos y lo es aún más su comparación con los del cuadro 2.10.

La mayor diferencia entre el comportamiento electoral de los jóvenes y el de los mayores en las elecciones de 1986 radica en el peso relativamente importante que adquiere en el segmento juvenil del electorado una nueva fuerza política, como IU, que viene a ocupar el sitio del viejo PCE. Ya en 1986 se aprecia cómo esta nueva fuerza empieza a hacer mella en el electorado socialista, arrebatándole sus sectores más juveniles, en lo que sólo es el principio de un proceso que culminará algunos años más tarde.

Por el contrario, el voto a AP (o a CP, en esta ocasión), mantiene invariable, por el momento, su preeminencia entre la población adulta, en proporciones prácticamente iguales a las de 1982. No obstante, como se verá a continuación, un análisis más detallado de la variable edad empieza a insinuar cambios, cuyos resultados también se verán unos años después.

Perfil sociodemográfico del voto de los jóvenes en 1986

Al analizar con mayor detenimiento las características del voto de los jóvenes en 1986, se observa la permanencia de algunos de los rasgos que ya se daban en 1982, pero también algunos cam-

Cuadro 2.13. El voto en 1986, según la edad

	18-29	30 y más	Total
CP	11	15	14
CDS	7	9	9
IU	9	3	5
PSOE	50	43	44
CiU	3	5	4
PNV	1	1	1
Otros	9	5	7
NC	10	19	16
Total	100	100	100
(N)	(1729)	(5252)	(6981)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

bios dignos de tomar en consideración. Por lo que se refiere a la influencia de la variable edad en el voto, se constata el primero y tal vez más importante de estos cambios; si en 1982 los más jóvenes (entre 18 y 21 años) eran el colectivo más proclive a votar al PSOE, en 1986 hay que destacar que los más jóvenes, aquellos que estrenan su capacidad de voto, se inclinan por el PSOE en menor medida que los jóvenes de mayor edad (de más de 22 años). Esta constatación permite pensar en la influencia de un “efecto generación” que se analizará más adelante.

La mayor inclinación entre los jóvenes a votar al PSOE en las elecciones de 1986 también guarda una notable relación con el nivel educativo, de modo que aquellos entre los que éste es más bajo se inclinan en mayor medida por este partido; hasta el doble que quienes tienen estudios universitarios (66% frente a 32%). Igualmente, los jóvenes que trabajaban o estaban parados en 1986 votaban más al PSOE que los estudiantes.

Otro cambio interesante que se produce en relación con los datos de 1982 hace referencia a la influencia del género en el voto hacia el PSOE, ya que si en 1982 el voto juvenil hacia este partido era más bien masculino (se inclinaban por él el 63% de los varones y el 55% de las mujeres), en 1986 ambos sexos le votan en la misma medida (obtiene el 49% entre los varones y el 50% entre las mujeres) y, como se verá más adelante, a partir de 1989, el voto socialista de los jóvenes pasa a ser más femenino que masculino.

El perfil de los votantes de CP, IU y las opciones nacionalistas minoritarias tiende a ser algo distinto al de los votantes socialistas: predominan entre ellos en mayor medida los estudiantes y también quienes tienen estudios más elevados.

Por lo que se refiere a la relación entre el voto y la ubicación ideológica, se advierten algunos cambios en el comportamiento de los jóvenes entre 1982 y 1986. Los jóvenes que se sitúan en la izquierda moderada (posiciones 3 y 4 de la escala) mantienen sus mismas preferencias electorales y siguen inclinándose muy mayoritariamente por el PSOE, muestran que entre los jóvenes que se situaban en la izquierda más radical (en las posiciones 1 y 2 de la escala), el PSOE pierde fuerza a favor de IU, y en el centro (posiciones 5 y 6), anteriormente dominado por el PSOE y que en 1986 se reparte con el CDS y otras fuerzas. En lo que no hay cambios es en la preferencia hacia CP que manifiestan las minorías de jóvenes que se ubican en la derecha, sea ésta moderada o extrema.

Cuadro 2.14. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1986

	CP	CDS	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total Jóvenes	11	7	50	9	3	1	9	10	100	(1729)
Edad										
18-21	13	8	47	9	4	1	10	8	100	(368)
22-25	9	7	50	9	2	1	11	11	100	(589)
26-29	11	4	53	9	2	-	10	11	100	(504)
Género										
Varones	11	6	49	11	2	1	11	9	100	(876)
Mujeres	12	7	50	7	3	1	9	11	100	(854)
Nivel educativo										
Primarios	7	5	66	7	1	-	5	9	100	(594)
Secundarios	12	8	44	10	4	1	10	11	100	(853)
Universitarios	19	6	32	13	4	1	17	8	100	(258)
Situación										
Estudiante	17	8	32	14	5	1	15	8	100	(399)
Ocupado	11	5	54	8	2	-	10	10	100	(708)
Parado	7	8	56	7	1	1	9	11	100	(589)
Ideología										
Izda (1-2)	-	-	40	27	1	-	26	6	100	(261)
(3-4)	-	2	73	9	1	1	8	6	100	(793)
(5-6)	15	26	27	1	8	1	10	12	100	(338)
(7-8)	80	5	7	-	3	1	2	2	100	(108)
Dcha (9-10)	82	2	5	2	5	-	4	-	100	(40)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Las elecciones de 1989: la espiral de silencio del voto al PP

Las elecciones de 1989 fueron las primeras a las que concurrió el PP con su actual denominación, tras haber vivido un proceso de refundación, por el que la antigua Alianza Popular dio paso al Partido Popular. Sin embargo, esta refundación no sirvió en un primer momento, aunque después sí lo lograra, para cambiar la espiral de silencio tejida en tono a la antigua AP, que provocaba en la opinión pública una importante ocultación de la intención de voto y del recuerdo de voto hacia este partido.

Este hecho, reflejado muy claramente en las encuestas realizadas en 1982 y 1986, sigue produciéndose, a pesar del cambio de denominación: mientras que el Partido Popular obtenía el 26% de los votos emitidos, sólo el 15% de los entrevistados que votaron reconocían haberlo hecho por este partido. Hay que señalar que en este caso el PP no es el único partido al que le sucede esta ocultación, ya que la encuesta también ofrece una cierta infrarrepresentación del voto al CDS, mientras que en el caso de los demás partidos refleja con bastante fidelidad sus resultados.

Cuadro 2.15. Resultados reales y de encuesta en 1989

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PSOE	27,8	39,9	38
PP	18,0	25,9	15
IU	6,3	9,1	10
CDS	5,5	7,9	5
CiU	3,6	5,1	4
PNV	0,8	1,2	2
Otros	7,6	10,9	7
Abstención	30,4	-	-
NS/NC	-	-	19
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar.

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

La pérdida de voto juvenil por parte del PSOE

Las elecciones generales de 1989 significan un punto de ruptura con las pautas de comportamiento electoral que se venían registrando con anterioridad: si en 1982 y 1986 el voto de los jóvenes se orientaba hacia el partido mayoritario, el PSOE, en mayor medida que el de los adultos, las elecciones de 1989 son las primeras en las que cambia el sentido de esta diferencia, si bien este hecho no puede resultar sorprendente, dado que es la continuación de la tendencia en 1982 y 1986.

En efecto, en las elecciones de 1989 casi cuatro de cada diez adultos (el 39%) votaron al PSOE, mientras que entre los jóvenes este porcentaje se reducía hasta el 35% (cuadro 2.16), diferencia no muy grande, pero significativa por cuanto cambia el sentido que se venía registrando con anterioridad.

Los jóvenes que ya no votan al PSOE en 1989 se inclinan por IU, que se convierte en la segunda fuerza política en número de votos en este segmento de edad, con el 17%, frente al 14% que obtendría el PP (sin tener en cuenta el fenómeno de la ocultación del voto a este partido que se viene repitiendo), pero también aumenta el porcentaje de los que dicen haber votado al PP o a otros partidos minoritarios.

Por lo que se refiere al voto al PP, hay que destacar que la amplia diferencia entre adultos y jóvenes que se registraba en elecciones anteriores, desaparece casi por completo, obteniendo porcentajes de voto muy parecidos en ambos sectores sociales (14% y 16%); el voto a IU, en cambio, sigue manteniendo, incluso acentuado, ese componente generacional que ya se observaba en 1986, de modo que esta formación obtiene unos resultados mucho mejores entre los jóvenes (17%) que entre los adultos (8%).

El perfil de los jóvenes con mayor tendencia a votar al PSOE en 1989 tendría como rasgos más definitorios el bajo nivel educativo (votan al PSOE el 46% de los jóvenes con estudios primarios y sólo el 14% de los universitarios), la condición económicamente activa (mientras que sólo le votan el 24% de los estudiantes, lo hacen el 41% de los ocupados y el 32% de los parados) y el género femenino (obtiene el 38% entre las mujeres y el 32% entre los varones), lo que representa un cambio radical respecto al perfil típico del joven votante socialista de 1982.

Cuadro 2.16. El voto en 1989, según la edad

	18-29	30 y más	Total
PP	14	16	15
CDS	4	5	5
IU	17	8	10
PSOE	35	39	38
CiU	3	5	4
PNV	1	2	2
HB	1	-	1
EE	1	-	-
Otros	12	5	6
NC	12	20	19
Total	100	100	100
(N)	(594)	(1927)	(2521)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Por el contrario, el voto al PP y a IU es más masculino que femenino, y significativamente más elevado entre los jóvenes con un alto nivel de estudios. Un subgrupo especialmente interesante, por lo que representa de avanzada del proceso de cambio que se advierte, es el de los jóvenes con estudios universitarios. En este colectivo concreto, la fuerza política más votada en 1989 fue IU (con el 27% de los votos) seguida por el PP (17%), quedando relegado el PSOE a la tercera posición, con apenas el 14% de los votos de los jóvenes con este nivel de instrucción. Estos datos contrastan especialmente con los obtenidos apenas siete años antes, cuando con ocasión de las elecciones de 1982, el 46% de los jóvenes universitarios había votado por el PSOE.

El análisis de la relación entre voto e ideología muestra la pérdida de espacio político entre los jóvenes por parte del PSOE: si en 1982 hegemonizaba prácticamente todo el espacio que va desde el centro a la extrema izquierda, en 1989 había perdido casi todo el espacio de la izquierda radical en beneficio de IU; manteniendo un dominio relativo, pero con cierta competencia de IU y muy alejado de la hegemonía de unos años antes, en el espacio de la izquierda moderada y recoge sólo una parte de los votos del centro, en dura competencia con el PP y con otras fuerzas políticas minoritarias.

El Partido Popular, mientras tanto, mantiene intactos sus ámbitos naturales de la derecha, tanto moderada como radical, donde acapara la mayor parte de los votos, y consigue hacerse un importante hueco en el espacio de centro, al mismo tiempo que IU arrebató al PSOE los votos que se sitúan en la extrema izquierda.

Las elecciones de 1993: unas elecciones muy competidas

Después de diez años de claro predominio político del PSOE, las elecciones de 1993 fueron las primeras desde 1979 en las que el resultado se presentaba incierto. El Partido Popular rompía por primera vez su techo electoral y se presentaba como una alternativa con posibilidades reales de acceder al Gobierno. Este hecho quedaba reflejado en las encuestas preelectorales, en las que, sin embargo, seguía produciéndose un cierto efecto de ocultación del voto hacia el PP, si bien en bastante menor medida que en los años anteriores, cuando el PP no era percibido todavía como una alternativa real para desplazar al PSOE del Gobierno.

Cuadro 2.17. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1989

	PP	CDS	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total Jóvenes	14	4	35	17	3	1	14	12	100	(594)
Edad										
18-21	17	4	36	16	3	2	15	7	100	(180)
22-25	13	4	36	15	3	-	14	15	100	(236)
26-29	14	3	33	21	3	2	10	14	100	(182)
Género										
Varones	17	3	32	21	3	1	13	10	100	(301)
Mujeres	12	5	38	13	4	1	13	14	100	(295)
Nivel educativo										
Primarios	10	4	46	14	2	-	10	14	100	(254)
Secundarios	18	3	31	18	4	-	15	11	100	(246)
Universitarios	17	7	14	27	4	4	17	10	100	(90)
Situación										
Estudiante	15	4	24	20	6	2	19	10	100	(139)
Ocupado	13	3	41	17	3	1	11	11	100	(305)
Parado	16	5	32	16	1	1	12	17	100	(155)
Ideología										
Izda (1-2)	-	1	18	54	-	-	26	1	100	(81)
(3-4)	-	1	53	23	-	-	13	10	100	(237)
(5-6)	25	11	27	2	11	2	11	11	100	(121)
(7-8)	64	7	8	-	5	2	2	12	100	(59)
Dcha (9-10)	69	-	25	-	-	-	7	-	100	(16)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Los datos del cuadro 2.18 ponen de nuevo de manifiesto esta incongruencia en el recuerdo del voto hacia el Partido Popular: sólo el 26% de los entrevistados que votaron dice haberlo hecho por este partido, cuando en realidad lo hizo casi el 35% de los votantes. Esta diferencia sigue siendo importante, pero es menor que la que se registraba en las elecciones anteriores. Lo que ocurre es que si en años anteriores la espiral de silencio hacia el PP podía explicarse como consecuencia de la percepción de sus dificultades para acceder al poder, esta explicación deja de tener validez cuando se percibe a este partido como una alternativa real que, de hecho, estuvo a punto de vencer en las elecciones de 1993.

Otro cambio importante que tiene lugar en las elecciones de 1993 es que, por primera vez, el PP pasa a dominar claramente el espacio ideológico del centro, de manera que los jóvenes que se autoubican en estas posiciones (números 5 y 6 de la escala) votan mayoritariamente por él, a diferencia de lo que ocurría en ocasiones anteriores, cuando este espacio se encontraba bastante más disputado y el PSOE tenía una importante participación en los votos de los jóvenes de centro.

Cuadro 2.18. Resultados reales y de encuesta en 1993

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PSOE	29,6	38,8	37
PP	26,6	34,8	26
IU	7,3	9,6	9
CiU	3,7	4,9	4
PNV	0,9	1,2	1
Otros	8,2	10,7	7
Abstención	23,7	-	-
NS/NC	-	-	16
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar
Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Las elecciones de 1996: Las elecciones de la victoria del PP

En las elecciones de marzo de 1996, tras casi catorce años consecutivos de gobiernos del PSOE, el PP resultó el partido vencedor, si bien con bastante menos ventaja de la que le otorgaban las encuestas realizadas en las fechas preelectorales. Sin embargo, en el sondeo realizado con posterioridad a estas elecciones, el 32% de los entrevistados que habían votado recordaba haberlo hecho por el PSOE y sólo el 30% había emitido su voto a favor del PP. Estos datos muestran una infraestimación u ocultación del voto a los dos principales partidos, pero que afecta en mayor medida al PP (que obtuvo el 39% de los votos, por lo que hay una ocultación de nueve puntos) que al PSOE (en cuyo caso la diferencia entre resultado y recuerdo es de menos de seis puntos).

Cuadro 2.19. El voto en 1993, según la edad

	18-29 años	30 y más	Total
	18-29	30 y más	Total
PP	27	25	26
IU	13	8	9
PSOE	34	38	37
CiU	3	4	4
PNV	1	1	1
Otros	14	6	7
NC	8	18	16
Total	100	100	100
(N)	(1046)	(3180)	(4226)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.20. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1993

	AP-PDP	UCD	PSOE	PCE	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total Jóvenes	27	34	13	3	1	14	8	100	(1046)	
Edad										
18-21	31	34	11	3	1	13	7	100	(369)	
22-25	25	32	16	3	1	14	9	100	(364)	
26-29	25	37	11	2	3	13	9	100	(313)	
Género										
Varones	25	32	14	3	2	15	9	100	(528)	
Mujeres	30	37	11	3	1	10	8	100	(516)	
Nivel educativo										
Primarios	21	46	11	3	1	9	9	100	(364)	
Secundarios	30	31	12	3	2	14	8	100	(477)	
Universitarios	32	18	20	2	3	15	10	100	(169)	
Situación										
Estudiante	39	22	16	3	1	13	6	100	(292)	
Ocupado	24	36	12	3	2	13	10	100	(443)	
Parado	20	43	10	2	1	16	8	100	(292)	
Ideología										
Izda (1-2)	1	37	36	1	-	19	6	100	(107)	
(3-4)	2	61	20	2	1	12	2	100	(377)	
(5-6)	42	20	3	5	2	17	11	100	(255)	
(7-8)	84	4	-	4	2	2	4	100	(130)	
Dcha (9-10)	94	-	-	3	-	3	-	100	(34)	

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

El voto juvenil, clave de la victoria del PP

La tendencia que se venía apuntando desde muchas elecciones anteriores hacia un desplazamiento progresivo en las preferencias electorales de los jóvenes, que pasan del PSOE al PP, se ve culminada en las elecciones de 1996; de hecho, la victoria del PP se puede explicar en buena medida como consecuencia del voto de los jóvenes hacia este partido.

Según los resultados de la encuesta postelectoral, que quedan recogidos en el cuadro 2.22, el Partido Popular es el partido ganador entre los menores de 30 años, mientras que entre los adultos de más de esa edad gana el PSOE. Aun cuando haya que considerar estos datos con ciertas precauciones, dada la mayor ocultación del voto hacia el PP que quedaba reflejada en la encuesta, lo indudable es que hay diferencias en el comportamiento electoral de jóvenes y adultos en las elecciones de 1996 y que estas diferencias apuntan claramente a que fueron los votantes jóvenes los que dieron su victoria al PP, mientras que el sorprendentemente buen resultado del PSOE se asentó en la fidelidad del voto socialista entre la población de más edad.

Cuadro 2.21. Resultados reales y de encuesta en 1996

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PP	30,0	38,8	30
PSOE	29,1	37,6	32
IU	8,1	10,5	10
CiU	3,6	4,6	4
PNV	1,0	1,3	1
Otros	5,6	7,2	6
Abstención	22,6	-	-
NS/NC	-	-	17
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Al margen de este resultado, que es, sin duda, lo más importante y destacado de las elecciones, también habría que señalar el componente esencialmente juvenil del voto de la coalición IU (que obtiene porcentajes de voto entre los jóvenes que doblan a los obtenidos entre los mayores) y de otras fuerzas políticas minoritarias, entre las que se encuentran partidos nacionalistas de izquierda como el BNG o ERC. Por el contrario, el voto a las fuerzas nacionalistas más asentadas y conservadoras (CiU y PNV) no muestra, en esta ocasión, ese componente generacional.

Los rasgos que caracterizan a los jóvenes que se inclinan por uno u otro partido ya se habían señalado con anterioridad y permanecen constantes, elección tras elección, con la salvedad del género, a cuya excepcionalidad se hizo referencia antes: en las elecciones de 1996, como en las de 1993 y 1989, y a diferencia de las de 1982, las mujeres votan al PSOE más que los varones; en el caso del voto al PP no hay diferencias por género en esta ocasión y a IU le votan más los varones que las mujeres.

Cuadro 2.22. El voto en 1996, según la edad

	18-29	30 y más	Total
PP	31	29	30
IU	16	8	10
PSOE	28	33	32
CiU	4	4	4
PNV	1	1	1
Otros	10	6	6
NC	10	19	17
Total	100	100	100
(N)	(1017)	(3334)	(4351)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.23. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1982

	PP	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total Jóvenes	31	28	16	4	1	10	10	100	(1017)
Edad									
18-21	30	26	17	4	1	13	9	100	(343)
22-25	33	28	16	4	1	8	10	100	(364)
26-29	30	29	16	3	1	8	13	100	(311)
Género									
Varones	31	26	18	4	1	11	9	100	(509)
Mujeres	31	30	14	4	1	8	12	100	(512)
Nivel educativo									
Primarios	26	39	15	2	1	4	13	100	(344)
Secundarios	30	24	16	5	1	14	10	100	(468)
Universitarios	40	16	19	4	1	12	8	100	(186)
Situación									
Estudiante	36	21	16	4	2	14	7	100	(307)
Ocupado	34	25	15	5	1	8	12	100	(410)
Parado	22	38	17	2	-	8	13	100	(288)
Ideología									
Izda (1-2)	1	28	55	-	2	10	4	100	(112)
(3-4)	4	48	24	2	1	14	7	100	(319)
(5-6)	45	22	5	7	1	10	10	100	(315)
(7-8)	88	2	2	2	-	3	3	100	(124)
Dcha (9-10)	92	-	-	-	-	4	4	100	(26)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Las variables que mayor relación muestran con el voto, dejando al margen, por el momento, la ideología política, son el nivel de instrucción y la situación económica: los jóvenes con mayor nivel educativo, así como los estudiantes y los ocupados, son los que en mayor proporción votan al PP; por el contrario, el PSOE es el partido más votado entre los jóvenes que sólo tienen estudios primarios y entre los parados.

El análisis de la variable ideología muestra la pérdida de espacio político del PSOE entre los jóvenes y, al mismo tiempo, la ampliación del que venía ocupando el PP. Esta última fuerza política no sólo hegemoniza el voto de los jóvenes que se ubican en posiciones de derecha, sino que también pasa a ser claramente mayoritaria entre los jóvenes que se definen como de centro; el PSOE mantiene su preeminencia en las posiciones de la izquierda moderada e IU pasa a dominar muy claramente en el espacio de la izquierda radical, en la que antes el PSOE obtenía buenos resultados.

Comparando los datos del cuadro 2.23 con los del cuadro 2.20, referido al comportamiento electoral de los jóvenes en las elecciones de 1993, se observa como el PSOE pierde entre 1993 y 1996 una buena parte de su presencia, en beneficio del PP y en mayor medida aún de IU, en todos los espacios ideológicos en los que se encontraba.

Cuadro 2.24. Resultados reales y de encuesta en 2000

	Resultado real		Encuesta
	% sobre censo	% sobre voto	Recuerdo de voto*
PP	31,2	44,5	40
PSOE	24,0	34,1	24
IU	3,8	5,5	5
CiU	2,9	4,2	4
PNV	1,0	1,5	1
Otros	7,1	10,2	8
Abstención	30,0	-	-
NC	-	-	18
Total	100,0	100,0	100

(*) De aquellos que declaran haber ido a votar

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Las elecciones de 2000: Las elecciones de la mayoría absoluta del PP

En las elecciones de marzo de 2000 el Partido Popular consiguió la arrolladora victoria que las encuestas le auguraban en 1996 y que no llegó a materializarse en aquella ocasión. Con el 44,5% de los votos emitidos y una holgada mayoría absoluta, superó las expectativas más optimistas de las encuestas previas a las elecciones. Uno de los efectos “colaterales” de esta victoria es que la “espiral de silencio” que venía pesando sobre el voto al PP, desaparece, siendo traspasada hacia el PSOE.

En efecto, los resultados de la encuesta postelectoral realizada en esta ocasión ofrecen una cierta ocultación del voto hacia esta formación, a la que pese a obtener más de un tercio de los votos (el 34%), sólo recuerda haber votado uno de cada cuatro votantes (el 24%). También el

Cuadro 2.25. El voto en 2000, según la edad

	18-29	30 y más	Total
PP	38	41	40
IU	8	4	5
PSOE	24	24	24
CiU	3	4	4
PNV	1	1	1
Otros	13	7	8
NC	13	19	18
Total	100	100	100
(N)	(906)	(3485)	(4391)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.26. Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 2000

	PP	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	NC	Total	(N)
Total Jóvenes	38	24	8	3	1	13	13	100	(906)
Edad									
18-21	37	28	7	3	1	13	11	100	(268)
22-25	38	23	8	2	1	15	13	100	(317)
26-29	40	21	9	3	1	10	16	100	(321)
Género									
Varones	37	21	10	3	1	15	13	100	(451)
Mujeres	40	27	6	3	1	9	14	100	(455)
Nivel educativo									
Primarios	41	27	6	3	-	8	15	100	(202)
Secundarios	36	26	7	3	2	12	14	100	(452)
Universitarios	39	18	12	2	1	17	11	100	(246)
Situación									
Estudiante	34	29	11	2	1	13	10	100	(272)
Ocupado	40	20	8	3	1	14	14	100	(456)
Parado	40	27	5	2	-	11	15	100	(177)
Ideología									
Izda (1-2)	-	45	32	-	1	17	5	100	(75)
(3-4)	5	47	17	4	2	18	7	100	(244)
(5-6)	56	14	1	4	1	9	15	100	(364)
(7-8)	91	-	-	-	-	6	3	100	(90)
Dcha (9-10)	83	-	-	17	-	-	-	100	(12)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

voto al PP aparece ligeramente infrarrepresentado en la encuesta (recuerdan haberle votado el 40% de los entrevistados que votaron, cuando en realidad obtuvo el 44% de los votos; cuadro 2.24), pero las diferencias son bastantes menores que las que se habían registrado anteriormente y, en términos relativos, el recuerdo de voto se aproxima bastante al voto que realmente obtuvo el Partido Popular.

A diferencia de lo que ocurría en 1996, cuando la victoria del PP se debió fundamentalmente al voto de los jóvenes, la del año 2000 se asentó sobre el voto de jóvenes y adultos por igual: los datos del cuadro 2.25 muestran que la ventaja del PP fue levemente mayor, incluso, en el grupo de los adultos de más de 30 años que en el de los jóvenes, pero lo más característico de los datos es que en el año 2000, a diferencia también de lo que ocurrió en 1996, no hay un comportamiento electoral significativamente diferente de los jóvenes y los adultos.

Entrando en más detalle acerca de la composición del voto de los jóvenes, se observan, sin embargo, algunas características que conviene resaltar. La primera y más llamativa es que, por primera vez en su historia electoral, el PP obtiene mejores resultados entre los jóvenes con estu-

Cuadro 2.27. El voto de los jóvenes

	1982	1986	1989	1993	1996	2000
AP-PP	10	11	14	27	31	38
Opciones de centro						
(UCD y CDS)	4	7	4	1	-	-
PSOE	59	50	35	34	28	24
PCE-IU	4	9	17	13	16	8
Nacionalistas de centro						
(CiU, PNV, CC)	3	4	4	5	6	5
Nacionalistas de izquierda						
(ERC, HB, EE, EA, BNG)	2	4	2	3	4	2
Otros	5	5	12	9	5	10
NC	13	10	12	8	10	13
Total	100	100	100	100	100	100
(N)	(486)	(1729)	(594)	(1046)	(1017)	(906)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

dios primarios (con el 41% de los votos) que entre los universitarios (con el 39%); igualmente, obtiene más votos entre los jóvenes ocupados y parados (40%) que entre los estudiantes (34%). Aun cuando las diferencias no sean importantes, sí lo es el hecho de que significan la ruptura de una pauta que venía registrándose desde 1982.

Analizando la composición del voto de los jóvenes hacia el PSOE, también se encuentra en el año 2000 una novedad con relación a los de elecciones anteriores, como es el hecho de que en esta ocasión obtiene mejores resultados entre los más jóvenes (el grupo de 18 a 21 años) que entre los mayores (de 22 a 30 años). De hecho, en el subgrupo de 18 a 21 años, la ventaja del PP es de nueve puntos porcentuales (37% para el PP y 28% para el PSOE), mientras que aumenta hasta los 19 puntos en el grupo de 26 a 29 años (40% para el PP y 21% para el PSOE).

En lo que sí prosiguen las tendencias que se registraban en elecciones anteriores es en la creciente ocupación por el PP del espacio del centro ideológico, hasta el punto de que nada menos que el 56% de los jóvenes que se ubican en este espacio votan por esta formación; el PSOE desaparece prácticamente como opción política para los jóvenes que se identifican como de centro, aunque a cambio, recupera parte del espacio de la izquierda radical, como consecuencia del hundimiento de IU.

Recapitulación: la evolución del voto de los jóvenes entre 1982 y 2000

A modo de recapitulación de las tendencias en el comportamiento electoral de los jóvenes que se han venido analizando hasta aquí, el cuadro 2.27 resume el voto de este colectivo (18 y 29 años en el momento de cada elección) en todas las elecciones celebradas desde 1982 hasta el año 2000.

En su conjunto, cabría distinguir en este periodo dos etapas claramente diferenciadas: la primera iría desde 1982 a 1989 y se caracterizaría por la hegemonía del PSOE entre el electorado juvenil (como en el conjunto del electorado), el bloqueo de AP (como se denominaba entonces) como alternativa de gobierno, y una cierta fragmentación del electorado, con un peso creciente

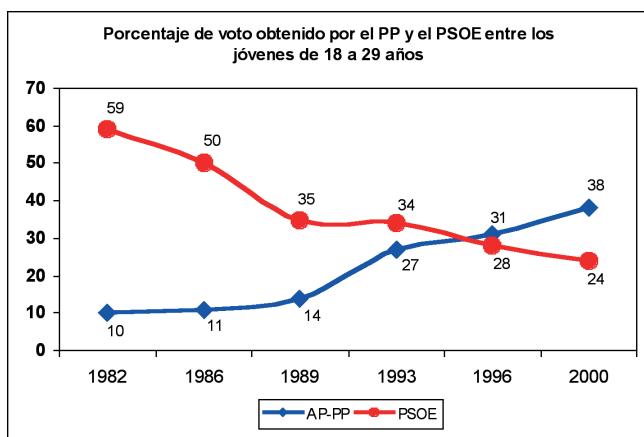


Gráfico 2.1:
Evolución del voto de los jóvenes hacia el PP y el PSOE

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

de las opciones de izquierda (IU, como sucesora del PCE) y el mantenimiento todavía de opciones de centro con una cierta capacidad de atracción de votos (CDS); todo ello, por supuesto al margen de las fuerzas políticas nacionalistas que se mantienen, con una tendencia al crecimiento, a lo largo de todo el periodo.

A partir de 1989, con la “refundación” de Alianza Popular para dar lugar al Partido Popular, y el desplazamiento del liderazgo de Manuel Fraga Iribarne, que deja paso a José María Aznar (tras el breve interregno protagonizado por Antonio Hernández Mancha), el panorama cambia radicalmente, perdiendo el PSOE su posición hegemónica y asistiendo a una mayor polarización del electorado en torno a las dos fuerzas políticas mayoritarias, a costa de la desaparición de las opciones de centro y la caída en las expectativas electorales de IU.

Por lo que se refiere a la evolución del voto que se dirige hacia las dos principales opciones políticas (PP y PSOE), hay dos hechos que destacan: 1) la permanente caída en el voto de los jóvenes hacia el PSOE, que está sin duda detrás de la tendencia declinante de este partido a lo largo de los últimos quince años, y 2) el aumento continuado, a partir de 1989, de la preferencia de los jóvenes por el PP, tras un periodo (1982-1986) en el que este partido era fuertemente rechazado por los electores más jóvenes; este proceso culmina con la victoria que obtiene este partido en el año 1996 entre el electorado juvenil y la amplia mayoría que alcanza en las elecciones de 2000.

Esta doble tendencia en el voto de los jóvenes hacia los dos grandes partidos queda perfectamente reflejada en el gráfico 2.1, que muestra el cruce de las dos líneas, descendente en el PSOE y ascendente en el PP, en un “efecto de tijera”.

Esta evolución del voto juvenil en las elecciones generales celebradas desde 1982 contrasta de manera llamativa en el caso del PSOE, con la registrada por las personas mayores de 30 años. Como ponen de relieve las tendencias recogidas en el gráfico 2.2, el voto al PP sigue entre los adultos las mismas pautas que entre los jóvenes, si bien en cotas que suelen ser algo más elevadas, pero el caso del PSOE es bien distinto.

Mientras que el porcentaje de jóvenes que vota al PSOE desciende de manera ininterrumpida desde las primeras elecciones en las que este partido obtuvo la victoria, las celebradas en 1982, en el caso del voto adulto, se mantiene de manera estable, sin pérdidas apreciables, hasta las elecciones de 1993 y sólo desde entonces inicia una caída muy pronunciada.

Los cambios en el espacio ideológico

La acusada reducción en las preferencias de los jóvenes por el PSOE y el simultáneo aumento en el voto hacia el PP, tienen que ver con cambios en los espacios ideológicos en los que

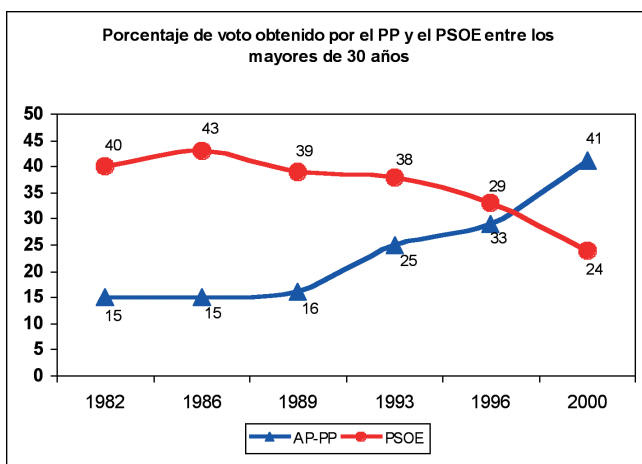


Gráfico 2.2:
Evolución del voto de los mayores de 30 años hacia el PP y el PSOE

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ambas fuerzas políticas obtenían sus votos. Lo que se trata de comprobar es en qué medida la apuesta estratégica del Partido Popular para conquistar el centro ideológico como medio de llegar al Gobierno se ha visto coronada por el éxito y cómo, en la misma medida, el PSOE ha ido perdiendo la capacidad de atracción del electorado que tenía con anterioridad, viendo mermado su espacio ideológico.

Por lo que se refiere al espacio ideológico en el que se ubican los jóvenes que votan al PP (o a su antecesora AP), el cuadro 2.28.a muestra claramente cómo éste se ha ido ensanchando, especialmente a partir de las elecciones de 1993. Así, en las elecciones que se celebraron en 1982 y 1986 cuando, con el liderazgo de Manuel Fraga Iribarne, se presentaba bajo la denominación de Alianza Popular, esta fuerza política sólo obtenía los votos de los jóvenes que se ubicaban en las posiciones más derechistas del espectro ideológico (entre las posiciones 7 y 10), lo que representaba un serio obstáculo a la hora de ampliar su base electoral; los jóvenes que se sentían de centro preferían dar su voto a fuerzas políticas como el PSOE o el CDS.

En las elecciones de 1989, presentándose ya como PP, y con José María Aznar como candidato, amplía algo hacia el centro su base ideológica, hasta el punto de que uno de cada cuatro jóvenes de los que se definen como centristas se inclina ya por esta formación política. Sin ser muy grande el avance, sí apunta en una dirección que se consolidará a partir de las elecciones de 1993, culminando con la conquista del voto de los jóvenes de centro, momento que coincide con la desaparición del CDS del escenario político, y que se verá corroborada en las elecciones de 2000, en las que la mayoría de los jóvenes que se definen de centro (el 56%) votan por este partido.

Al mismo tiempo que el PP veía ensancharse su espacio ideológico, se reducía el del PSOE. Si en 1982 este partido acaparaba los votos de la mayoría de los jóvenes que se ubicaban en la izquierda y en el centro (consigue más de la mitad de los votos de quienes se sitúan entre las posiciones 1 y 6 de la escala), desde entonces y hasta las elecciones de 2000 se asiste a una pérdida progresiva de su implantación en todos los espacios ideológicos, sean de la izquierda o el centro (cuadro 2.28.b).

Las elecciones del año 1993 representan una excepción en esa tendencia; sin duda, a causa de una mayor movilización electoral debida a lo reñido que se preveía el resultado de las elecciones, los jóvenes de izquierdas (moderada o radical) aumentan su voto hacia el PSOE, a costa de IU, que sufrió un relativo descalabro en esa ocasión. Otra excepción en el mismo sentido representa el comportamiento de los jóvenes que se ubican en la extrema izquierda con ocasión de las elec-

Cuadro 2.28a. **La ampliación del espacio ideológico del PP**

Porcentaje de jóvenes que votan al PP, según ubicación en la escala de ideología						
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
Izda (1-2)	-	-	-	1	1	-
(3-4)	-	-	-	2	4	5
(5-6)	10	15	25	42	45	56
(7-8)	64	80	64	84	88	91
Dcha (9-10)	80	82	69	94	92	83

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ciones de 2000: aumenta su voto al PSOE, sin duda a costa de IU, que sufrió una fuerte caída. En general, parece advertirse desde las elecciones de 1989 un cierto desplazamiento hacia la izquierda entre los jóvenes que votan al PSOE, lo que obedece, sin duda, a la presión que viene ejerciendo el PP sobre el voto más centrista.

El voto de los debutantes

Un subgrupo con características especiales dentro del colectivo relativamente heterogéneo de los jóvenes es el de los que tienen entre 18 y 21 años en el momento de cada elección, lo que significa que, como norma general, no han podido votar en las elecciones previas y su participación en éstas representa su debut en unos comicios generales (aunque hayan podido participar en elecciones de otro ámbito).

A grandes rasgos, y por lo que se refiere al voto a los dos principales partidos, no se aprecian diferencias en las pautas seguidas por los debutantes en las lides electorales y el conjunto de los jóvenes, salvo en un hecho, que puede revestir gran interés, sobre todo porque cabe la posibilidad de que las tendencias que se apuntan entre los votantes más jóvenes representen un avance sobre el comportamiento electoral previsible en las próximas elecciones.

Comparando el gráfico 2.2 con el gráfico 2.3, se observa que el comportamiento de los debutantes en relación con el voto al PSOE ha iniciado una inflexión con ocasión de las elecciones de 2000, que rompe con la tendencia a la caída que se registraba desde 1982. Así, han votado por este partido el 28% de los que lo hicieron por primera vez en estas elecciones, frente al 26% que

Cuadro 2.28b. **La reducción del espacio ideológico del PSOE**

Porcentaje de jóvenes que votan al PP, según ubicación en la escala de ideología						
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
Izda (1-2)	53	40	18	37	28	45
(3-4)	84	73	53	61	48	47
(5-6)	52	27	27	20	22	14
(7-8)	14	7	8	4	2	-
Dcha (9-10)	7	5	25	-	-	-

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

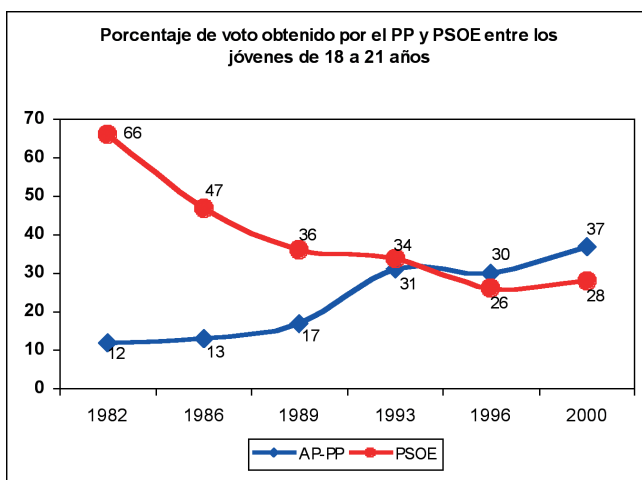


Gráfico 2.3:
Evolución del voto de los debutantes hacia PP y PSOE

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

lo hicieron en 1996. No es que la diferencia sea muy relevante, pero sí lo es el cambio de tendencia que apunta, que, no obstante, tendría que verse confirmada en próximas elecciones, para descartar que se trate de una oscilación coyuntural en la línea de tendencia.

Un análisis longitudinal de la evolución del voto de los jóvenes

Hasta aquí se ha venido analizando la evolución del voto de los jóvenes en las sucesivas elecciones generales celebradas en España entre 1982 y 2000. Los datos han permitido observar la evolución en las sucesivas generaciones de votantes, y el cambio que se ha ido produciendo en cada una de ellas por separado.

El cuadro 2.29 establece el marco para el análisis del comportamiento electoral de estas generaciones, al agruparlas según el año de nacimiento, acotando las edades alcanzadas en el momento de cada elección. De este modo, por ejemplo, las cohortes nacidas en los años 1957 a 1960, tendrían entre 22 y 25 años en las elecciones de 1982, cuatro años más de edad, es decir, entre 26 y 29 en las generales de 1986; entre 29 y 32 en las elecciones celebradas tres años más tarde, en 1989; entre 33 y 36 en las elecciones de 1993; entre 36 y 39 en las de 1996 y de 40 a 43 años en las elecciones de 2000.

La comparación entre el comportamiento de estos grupos de edad en las sucesivas elecciones celebradas vendrá a ser una “película”, constituida por una sucesión de “fotogramas”, del comportamiento electoral de una generación.

La evolución del voto al PSOE en las distintas generaciones

Dentro de la tendencia que se ha venido señalando, de un declive general en el voto de los jóvenes hacia el PSOE, merece la pena centrar ahora el análisis en las posibles diferencias que se registran entre las distintas generaciones. Como ponen de relieve los datos del cuadro 2.30, todas las cohortes de votantes que se analizan (las de aquellos que han sido jóvenes en algún momento del periodo investigado) se caracterizan por un comportamiento similar, con una importantísima pérdida de peso electoral del PSOE a lo largo de los años.

Dentro de esta pauta general parece observarse que hay algunas generaciones, concretamente las de los nacidos entre 1969 y 1978, es decir, en los últimos años del franquismo y los de la transición, que adquieren la mayoría de edad y el derecho al voto cuando el PSOE llevaba ya unos cuantos años instalado en el poder, entre las que este partido siempre ha tenido un atracti-

Cuadro 2.29. Análisis por cohortes

Año nacimiento	Edad en cada elección					
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
1982	-	-	-	-	-	18
1981	-	-	-	-	-	19
1980	-	-	-	-	-	20
1979	-	-	-	-	-	21
1978	-	-	-	-	18	22
1977	-	-	-	-	19	23
1976	-	-	-	-	20	24
1975	-	-	-	18	21	25
1974	-	-	-	19	22	26
1973	-	-	-	20	23	27
1972	-	-	-	21	24	28
1971	-	-	18	22	25	29
1970	-	-	19	23	26	30
1969	-	-	20	24	27	31
1968	-	18	21	25	28	32
1967	-	19	22	26	29	33
1966	-	20	23	27	30	34
1965	-	21	24	28	31	35
1964	18	22	25	29	32	36
1963	19	23	26	30	33	37
1962	20	24	27	31	34	38
1961	21	25	28	32	35	39
1960	22	26	29	33	36	40
1959	23	27	30	34	37	41
1958	24	28	31	35	38	42
1957	25	29	32	36	39	43
1956	26	30	33	37	40	44
1955	27	31	34	38	41	45
1954	28	32	35	39	42	46
1953	29	33	36	40	43	47

vo menor que el que tenía entre las generaciones que les precedieron, nacidas y socializadas en el franquismo y que contribuyeron con su voto a la victoria electoral del PSOE en 1982. Sin embargo, estas diferencias no parecen suficientemente importantes como para destacar un componente generacional en el voto al PSOE.

Se puede mencionar, por último, como dato interesante para entender también el voto al PSOE en 2004, el aumento del voto a este partido entre las generaciones más jóvenes (los nacidos entre 1979 y 1982), que han llegado a la mayoría de edad bajo un gobierno del PP.

La evolución del voto al PP en las distintas generaciones

El análisis del voto al PP en las distintas generaciones lleva a conclusiones que representan ese voto como una imagen especular del voto al PSOE. En efecto, frente a la tendencia al declive que se registra en el voto socialista, el voto al PP experimenta en las sucesivas elecciones una expansión imparable; por otro lado, las mismas generaciones que se caracterizaban por una menor propensión a votar al PSOE, los nacidos entre 1965 y 1978, jóvenes que se socializaron políticamente en los años de gobiernos socialistas, son las que se inclinan en mayor medida por el voto hacia el PP (cuadro 2.31).

Cuadro 2.30. Voto al PSOE, según cohortes

Año nacimiento	% de voto en cada elección					
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
1979-1982	-	-	-	-	-	28
1976-1978	-	-	-	-	28	22
1972-1975	-	-	-	34	27	22
1969-1971	-	-	36	29	28	19
1965-1968	-	47	38	36	29	24
1961-1964	66	50	34	39	33	26
1957-1960	58	53	38	36	33	27
1953-1956	53	45	39	36	35	26

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Sin embargo, igual que ocurría con el voto al PSOE, las diferencias que se registran entre las generaciones no permiten hablar de un voto generacional nítidamente diferenciado, ya que son relativamente escasas, sobre todo si se tiene en cuenta la tendencia general, que afecta a todas las cohortes en la misma medida, hacia un incremento en el voto al PP.

El dato de que la última generación con presencia en las elecciones, también conocidos como “nuevos votantes”, la de los nacidos entre 1979 y 1982, vote al PP menos que las de sus “hermanos mayores”, podría apuntar, a una cierta influencia de la generación en el voto que tendría que ver con el proceso de socialización política, de modo que aquellas generaciones que acceden por primera vez al ejercicio de este derecho tienden a inclinarse menos hacia la fuerza política que está en el poder que aquellas generaciones precedentes, que contribuyeron con su voto a otorgar el poder a esa fuerza política.

Cuadro 2.31. Voto al PP, según cohortes

Año nacimiento	% de voto en cada elección					
	1982	1986	1989	1993	1996	2000
1979-1982	-	-	-	-	-	37
1976-1978	-	-	-	-	31	40
1972-1975	-	-	-	31	31	38
1969-1971	-	-	17	24	32	40
1965-1968	-	13	13	28	30	42
1961-1964	12	9	14	21	24	35
1957-1960	8	11	10	23	25	34
1953-1956	10	9	11	23	27	33

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.32. Comportamiento electoral en 1982

	18-21	22-25	26-29	Adultos	Total
	(30 y más)				
Votó al mismo partido	9	51	54	58	53
Votó a un partido distinto	3	30	32	29	27
No votó en 1979	88	15	11	4	12
No recuerda/NC	-	4	3	9	8
Total	100	100	100	100	100
(N)	(163)	(175)	(145)	(1590)	(2073)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

2.4. Fidelidad y volatilidad en el comportamiento electoral de los jóvenes

Al analizar la fidelidad y la volatilidad electoral de los jóvenes, es decir, el mantenimiento de la intención de votar por la misma fuerza política en elecciones sucesivas o la decisión de cambiar de preferencia electoral, hay que tener en cuenta una peculiaridad intrínseca de éstos: el hecho de que una buena parte de los jóvenes no pueden ser electores fieles ni volátiles, dado que son debutantes en las lides electorales; si no han votado con anterioridad, difícilmente pueden mantenerse fieles a su opción anterior ni cambiarla por otra.

Dicho esto, es importante analizar el comportamiento electoral de los jóvenes desde esta perspectiva de la fidelidad y volatilidad, porque viene a confirmar las mismas pautas de cambio en el voto que se deducían de la evolución, previamente analizada, del comportamiento electoral de los jóvenes.

Fidelidad y volatilidad en las elecciones de 1982

Como se puede constatar en los datos que recoge el cuadro 2.32, poco más de la mitad de los votantes de las elecciones generales de 1982 (el 53%) repitió el voto que habían emitido en las anteriores elecciones generales de 1979; algo más de una cuarta parte (el 27%) votó por un partido distinto y un 12% no había votado en las elecciones anteriores. Todo estos datos vienen a confirmar un hecho ya conocido: estas elecciones supusieron una ruptura y un vuelco en el siste-

Cuadro 2.33. Fidelidad y volatilidad en 1982

	AP-PDP	PSOE
Votó al mismo partido	16	38
Votó a un partido distinto	39	18
No votó en 1979	45	42
No recuerda/NC	-	2
Total	100	100
(N)	(49)	(285)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.34. Comportamiento electoral de los jóvenes en 1986

	CP	PSOE	IU	CDS
Es la primera vez que le vota	49	34	78	66
Le había votado alguna vez	25	28	7	25
Le vota siempre	22	35	14	9
NC	4	3	1	-
Total	100	100	100	100
(N)	(182)	(797)	(152)	(113)
¿Por qué es la primera vez que vota a este partido?				
No tenía edad para votar	67	88	36	60
Es la primera vez que se presenta	1	-	57	6
Otra razón	30	12	7	28
NC	2	-	-	6
Total	100	100	100	100
(N)	(78)	(270)	(118)	(72)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ma de partidos existente hasta el momento, con la práctica desaparición de la UCD, el ascenso del PSOE a la posición dominante que mantendría durante más de una década y la configuración de AP (después PP) como la alternativa conservadora al PSOE.

Al considerar la influencia de la edad en el comportamiento electoral, se observa que el único grupo que mantiene diferencias apreciables con los demás es el de los más jóvenes que, lógicamente, no cambian su voto, dado que el 88% de ellos lo emiten por primera vez en 1982; en el resto de los colectivos, las diferencias que se registran son insignificantes, salvo en la abstención algo mayor que se registró en 1979 entre los jóvenes que ya tenían edad para votar, pero no lo hicieron.

Por lo que se refiere al voto de los jóvenes hacia los dos principales partidos, AP y el PSOE, que constituyen el eje del sistema partidista resultante de estas elecciones, habría que destacar algunos rasgos de interés: en general, el voto al PSOE se caracteriza por una mayor fidelidad, ya que hasta un 38% de los jóvenes que le votaron en 1982, lo habían hecho igualmente por él en las elecciones anteriores, mientras que AP se beneficia de la volatilidad de los antiguos votantes de otras fuerzas, especialmente de la UCD, hasta el punto de que el 39% de quienes votaron a AP en 1982, habían votado por otra formación en 1979; en ambos casos, los nuevos votantes representan un porcentaje similar: el 42% de los votantes del PSOE y el 45% de los de AP-PDP.

Las elecciones de 1986

En las elecciones generales de 1986, la mayor parte de los jóvenes menores de 30 años que votaron por el PSOE (dos de cada tres; el 63%) ya lo habían hecho anteriormente por este partido, fuera de manera habitual o esporádica; el resto, la tercera parte de jóvenes que no le había votado nunca, está constituida de manera casi absoluta por jóvenes que votaban por primera vez en esta ocasión (cuadro 2.34), lo que significa que este partido apenas fue capaz de ganar votantes entre los jóvenes que habían optado por otras fuerzas políticas en las elecciones de 1982.

El perfil de los jóvenes votantes que se inclinaron por Coalición Popular (nucleada en torno a AP) y por el CDS es bien distinto, ya que la mayoría de ellos no había votado nunca por estos

Cuadro 2.35. Comportamiento electoral de los jóvenes en 1989

	PP	PSOE	IU
Es la primera vez que le vota	34	21	37
Le había votado alguna vez	23	19	46
Le vota siempre	43	59	16
NC	-	-	1
Total	100	100	100
(N)	(83)	(201)	(103)
¿Por qué es la primera vez que vota a este partido?	PP	PSOE	IU
No tenía edad para votar	44	68	40
Es la primera vez que se presenta	-	-	3
Otra razón	52	25	54
NC	4	7	3
Total	100	100	100
(N)	(25)	(40)	(35)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

partidos, bien fuera porque no tenían edad para votar en elecciones anteriores o porque habían elegido a otros. Esto significa que, a diferencia del PSOE, estas dos fuerzas políticas sí que mostraban en 1986 una cierta capacidad para atraer votantes jóvenes que se habían inclinado en 1982 por otras opciones políticas (se supone que en perjuicio fundamentalmente del PSOE, dado el predominio que este partido ejerció en 1982 entre los votantes más jóvenes).

El caso de IU es algo distinto a los dos anteriores, a causa de su aparición en la escena política con ocasión de estas elecciones: ello significa que la mayor parte de sus votantes reconoce que es la primera vez que lo votan porque es la primera vez que se presentaba. La minoría que señala que ya le había votado antes identifica, sin duda, esta nueva formación con su predecesor, el PCE, cuyo espacio vendría a ocupar.

Las elecciones generales de 1989

En 1989 se repite, pero notablemente acentuada, la misma pauta de comportamiento electoral que se apreciaba en 1986. Los jóvenes votantes del PSOE son en su gran mayoría votantes “fieles”, que le votan siempre (59%) o que, al menos, ya le habían votado en alguna ocasión anterior (19%). Sólo uno de cada cinco es la primera vez que se inclina por este partido y en su gran mayoría (68%) se trata de jóvenes que acceden por primera vez al derecho al voto.

Los votantes del PP y de IU tienen características bien distintas a los del PSOE. En primer lugar, el peso de los *votantes fieles* es mucho menor, sobre todo en el caso de IU, que se nutre fundamentalmente de “votantes ocasionales”, y es más elevado el porcentaje que representan los nuevos votantes, que nunca antes se habían inclinado por estas formaciones. Además, la mayoría de estos *nuevos votantes* de PP y de IU no son debutantes, es decir, en elecciones anteriores ya tenían edad para votar y se habían decidido por otra opción distinta a la que votaron en 1989.

Cuadro 2.36. **Proporción de *nuevos votantes* entre los jóvenes**

	PP	PSOE	IU
1993	56	35	48
1996	31	20	24
2000	33	24	28

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Las elecciones de 1993, 1996 y 2000

Las encuestas realizadas con ocasión de las elecciones de 1993, 1996 y 2000 ofrecen menos detalles para el análisis del comportamiento electoral de los jóvenes, pero sí permiten comparar el diferente peso que representan los *nuevos votantes* sobre los electorados de PP, PSOE e IU, así como las diferencias en la proporción que representan los *votantes fieles*.

El cuadro 2.36 pone de relieve la importancia que tuvieron en el electorado del PP, en las elecciones de 1993, los nuevos votantes. Estos nuevos votantes contribuyeron, sin duda, de manera decisiva a la ruptura del tradicional “techo” de esta formación que se produjo en aquellas elecciones y abrió el camino a la posterior victoria que tendría lugar en 1996.

El PSOE, por el contrario, es el partido en cuyo electorado juvenil tienen menor importancia los nuevos votantes. Ello ocurre en las tres elecciones (1993, 1996 y 2000), en las que se sitúa sistemáticamente por detrás de PP y de IU en este indicador, lo que viene a mostrar la incapacidad de este partido de sumar nuevos apoyos a los ya establecidos.

La proporción de *votantes fieles* representa la otra cara de la moneda de los nuevos votantes al analizar la composición de estos electorados. Así, el partido donde mayor porcentaje representan los *votantes fieles* es el PSOE (cosa lógica, dado que si no gana nuevos votantes, los que le siguen apoyando son los fieles), seguido de IU, mientras que en el PP este porcentaje de *votantes fieles* es apreciablemente más reducido.

A modo de conclusiones

Al analizar la fidelidad y la volatilidad en el voto de los jóvenes españoles en las elecciones generales celebradas entre 1982 y 2000, se alcanzan algunas conclusiones que vienen a reforzar todas las apreciaciones que se hacían al estudiar la evolución del voto de los jóvenes en el capítulo anterior.

El voto de los jóvenes hacia el PSOE a lo largo de todo este periodo se caracteriza por ser el voto más fiel, aseveración que tiene un carácter profundamente negativo, contra lo que pueda parecer: ello significa que sólo votan al PSOE los jóvenes que ya le han votado en alguna ocasión anterior, lo que demuestra una notable incapacidad de ganar nuevos votantes; el goteo continuo

Cuadro 2.37. **Proporción de *votantes fieles* entre los jóvenes**

	PP	PSOE	IU
1993	21	33	25
1996	38	54	40
2000	22	43	33

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

de los que le eran fieles, sumado a esta incapacidad, da como resultado el declive electoral del PSOE entre los jóvenes.

Por el contrario, el PP es la fuerza política que se caracteriza por la mayor capacidad de conseguir transferencias de nuevos votantes, arrebatándoselos a las fuerzas políticas a las que votaban con anterioridad. Esta capacidad explica su ascensión ininterrumpida entre el electorado más joven.

Por último, el caso de IU se sitúa, en general, entre el PP y el PSOE en cuanto a su capacidad de ganar nuevos votantes, si bien demuestra notables oscilaciones entre unas y otras elecciones. Ello explica también que sea la opción política en la que suelen tener mayor peso los votantes “ocasionales”, es decir, aquellos que han votado en alguna ocasión, por ella.

2.5. La motivación del voto en los jóvenes y en los adultos

En la mayoría de las encuestas que se analiza en este trabajo, se preguntaba a los entrevistados acerca de las razones que le habían llevado a emitir su voto por una u otra fuerza política. Aunque este tipo de análisis acerca de las motivaciones del comportamiento se adapta mejor a otro tipo de metodología, más cualitativa que la puramente cuantitativa de la encuesta, los resultados que se obtienen encierran suficiente interés como para detenerse brevemente en ellos. Por una parte se tratará de analizar si las motivaciones del voto son diferentes entre los votantes jóvenes (menores de treinta años) y entre los adultos (mayores de esa edad), pero también conviene prestar atención a la evolución y a los cambios que se han producido a lo largo del tiempo en esas motivaciones que manifiestan los sujetos entrevistados.

Lamentablemente, los datos recogidos poseen una insuperable dificultad para su comparación, como es el hecho de que las categorías de respuesta utilizadas en los distintos sondeos no son homogéneas, sino que, por el contrario, ofrecen diferencias bastante sustanciales en algunos casos. A pesar de ello, se procurará aplicar la lógica del análisis comparativo a la evolución de los datos.

Las razones del voto al Partido Popular

En las elecciones del año 1986, los votantes de Coalición Popular (coalición formada en torno a AP, a la que se incorporaron el PDP y el PL) ofrecían razones bastante heterogéneas para justificar su preferencia por esta formación política, que van desde considerar que era la única nítidamente de derechas, hasta la promesa de que garantizaría la seguridad ciudadana, pasando por la pura afinidad partidista (“es mi partido”) y otras variadas razones.

A efectos del análisis que aquí se pretende, sin embargo, todas estas razones mencionadas no discriminan en modo alguno entre los votantes jóvenes y los adultos. Hay otras, sin embargo, que sí lo hacen. Así, el liderazgo de Manuel Fraga Iribarne es una razón mucho más importante para justificar el voto a Coalición Popular entre los votantes adultos que entre los jóvenes; por el contrario, entre estos últimos se dan en mayor medida razones que podrían englobarse en un cierto sentimiento de voto útil antisocialista, expresado en argumentos que justifican este voto “para evitar la mayoría absoluta del PSOE” o “para conseguir una oposición fuerte si ganaba el PSOE”.

En las elecciones de 1989 se acentúa aún más entre los jóvenes el peso de estas razones anti-socialistas para justificar el voto hacia el Partido Popular, llegando a ser mencionadas nada menos que por el 42% de los votantes de menos de 30 años: el 26% declaraba que votaba al PP para conseguir una oposición fuerte en el caso probable de una victoria del PSOE y el 16% lo hacía para evitar la mayoría absoluta de este partido.

Los votantes adultos, en cambio, exponen estas razones en mucha menor medida y aducen más como motivo de su voto la pura identificación partidista (“es mi partido” lo menciona el 31%) e incluso la afinidad ideológica con la derecha (“es el único claramente de derechas”, manifestado por el 27%).

Un cambio importante producido entre 1986 y 1989 en esta formación política es el proceso de “refundación”, que da lugar al nuevo Partido Popular, a partir de la antigua Alianza Popular, y

Cuadro 2.38. Las razones del voto a CP en 1986

	Jóvenes	Adultos
Por Manuel Fraga	16	24
Porque es mi partido	17	15
Porque es el único claramente de derechas	25	27
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	11	4
Para conseguir una oposición fuerte si ganaba el PSOE	8	5
Porque garantiza la seguridad ciudadana	15	14
Otras razones/NS/NC	8	11
Total	100	100
(N)	(184)	(770)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

que se culmina con la sustitución de Manuel Fraga Iribarne por José María Aznar en el liderazgo del partido. Este hecho tiene un reflejo inmediato en las motivaciones del voto hacia esta formación, ya que si en 1986 eran sobre todo los adultos quienes justificaban su voto como consecuencia del liderazgo de Fraga, en 1989 son los jóvenes los que ven en el nuevo liderazgo de Aznar una razón para votar al PP.

Lo más llamativo de los datos correspondientes a las elecciones de 1993 es que no hay diferencias apreciables entre las razones que exponen los jóvenes y los adultos para votar al Partido Popular. Si bien los jóvenes siguen planteando en mayor medida el voto al PP como un voto “contra” el PSOE (el 37% de los jóvenes se refiere a este partido, sea para evitar su victoria o para conseguir una oposición fuerte en el caso de que la lograra, frente al 32% de los adultos), lo cierto es que las diferencias son muy reducidas en esta ocasión.

Comparando los datos de 1993 con los de 1989 tampoco se aprecian grandes cambios en los motivos que se esgrimen para votar a esta opción política, de manera que apenas unas minorías, tanto entre los jóvenes como entre los adultos, se refieren a otros aspectos, como las posibilida-

Cuadro 2.39. Las razones del voto al PP en 1989

	Jóvenes	Adultos
Por José María Aznar	19	14
Porque es mi partido	15	31
Porque es el único claramente de derechas	23	27
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	16	7
Para conseguir una oposición fuerte si ganaba el PSOE	26	16
Otras razones/NS/NC	1	5
Total	100	100
(N)	(74)	(264)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.40. Las razones del voto al PP en 1993

	Jóvenes	Adultos
Por José María Aznar	7	8
Porque es mi partido	14	16
Porque es el único claramente de derechas	22	21
Para evitar que ganara el PSOE	18	15
Para conseguir una oposición fuerte si ganaba el PSOE	19	17
Porque esta vez podía ganar las elecciones	11	10
Porque se ha convertido en un partido de centro	4	4
Otras razones/ NC	5	9
Total	100	100
(N)	(283)	(799)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

des de victoria que se vislumbraban por primera vez en esta ocasión o el carácter más centrista que quería presentar el nuevo PP tras su refundación.

Las razones por las que se justifica el voto al PP quedan mucho más claras en las elecciones de 1996; tampoco en este momento hay diferencias apreciables entre los motivos que ofrecen los jóvenes y los de los adultos y en ambos colectivos predominan dos ideas por encima de todas las demás: la afinidad personal con el Partido Popular (“es el partido con el que más simpatizo”) y el deseo de un cambio político, tras muchos años de gobierno del PSOE. Ambas razones son las que explicarían la victoria electoral del PP en el año 1996.

En las elecciones del año 2000, por último, que son las del triunfo aplastante y de la mayoría absoluta del PP, las razones que manifiestan los que le han votado se quedan reducidas prácticamente a una sola: “porque en general lo ha hecho bastante bien”. Este argumento es el que ofre-

Cuadro 2.41. Las razones del voto al PP en 1996

	Jóvenes	Adultos
Por José María Aznar	10	8
Porque es el partido con el que más simpatizo	35	37
Quería que se fueran los socialistas	18	14
Me ha convencido su mensaje de centro	3	5
Quería que hubiera un cambio político	32	29
La política del PSOE me ha decepcionado	2	4
Otras razones/NC	-	3
Total	100	100
(N)	(311)	(959)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.42. Las razones del voto al PP en 2000

	Jóvenes	Adultos
Por José María Aznar	5	8
Porque es mi partido (siempre lo voto)	6	10
Por los candidatos de esta provincia	1	1
Para evitar un gobierno de coalición PSOE-IU	5	2
Porque está más capacitado para gobernar España	16	18
Porque es el que mejor representa mis ideas	12	11
Porque en general lo ha hecho bastante bien	50	45
Otras razones/NC	5	5
Total	100	100
(N)	(347)	(1426)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ce la mitad de los jóvenes que han votado por el PP en las elecciones de 2000 y el 45% de los adultos. Muy lejos de esta razón quedan otras como la afinidad partidista o ideológica (“es mi partido”, “es el partido que mejor representa mis ideas”), el liderazgo de José María Aznar, cuya importancia se ha visto bastante reducida entre los jóvenes o la capacidad de gestión.

Las razones del voto al PSOE

Los argumentos utilizados para justificar el voto al PSOE en las elecciones de 1986, cuando ya llevaba cuatro años ejerciendo el Gobierno, se parecen algo a los esgrimidos por los votantes del PP en el año 2000. En ambos casos la razón a la que se recurre en mayor medida para justificar el hecho de seguirlo votando es que “lo está haciendo bien”. Sin embargo, en 1986 todavía estaban muy cercanas las incertidumbres de la transición y el intento del golpe de Estado del 23-F, por lo que no puede

Cuadro 2.43. Las razones del voto al PSOE en 1986

	Jóvenes	Adultos
Por Felipe González	15	24
Porque es mi partido	12	14
Porque lo está haciendo bien	29	28
Porque quería que tuviera mayoría absoluta	4	4
Porque es el que mejor puede garantizar la estabilidad	24	13
Porque es de izquierdas	5	4
Otras razones/NS/NC	11	13
Total	100	100
(N)	(848)	(2228)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.44. Las razones del voto al PSOE en 1989

	Jóvenes	Adultos
Por Felipe González	6	17
Porque es mi partido	11	16
Porque lo está haciendo bien	44	37
Porque quería que tuviera mayoría absoluta	4	4
Porque es el que mejor puede garantizar la estabilidad	25	16
Porque es de izquierdas	5	4
Otras razones/NS/NC	5	6
Total	100	100
(N)	(204)	(730)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

extrañar que una de las razones más mencionadas para votar al PSOE fuera la percepción de que era el partido que mejor podía garantizar la estabilidad en España. Curiosamente, son los jóvenes los que en mayor proporción exponen este argumento (el 24%, frente al 13% entre los adultos), mientras que entre los mayores tiene mucha más importancia como motivo del voto hacia el PSOE el liderazgo de Felipe González (el 24% de los adultos lo menciona, frente al 15% de los jóvenes).

Bastante menor peso tienen, como razones explicativas del voto, la identificación partidista (“porque es mi partido”) o la identidad ideológica de izquierdas; en ambos casos, sólo algunas minorías reducidas, y sin que haya distinciones entre jóvenes y adultos, recurren a estos argumentos para explicar su voto.

Todo lo dicho con relación a las elecciones de 1986 cabría aplicarlo en mayor medida aún a las de 1989: el principal argumento para justificar el voto al PSOE, a gran distancia de las demás, es

Cuadro 2.45. Las razones del voto al PSOE en 1993

	Jóvenes	Adultos
Por Felipe González	19	24
Porque es mi partido	9	15
Porque lo está haciendo bien	24	22
Porque quería que tuviera mayoría absoluta	2	4
Porque es el que mejor puede garantizar la estabilidad	24	15
Porque es el que mejor representa la izquierda	7	8
Para evitar que ganara el PP	13	7
Otras razones/NC	2	5
Total	100	100
(N)	(318)	(1080)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.38. Las razones del voto a CP en 1986

	Jóvenes	Adultos
Por Manuel Fraga	16	24
Porque es mi partido	17	15
Porque es el único claramente de derechas	25	27
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	11	4
Para conseguir una oposición fuerte si ganaba el PSOE	8	5
Porque garantiza la seguridad ciudadana	15	14
Otras razones/NS/NC	8	11
Total	100	100
(N)	(184)	(770)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

que “lo está haciendo bien”, razón que es mencionada por el 44% de los jóvenes y el 37% de los mayores de 30 años; entre los más jóvenes la segunda razón es –igual que lo era en 1986– que el PSOE representaba una garantía de estabilidad, mientras que entre los adultos las opiniones se encuentran más divididas entre el liderazgo de Felipe González, la afinidad partidista y la garantía de estabilidad.

Todavía en 1993 las razones que se exponen para votar al PSOE seguían siendo las mismas que en 1986 y 1989, e igualmente se mantenía el sentido de las diferencias entre los jóvenes y los adultos. Los argumentos más mencionados siguen siendo que “lo está haciendo bien” (en lo que coinciden el 24% de los jóvenes y el 22% de los mayores), el liderazgo de Felipe González (razón esgrimida sobre todo por los mayores: 24%) y lo que representaba el Gobierno del PSOE de garantía de la estabilidad (razón que exponen sobre todo los más jóvenes, 24%).

Algunas diferencias, que no son especialmente relevantes apuntan a que la identificación partidista es más propia de los votantes de más edad, mientras que entre los jóvenes se da en mayor

Cuadro 2.47. Las razones del voto al PSOE en 2000

	Jóvenes	Adultos
Por Joaquín Almunia	2	3
Porque es mi partido (siempre lo voto)	19	42
Por los candidatos de esta provincia	1	2
Para evitar que ganara el PP	14	8
Porque está más capacitado para gobernar España	4	3
Porque es el que mejor representa mis ideas	36	30
Por la posibilidad de que haya un gobierno de izquierda	15	8
Otras razones/NS/NC	9	4
Total	100	100
(N)	(217)	(837)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.48. Las razones del voto a IU en 1986

	Jóvenes	Adultos
Por Gerardo Iglesias	6	7
Por el PCE	14	27
Porque es el único claramente de izquierdas	34	24
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	8	3
Porque el PSOE no ha cumplido sus promesas*	27	31
Otras razones/NS/NC	11	8
Total	100	100
(N)	(154)	(163)

(*) O "me ha decepcionado".

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

medida, aunque sea claramente minoritario, un voto contra el PP, para evitar la victoria de este partido que ya venían anunciando algunas encuestas en las fechas previas a las elecciones de este año.

Las razones que se aducen cambian apreciablemente con ocasión de las elecciones de 1996, las de la primera victoria del PP. Los argumentos que se exponen para justificar el voto al PSOE en estas elecciones se refieren sobre todo a la pura identificación partidista ("es el partido con el que más simpatizo") y a la capacidad de liderazgo de Felipe González. Aun cuando ambas razones sean más mencionadas por los adultos, también ocupan los primeros lugares entre las que mencionan los jóvenes.

Otros argumentos, como el reconocimiento de que el PSOE, a pesar de los errores, también había hecho cosas buenas en el Gobierno o el deseo de que no se consumara el triunfo de la derecha, o que éste no se produjera por mayoría absoluta, son sostenidos por algunas minorías, sobre todo entre los votantes más jóvenes.

La pura afinidad ideológica y la identificación partidista son las principales razones que arguyen los votantes del PSOE en el año 2000. Los adultos que votan por esta opción en esta ocasión, lo hicieron porque lo sienten su partido y se identificaban con él (el 42%) y en segundo lugar porque consideraban que era el que mejor representaba sus ideas (el 30%). Entre los jóvenes sólo cambia el orden de las razones expuestas, de manera que en primer lugar, mencionada por el 36%, se sitúa la afinidad ideológica ("es el que mejor representa mis ideas") y en segundo lugar (con el 19%) la identificación partidista ("es mi partido").

Además, como ocurría en 1996, entre los jóvenes se repiten otros argumentos, que si bien son minoritarios, tienen cierta importancia, tales como el deseo de evitar la victoria del PP o por la posibilidad de un gobierno de izquierdas que abría el acuerdo preelectoral alcanzado con IU. Lo que queda bien reflejado en estos datos es el escaso atractivo del liderazgo de Joaquín Almunia, que reemplazaba a Felipe González y no conseguía atraer a sus electores en la misma medida.

Las razones del voto a IU

Al analizar las razones expuestas por los votantes de IU para explicar su voto a esta formación política, salta a la vista una primera diferencia en relación a las razones que se argüían en el caso del PP y del PSOE, como es la ausencia de las motivaciones que tienen que ver con el ejercicio del poder; si una buena parte de los que votaban a estos partidos lo hacían como forma de "pre-

Cuadro 2.49. Las razones del voto a IU en 1989

	Jóvenes	Adultos
Por Julio Anguita	14	9
Por el PCE	-	19
Porque es el único claramente de izquierdas	50	31
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	20	10
Porque el PSOE no ha cumplido sus promesas	8	17
Porque es quien mejor defiende a los sindicatos	8	13
Otras razones/NS/NC	-	1
Total	100	100
(N)	(64)	(102)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

miar” una gestión exitosa o como garantía de la estabilidad, en el caso de IU no caben tales opciones, por lo que predominan en mayor medida las motivaciones puramente ideológicas o las que representan un voto contra el poder.

En las elecciones del año 1986, entre las motivaciones que se utilizan para justificar el voto a IU se encuentran la decepción ante el incumplimiento de sus promesas por parte del PSOE y la consideración de que es la única opción claramente de izquierdas, argumento este que resulta el preferido sobre todo por los jóvenes. Entre los mayores aparece como un motivo muy importante del voto a IU la lealtad partidista hacia el PCE, predecesor de la coalición, que es mencionado por más de una cuarta parte de los votantes adultos (el 27%).

En las elecciones de 1989 las razones aducidas para votar a IU vienen a ser básicamente las mismas que en 1986, si bien aumenta entre los jóvenes el peso del argumento ideológico (“es la única opción claramente de izquierdas”) y también crece la intención de utilizar el voto a IU como un voto táctico para arrebatar al PSOE la mayoría absoluta. Entre los votantes de más edad las razones que se ofrecen se encuentran más diversificadas, pero sigue destacando la lealtad partidista hacia el PCE, que es mencionada por uno de cada cinco votantes de más de 30 años.

Una novedad en estas elecciones y en esta formación la representa el liderazgo de Julio Anguita, por primera vez, que venía a reemplazar a Gerardo Iglesias. La mayor capacidad de atracción del nuevo líder, especialmente entre los votantes más jóvenes, queda bien reflejada en los datos. Aunque no era una de las primeras razones del voto a IU, no cabe duda de que la presencia de Anguita motivaba a los votantes más que lo hizo la de Iglesias en las elecciones anteriores.

En 1993 las razones aducidas por los votantes de IU se polarizan en mayor medida, de manera que destaca entre todas la afinidad ideológica de izquierdas y, en segundo lugar, la decepción ante los incumplimientos del PSOE. Ambas razones se exponen casi en la misma medida por jóvenes y por adultos, sin que se aprecien diferencias significativas entre ellos. Por lo que se refiere a la dimensión del liderazgo, habría que señalar que entre 1989 y 1993, Anguita pierde capacidad de atracción entre los votantes jóvenes, mientras que la gana entre los adultos, pero sin llegar a representar un factor decisivo en la motivación del voto.

En las elecciones generales de 1996 la motivación ideológica del voto a IU queda aún más claramente reflejada. Siete de cada diez entrevistados, sin que haya diferencias apreciables entre

Cuadro 2.50. Las razones del voto a IU en 1993

	Jóvenes	Adultos
Por Julio Anguita	8	13
Por el PCE	2	7
Porque es el único claramente de izquierdas	50	40
Para evitar la mayoría absoluta del PSOE	9	7
Porque el PSOE no ha cumplido sus promesas	23	18
Porque es quien mejor defiende a los sindicatos	4	7
Otras razones/NC	4	8
Total	100	100
(N)	(125)	(229)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

los votantes jóvenes y los mayores, se decantan por este tipo de explicación, que adquiere la forma de identificación partidista (“es la fuerza política con la que más simpatizo”) o de afinidad ideológica genérica con la izquierda (“es la opción que mejor representa a la izquierda”).

Fuera de estas razones, sólo algunas minorías, sin que quepa distinción tampoco entre jóvenes y mayores, argumentan con el liderazgo de Julio Anguita o con ideas basadas fundamentalmente, de una o de otra manera, el rechazo hacia el PSOE: “me ha decepcionado el PSOE”, “quería que se fueran los socialistas”, “(IU) es el único partido que defiende a los trabajadores”.

Esta afinidad ideológica sigue explicando el voto a IU en las elecciones de 2000, especialmente entre los votantes más jóvenes (el 53% lo vota porque es la opción que mejor representa sus ideas), mientras que entre los mayores hay una importante minoría (el 22%) que lo vota por un sentimiento de identificación partidista más pronunciado (“es mi partido”).

Cuadro 2.51. Las razones del voto a IU en 1996

	Jóvenes	Adultos
Por Julio Anguita	9	7
Es la fuerza política con la que más simpatizo	38	37
Es la opción que mejor representa a la izquierda	33	30
Quería que se fueran los socialistas	3	4
Es el único partido que defiende a los trabajadores	8	8
La política del PSOE me ha decepcionado	7	8
Otras razones/NC	2	6
Total	100	100
(N)	(143)	(234)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 2.52. Las razones del voto a IU en 2000

	Jóvenes	Adultos
Por Francisco Frutos	4	6
Porque es mi partido (siempre lo voto)	10	22
Por los candidatos de esta provincia	4	1
Para evitar que ganara el PP	6	5
Porque es el más capacitado para gobernar España	1	-
Porque es el que mejor representa mis ideas	53	43
Por la posibilidad de que haya un gobierno de izquierda	14	16
Otras razones/NC	8	7
Total	100	100
(N)	(72)	(154)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

En esta ocasión habría que mencionar a una minoría de votantes (el 16% entre los adultos y el 14% entre los jóvenes) que justifican su voto en la posibilidad de alcanzar un gobierno de izquierda, merced al acuerdo preelectoral entre IU y el PSOE.

A modo de conclusiones

Al analizar las razones que llevan a los entrevistados a votar por unas u otras fuerzas políticas se pueden alcanzar algunas conclusiones, siquiera sean provisionales, acerca de las diferencias y similitudes entre el comportamiento de los jóvenes y el de los adultos, así como las semejanzas y discrepancias que se observan entre los distintos electorados.

Por lo que se refiere al electorado del PP (y antes de AP), cabe señalar como la diferencia más llamativa entre los jóvenes y los adultos, la que se registra en cuanto al peso de Manuel Fraga Iribarne en la motivación del voto. En 1986 este líder tiene una gran importancia como factor motivador del voto entre los electores mayores, cosa que no ocurre entre los jóvenes; en las elecciones de 1989, cuando José María Aznar sustituye a Fraga, son los jóvenes los que ven más motivos para votar al PP en el nuevo liderazgo del partido. Sin embargo, en elecciones sucesivas, tienden a desaparecer las diferencias en las motivaciones de jóvenes y adultos en cuanto a su orientación de voto hacia el PP.

Las motivaciones del voto al PSOE no ofrecen grandes diferencias entre los jóvenes y los adultos. En cualquier caso, destacan como los factores decisivos del voto a este partido, cuando estaba en el Gobierno, la satisfacción con la labor desarrollada, la percepción de este partido como garantía de estabilidad y el liderazgo de Felipe González. Al pasar a la oposición cambian los motivos del voto, que son, principalmente, las afinidades ideológicas y partidistas. Otro factor de cambio lo representa la sustitución de Felipe González por Joaquín Almunia, que muestra un nivel de atracción electoral mucho más bajo.

Por lo que se refiere a la motivación del voto hacia IU, aparece primordialmente basada en la afinidad ideológica y, ocasionalmente, entre los sectores más jóvenes de su electorado, se justifica el voto a IU como opción táctica contra el PSOE. Por lo que se refiere a la importancia del liderazgo, cabría señalar que la irrupción de Anguita en 1989 parecía apuntar a un cierto impulso de este factor, pero después se ha ido diluyendo en las elecciones de 1993 y 1996, desapareciendo totalmente cuando Frutos sustituye a Anguita.

Los factores explicativos del comportamiento electoral de los jóvenes españoles

3.1. Enfoques teóricos

Hasta la década de 1940, los estudios que tenían como objeto analizar la participación electoral y la orientación del voto de los ciudadanos adoptaron enfoques ecológicos, en gran medida porque en aquel momento sólo se disponía de datos agregados por unidades geográficas y administrativas. Dado el tipo de datos accesibles, las variables económicas, demográficas y administrativas fueron los factores que, de forma prioritaria, se utilizaban a la hora de describir e intentar explicar este comportamiento. En décadas posteriores, la disponibilidad de datos individuales y el avance en el uso de técnicas estadísticas, permitió desarrollar otras estrategias para el análisis de la participación política y electoral.

A partir de la década de 1950, el análisis individual del comportamiento político tuvo una gran expansión, dando lugar a la aparición de las conocidas escuelas de Michigan (Campbell *et al.*, 1960) y de Columbia (Lazarsfeld *et al.*, 1944; Berelson *et al.*, 1954). La primera de ellas se centró en el análisis de las actitudes políticas de los ciudadanos y la segunda en elementos de integración social como variables explicativas. Los individuos poseen características que los diferencian y que constituyen recursos específicos, pues favorecen o dificultan su actuación política. Dentro de estos recursos, podemos identificar un primer conjunto formado por la edad, el género, la educación, los ingresos, la clase social y la ocupación. Un segundo grupo comprende variables que hacen referencia a los recursos que le proporciona al individuo el contexto social en el que se mueve; se trata de las redes de comunicación y de socialización, así como el proceso de integración social que ha rodeado al individuo. Por todo ello, el modelo que tiene en cuenta este conjunto de recursos ha sido identificado como modelo *sociologicista* de decisión de voto (Berelson *et al.*, 1954; Lipset y Rokkan, 1967; Butler y Stokes, 1971; Verba y Nie, 1972).

La decisión de participar requiere una inversión de recursos, de ahí que, en general, se afirme que las personas con mayor tiempo, dinero e información tienen una mayor propensión a participar (Boix y Riba, 2000). El coste relativo de votar disminuye al tener más recursos. Para este modelo, los ciudadanos con recursos, es decir, de clase y estatus socioeconómico alto, participan más en política que los que cuentan con recursos escasos. Este aspecto se complementa en aquellos que tienen un cierto nivel de educación, ingresos u ocupación como medida del status socioeconómico. Aquellas personas que cuentan con cualquiera de estos recursos desarrollan

orientaciones cívicas y políticas, tienen una mayor capacidad y oportunidad para obtener información política y un mayor sentimiento de eficacia política, siendo esto lo que les hace participar (Verba y Nie, 1972: 126; Milbrath y Goel, 1977: 38).

La educación aparece en muchos trabajos como una de las variables que influye en la participación (Rosentone y Hansen, 1993; Blais 2000). Algunos autores (Bennett y Klecka, 1970: 382) han destacado el hecho de que la educación tiene un efecto mucho más importante que el estatus y la ocupación sobre la participación política, sobre todo en lo que al sentimiento de eficacia política de los ciudadanos se refiere. Sin embargo, para el caso español se ha mantenido que “mayores capacidades” y “mejores” posiciones sociales, no necesariamente han de significar mayor participación electoral (Justel, 1995: 228; Topf, 1995).

La edad y el género son dos factores individuales que también se han utilizado para explicar pautas y niveles de participación electoral. La edad está vinculada fundamentalmente a la experiencia, el conocimiento y las habilidades que las personas desarrollan y acumulan a lo largo de su vida. Este conjunto de conocimientos y habilidades hace que, en general, las personas mayores participen más que los jóvenes. No obstante, la relación entre edad y participación no suele ser completamente directa y positiva, sino curvilínea. Así, existe un momento en el que dicha relación se estanca, de manera que la participación a una determinada edad deja de aumentar. Por lo que al género se refiere, la mayoría de los trabajos apuntan a una mayor participación de los hombres frente a las mujeres. Sin embargo, esta diferenciación depende del tipo de espacios en los que se desarrolle dicha participación, ya que en lo que respecta al ámbito electoral, la participación está muy igualada en la mayoría de los países, sobre todo a partir de la década de 1960.

La escuela de Columbia también hace referencia a la influencia de la socialización en la toma de decisión sobre si votar o no, y a quién votar. Se resalta la importancia de la integración social como elemento incentivador de la participación política. Aquellos electores casados y con una socialización política importante, participaban más que los solteros o con un menor grado de socialización política (Lane, 1959; Hyman, 1969). Estos autores enfatizan la importancia de los grupos primarios a la hora de compartir y transmitir una serie de valores y percepciones de la realidad política, llegando a afirmar que los miembros de un mismo grupo primario tienen el mismo voto, piensan lo mismo frente a determinados *issues* y están afiliados al mismo partido. En cuanto a aquellos que están indecisos a la hora de votar, según esta perspectiva suelen hacerlo siguiendo a sus personas cercanas. Actualmente, la integración social es considerada como un indicador de capital social.

La Escuela de Michigan identificó las actitudes políticas como factor determinante en la decisión de participar o no en una convocatoria electoral. El modelo desarrollado por esta escuela fue identificado como modelo *psicologista* de decisión de voto. Ponía el énfasis en características psicológicas y perceptivas del individuo ante diferentes elementos del sistema político y como actor con capacidad para intervenir e influir en política. Sobre todo, se hacía hincapié en la identificación partidista como elemento explicativo clave del comportamiento de los electores. Esta variable se ve al tiempo condicionada por la socialización política y, en algunas ocasiones, puede sufrir modificaciones por la percepción de los candidatos o las relaciones mantenidas directamente con los partidos o sus representantes.

Cuando se habla de actitudes políticas se está haciendo referencia a sentimientos, nociones, creencias, ideas y convicciones de un individuo acerca de asuntos o ámbitos políticos. Estas actitudes tienen un efecto en el comportamiento y la participación electoral. En la formación y clasificación de las actitudes políticas se han identificado componentes afectivos, cognitivos y evaluativos, si bien todos ellos predisponen al individuo a actuar en una dirección u otra, y con un grado de intensidad diferente en lo relativo a la participación política y electoral. Los componentes cognitivos vendrían a agrupar posturas que reflejan interés, conocimiento del funcionamiento de las reglas de juego en el ámbito de lo político o de los actores y el seguimiento de la información política. Los indicadores más claros de los componentes afectivos, son la cercanía e

identificación partidista junto a la identificación ideológica, así como la confianza en las instituciones políticas. Como indicadores del componente evaluativo, -elementos éstos que permiten además interpretar el cambio en las actitudes sostenidas- podría citarse la evaluación de la gestión política o el grado de satisfacción con determinados elementos e instituciones del sistema político.

Las identificaciones ideológicas y partidistas pasan a ser a su vez aspectos estructuradores de otras actitudes políticas. La identificación con un partido puede llegar a convertirse en un mecanismo psicológico tan fuerte, que cambie la percepción de un candidato o de unos determinados *issues*. Estas identificaciones suponen el reflejo, o tienen su origen, en conflictos socioestructurales, como aspectos de clase y posiciones religiosas, de ahí que en los análisis en los que esta característica se tiene en cuenta, aparezca como el factor más importante, por delante de aspectos económicos y *cleavages* sociales (Lancaster y Lewis-Beck, 1986: 670).

Sentirse cercano o identificado con un partido político, se ha considerado fundamental para explicar el voto a un determinado partido y, desde luego, a la hora de buscar las motivaciones que llevan a unos ciudadanos a participar en una convocatoria electoral. En el ámbito español se ha demostrado cómo la ideología, medida tanto a través de la capacidad de ubicarse ideológicamente en la escala izquierda-derecha, como por el lugar exacto donde cada persona se sitúa, incide positivamente en la probabilidad de votar. También para el caso español se ha descubierto que, en términos generales, los individuos que se ubican ideológicamente en la extrema izquierda e izquierda son menos propensos a participar que aquellos que se ubican en cualquier otro punto de la escala ideológica, si bien en las últimas elecciones de 2004 esta tendencia no parece cumplirse. Lo que sí parece claro es que, independientemente de si se ubican en uno u otro punto de la escala, para aquellos individuos que declaran cualquier posición ideológica, se incrementa la probabilidad de votar, frente a los que no la declaran (Barreiro, 2002).

Las personas que se interesan por la política o que discuten de manera informal sobre política, participan e intervienen más en el proceso político que los que no están tan implicados (Milbrath y Goel, 1977: 36). La participación política, la competencia subjetiva y la eficacia política están positivamente relacionadas. Así, las personas que muestran interés por elementos de la realidad política y que perciben que pueden influir en dicha realidad, llevan a cabo actividades participativas en mayor medida que otras personas que tienen un perfil diferente.

En la década de 1970, la aplicación de estos enfoques empezó a quedar desfasada a la hora de interpretar la participación del electorado. Fueron muchos los elementos que se destacaron como determinantes en ese cambio pero, sobre todo, se señalaba el incremento en los niveles educativos y una mayor coherencia ideológica partidista, reavivando también algunas de las premisas en las que se basaba un tercer enfoque analítico: la teoría económica de la democracia (Downs, 1957). Esta teoría pretendía explicar el comportamiento y la participación electoral a partir de los beneficios económicos que el elector percibía que había recibido o que iba a recibir; es decir, un modelo racional en el que entraban en consideración tanto elementos materiales como simbólicos.

Teniendo en cuenta las características de este trabajo, las fuentes de datos utilizadas, y que algunas de las variables que hacen referencia a “recursos” de los individuos han sido analizadas anteriormente, en el siguiente apartado, se utilizarán como variables independientes o explicativas las siguientes: ubicación ideológica, valoración de líderes y afinidad partidista. Constituye, por tanto, un acercamiento al estudio de la participación y el comportamiento electoral de los jóvenes españoles siguiendo a la escuela de Michigan, valorando la ideología política como elemento relacionado a su vez con la afinidad partidista y con la valoración de los líderes.

3.2. Las actitudes políticas como factor explicativo

La relación entre la ubicación ideológica y el comportamiento electoral de los individuos, es decir, entre el mantenimiento de una serie de posiciones comunes frente a cómo se debe llevar a

Cuadro 3.1. Evolución de la autoubicación ideológica de los españoles

	1986	1989	1993	1996	2000
Jóvenes	4,0	4,2	4,6	4,5	4,7
Adultos	4,7	4,7	4,8	4,8	5,0

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

cabo o desarrollar la actividad política, y la acción de votar a un partido u otro, es sostenida por numerosos estudiosos del comportamiento electoral. Sin embargo, pueden observarse diferencias ideológicas dentro del electorado de un mismo partido; hay discrepancias entre el electorado joven y adulto, así como en sus percepciones sobre los líderes o su afinidad partidista.

En este trabajo se intenta conocer cuál es la ubicación ideológica de los jóvenes españoles y su evolución a lo largo de los últimos veinte años. También se pretende ver el cambio o continuidad de las preferencias partidistas y el grado de relación entre estas dos variables: ubicación ideológica y afinidad partidista, así como la valoración que hacen los jóvenes de los principales líderes o candidatos y cómo estas valoraciones pueden influir en su posterior comportamiento electoral.

La ubicación ideológica de los jóvenes españoles

Es habitual leer o escuchar en los medios de comunicación y en los análisis sociológicos sobre la juventud a lo largo de la última década el cambio de mentalidad que se ha venido produciendo entre los jóvenes españoles a lo largo de los últimos veinte años, un cambio de mentalidad hacia unas actitudes generalmente más conservadoras, lo que tendría su correspondiente correlato en la dirección de su voto.

Para situar a los entrevistados en el eje ideológico entre la izquierda y la derecha, lo más habitual en los estudios mediante encuesta es utilizar una escala que va de 1 a 10 puntos donde se pide al individuo que se sitúe, entendiendo que la posición 1 representa la extrema izquierda y el 10 la extrema derecha. La evolución de la posición ideológica de los españoles, tanto jóvenes como adultos, queda registrada, en este sentido, por la evolución de las puntuaciones medias que se recogen en el cuadro 3.1. Lamentablemente, no existe dato del año 1982, porque la escala aplicada en aquella encuesta (de 1 a 7 puntos) no resultaba comparable con las demás.

Los datos vienen a señalar que, en efecto, la ubicación ideológica de los jóvenes españoles en los últimos veinte años ha evolucionado hacia posturas ligeramente más de derechas que de izquierdas. Así, tal y como muestra el cuadro 3.1 en 1986, la ubicación media de los jóvenes españoles se situó en el 4,0; en 1989 en el 4,2; en 1993 en el 4,6; en 1996 en el 4,5 y en 2000 en el 4,7. Si únicamente tenemos en cuenta estos datos, podemos afirmar que las posturas ideológicas de

Cuadro 3.2. Evolución de la autoubicación ideológica según cohortes de edad de los jóvenes

	1986	1989	1993	1996	2000
18-21	4,2	4,4	4,7	4,6	4,7
22-25	4,0	4,2	4,4	4,4	4,6
26-29	3,9	4,2	4,5	4,5	4,8

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.3. Evolución de la autoubicación ideológica de los votantes de los principales partidos

	1986	1989	1993	1996	2000
AP/PP	7,4	7,0	6,8	6,5	6,0
CDS	5,2	5,3	5,2	-	-
PSOE	3,6	3,9	3,6	3,7	3,6
PCE/IU	2,6	2,6	2,9	2,9	2,7

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

los jóvenes son menos de izquierdas con el paso de los años. Sin embargo, ésta no es una característica exclusiva del sector juvenil de la población, sino que es una característica general de la sociedad española, puesto que, tal y como se puede apreciar, existe un correlato entre la evolución de las ubicaciones ideológicas de los jóvenes y las del resto de la población.

Las posturas ideológicas mantenidas tanto por jóvenes como por adultos han tendido a posiciones más de centro; por lo tanto, no es que los jóvenes españoles se hayan convertido de manera sorprendente en algo más conservadores, sino que es la tendencia general de la sociedad española, lo que llevaría incluso a replantearse el debate sobre lo que significa ubicarse en uno u otro lugar de la escala ideológica, puesto que ello puede aportar información sobre ese posible cambio en la tendencia ideológica.

Dentro del grupo de los jóvenes, no se aprecian diferencias importantes entre los distintos subgrupos de edad; puede decirse que el cambio en las tendencias ideológicas se produce de manera generalizada y por igual en el interior de los jóvenes.

Como se aprecia en el cuadro 3.3, el cambio en la ubicación ideológica tiene una evolución diferente entre los votantes jóvenes de los diferentes partidos. Los votantes del CDS (mientras existió), PSOE y PCE-IU, se mantienen a lo largo de los años en las mismas o muy parecidas posiciones ideológicas, sea en el centro (caso del CDS) o en la izquierda, más moderada en el caso del PSOE (en posiciones entre 3,6 y 3,9) y más radical en el de IU (entre 2,6 y 2,9).

Lo más llamativo de los datos del cuadro, no obstante, es el cambio que se produce en estos quince años en la ubicación ideológica de los votantes del PP, que han moderado extraordinariamente sus posiciones, pasando de ubicarse, en promedio, en una situación muy a la derecha en 1986 (en el punto 7,4 de la escala) a otra que cabría calificar de centrista en el año 2000 (6,0). Sin duda, este proceso tiene relación con la ampliación del espacio ideológico del PP hacia el centro en los últimos años, en el que se ha basado su estrategia para la conquista del poder.

Algunos investigadores plantean la relación entre tener un conocimiento de cómo funciona la dinámica política, incluso llegan a proponer la relación entre poder ubicarse ideológicamente en una escala, y tener una actitud positiva ante unas elecciones, es decir, ser un posible votante. En este sentido, y en el caso de los jóvenes, no parece cumplirse esta relación puesto que entre

Cuadro 3.4. Evolución de la autoubicación ideológica de los jóvenes, según su participación

	1986	1989	1993	1996	2000
Votantes	4,0	4,2	4,6	4,6	4,7
Abstencionistas	4,0	4,2	4,5	4,1	4,6

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.5. Cercanía a CP/AP/PP

% de entrevistados que se sienten cercanos a AP/PP		
	Jóvenes	Población total
1986	11	14
1989	15	16
1993	24	23
1996	25	25
2000	38	41

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

ambos grupos (jóvenes votantes y abstencionistas) no hay diferencias en su ubicación ideológica, como pone de relieve el cuadro 3.4, aunque sí la haya en cuanto a su comportamiento electoral.

Tanto los votantes como los abstencionistas jóvenes tienen unas posiciones ideológicas medias muy parecidas. En todos los momentos electorales analizados, las ubicaciones medias de unos y otros apenas se diferencian en 0,1 puntos, con la sorprendente excepción de las elecciones de 1996, cuando esta distancia se eleva hasta 0,5 puntos; ello refleja que la relación entre ser capaz de ubicarse ideológicamente en una escala (que implica tener un conocimiento sobre la política, y lo que esa escala significa en términos de posturas y maneras de hacer política) y ser votante o abstencionista, no parece cumplirse entre los jóvenes españoles.

La afinidad partidista

La participación y un comportamiento electoral específico han dado lugar a 14 años de gobierno socialista en nuestro país, desde 1982 hasta 1996, momento en el que el PP gana las elecciones. Este cambio, implicaría, según los seguidores de la escuela de Michigan, que en ese momento (1996) se hubiera producido un desplazamiento en la afinidad y cercanía partidistas de los españoles. Los electores pasan de sentirse más cercanos a un partido que de otro. En este apartado, vamos a comprobar si este cambio en la cercanía partidista se observa entre los jóvenes españoles debido a ese cambio en su ubicación ideológica. Para ello, se analiza la afinidad partidista de los jóvenes españoles hacia los dos principales partidos de ámbito nacional (PP y PSOE).

Hasta 1993, ni los adultos ni los jóvenes parecían sentirse muy cercanos a Alianza Popular o al Partido Popular; sin embargo, sí parece apreciarse un incremento de ese sentimiento de cercanía a partir de ese momento. El porcentaje de jóvenes que se sentía cercano a AP en 1986 (11%) pasa en 1993 al 24%. A partir de 1993⁵, se aprecia un incremento en el porcentaje de jóvenes que manifiestan su cercanía al PP (el 25% en 1996 y el 38% en 2000).

La relación entre ubicación ideológica y afinidad partidista se comprueba en los siguientes gráficos donde podemos apreciar cómo el 78% y 79% de los jóvenes que se ubicaban en 1986 en la escala ideológica en el (7-8) y (9-10) respectivamente, se sienten cercanos a Coalición Popular, y el 84% de los que le votaron habían declarado sentirse muy cercano a este partido.

En 1989 se aprecia cómo este partido empieza a encontrar un grupo importante de jóvenes que se ubican en el centro de la escala ideológica (5-6) que se sienten bastante cercanos a él.

⁵ En 1996 la pregunta a la que responde es la de ¿qué partido representa mejor las ideas de la gente como Ud.?: y en 2000 esta pregunta viene filtrada únicamente para los que declaran que se sienten cercanos a algún partido, y después se les pregunta por cuál en concreto.

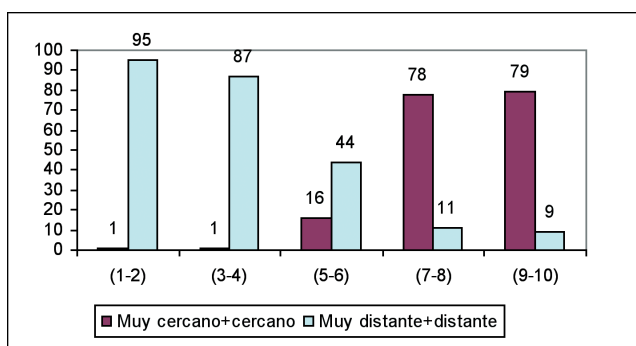


Gráfico 3.1:
Cercanía a CP según
ubicación ideológica en
1986

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Este porcentaje de población, aumenta considerablemente en 1993, momento en que es mayor al del los que se sienten distantes. En 1996, el porcentaje de los jóvenes que se sitúa en el centro (5-6) y que se sienten cercanos al Partido Popular llega al 36%, y en 2000 asciende al 65%. Estos datos no hacen más que reflejar la evolución del comportamiento electoral de los jóvenes españoles y de la sociedad española en general. La relación entre ubicación ideológica, cercanía a partido y voto a partido es evidente, los únicos elementos que merece la pena resaltar son aquellos que marcan los momentos de más incertidumbre política, donde los partidos consiguen captar el voto de jóvenes que hasta entonces tenía una ubicación ideológica de centro pero que en legislaturas anteriores no se sentían tan cercanos al PP.

En cambio, entre los que se ubican en el otro extremo de la escala ideológica (izquierda), se comprueba cómo apenas un 1% se siente cercano o muy cercano a este partido. De la misma manera, podemos resaltar que cómo existe el mismo tipo de relación entre cercanía a un partido y voto a dicho partido. En 1986, el 84% de los jóvenes que declaró sentirse muy cercano o cercano a Coalición Popular, votó por él en dichas elecciones. En 1989, el 79% de los que se sentían cercanos a este partido votaron por él; y en 1993 el 78%.

La tendencia al aumento en la proporción de españoles –jóvenes y adultos– que se sienten cercanos al PP contrasta fuertemente con la evolución que se registra en el caso del PSOE, caracterizado por el paulatino descenso, que es especialmente acusado entre los jóvenes (cuadro 3.6), en la proporción de entrevistados que se sienten cercanos a este partido.

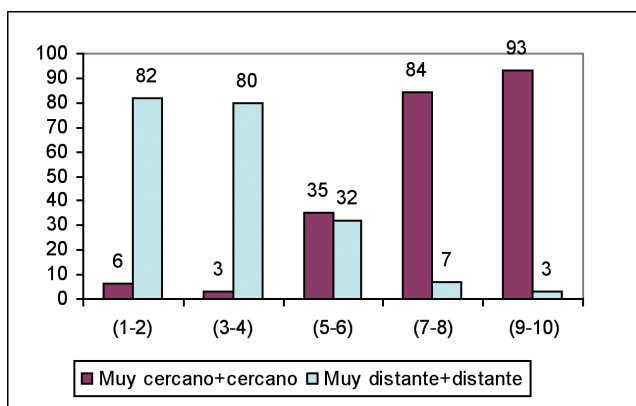


Gráfico 3.2:
Cercanía a PP según
ubicación ideológica en
1989

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

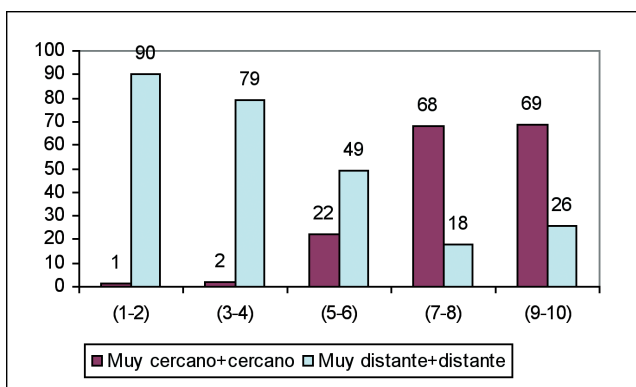


Gráfico 3.3:
Cercanía a PP según
ubicación ideológica en
1993

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Analizando con mayor detalle la evolución del sentimiento de cercanía hacia el PSOE, se observa que en 1986 y 1989, y en menor medida en 1993, el PSOE contaba con electores que se sentían cercanos a él prácticamente en todos los espectros ideológicos. En este sentido, la relación entre ubicación ideológica y cercanía a partido no era tan fuerte como la que se advertía en estos mismos años en el caso del PP.

En 1986, el 43% de los que se autoubicaban en el extremo izquierdo de la escala (1-2) y el 14% de los que se ubicaban en el extremo de la derecha (9-10), se sentían muy cercanos al PSOE. Por lo tanto, prácticamente en todas las posiciones de la escala había gente que se sentía próxima a este partido, si bien estos porcentajes fueron disminuyendo (sobre todo los de quienes se ubicaban en la derecha) a partir de 1993. En todas las convocatorias electorales, se observa cómo entre los electores que se ubican en el punto correspondiente a la izquierda moderada (3-4) es donde se encuentra el mayor porcentaje de jóvenes que se sienten cercanos al PSOE.

El porcentaje de jóvenes que se situaban en la izquierda más radical (1-2) y que se sentían cercanos al PSOE sufre variaciones a lo largo de las legislaturas. En 1986 era bastante alto (42%), en 1989 se reduce al 25% y en 1993 vuelve a aumentar al 38%. En general, el PSOE parece contar con un mayor porcentaje de jóvenes que se siente cercano a este partido entre los que se ubican en la izquierda, que entre los que se ubican en el centro. En las convocatorias electorales analizadas, el PSOE ha contado con un mayor número de jóvenes que si bien se ubicaban en posiciones de derecha, se sentían cercanos a este partido. Sin embargo, no sucede lo mismo con respecto al PP, que no parece contar con muchos jóvenes que se ubiquen en la izquierda y se sientan cercanos a él.

Cuadro 3.6. Cercanía al PSOE

	% de entrevistados que se sienten cercanos al PSOE	
	Jóvenes	Población total
1986	46	40
1989	33	36
1993	30	35
1996	26	33
2000	26	33

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

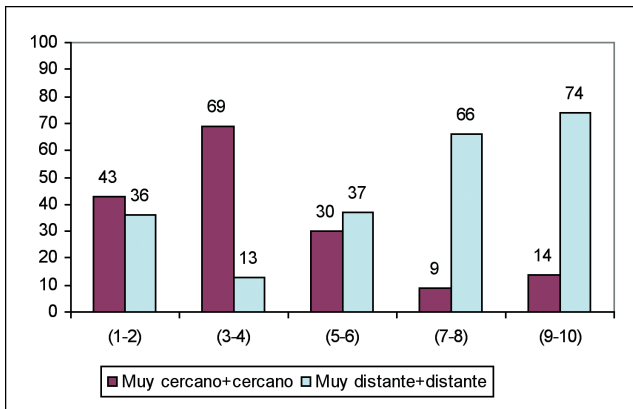


Gráfico 3.4:
Cercanía al PSOE según
ubicación ideológica en
1986

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

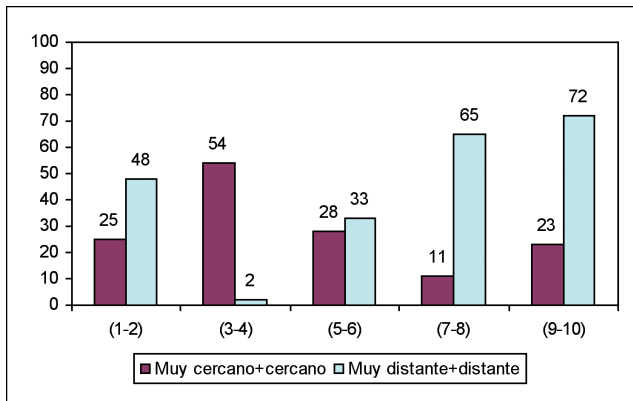


Gráfico 3.5:
Cercanía al PSOE según
ubicación ideológica en
1989

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

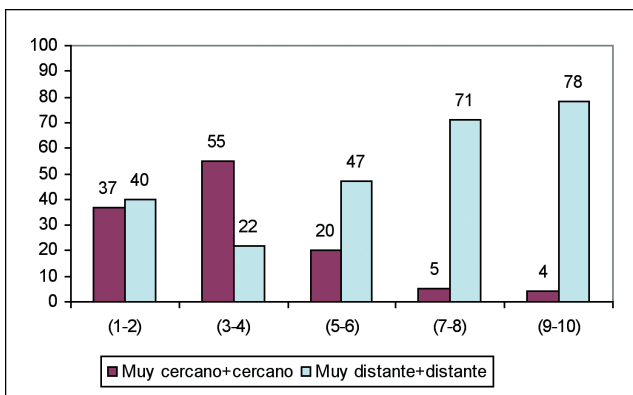


Gráfico 3.6:
Cercanía al PSOE según
ubicación ideológica en
1993

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

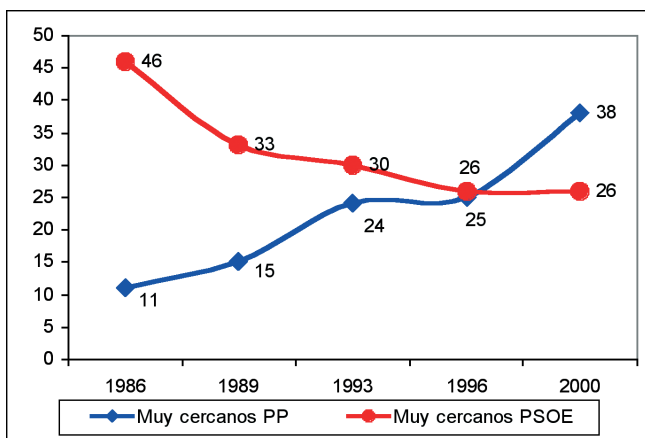


Gráfico 3.7:
Cambios en el sentimiento de cercanía a partidos entre los jóvenes

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Los cambios que se han producido en esta “afinidad partidista”, se observan en el gráfico 3.7, en el que se ve el descenso del porcentaje de electores cercanos al PSOE y el aumento de el de los cercanos al PP. Se ha invertido la cercanía que sienten los jóvenes españoles hacia los dos principales partidos políticos, reflejando el resultado de las elecciones y la evolución de la afinidad partidista entre los jóvenes hacia el partido ganador. Sin embargo, el porcentaje de jóvenes cercanos al PP en 2000 no llega todavía a alcanzar al porcentaje de jóvenes que se sentían cercanos al PSOE en 1986.

La valoración del liderazgo político

Es común que la imagen que se tiene de un partido político venga determinada en muchas ocasiones por la imagen que transmite el líder de ese partido. De igual manera, las posibilidades de votar a un determinado partido dependen, en buena medida, de la valoración que se tenga del líder de ese partido. Por ello, se considera importante conocer la valoración que hacen los jóvenes españoles de los líderes de los dos principales partidos para poder determinar si existe algún tipo de relación entre ésta y el voto a un partido político concreto, así como descubrir si esas valoraciones son diferentes a las de los adultos.

Hasta 1996, la valoración de Felipe González fue mucho mejor que la de José M^a Aznar, si bien, ha ido empeorando con el paso de los años, pasando de una evaluación media de 6,5 en 1986 a un 5,4 después de diez años. Los jóvenes parecen ser más críticos con los líderes políticos en

Cuadro 3.7. Valoración media de los dos principales líderes políticos

	% de entrevistados que se sienten cercanos al PSOE			
	1986	1989	1993	1996
José M^a Aznar				
Jóvenes	-	4,5	5,2	4,8
Adultos	-	4,8	5,4	5,2
Felipe González				
Jóvenes	6,5	6,2	5,7	5,4
Adultos	6,6	6,5	6,3	5,9

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.8a. Evolución de la valoración que hacen de José Mª Aznar los votantes de los principales partidos

	1989	1993	1996
AP/PP	8,2	8,1	7,7
PSOE	3,8	3,8	3,3
IU	3,7	4,1	3,8

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

general, ya que las valoraciones que hacen de ellos son peores que las que hacen los adultos en todos los momentos considerados.

En cuanto a la valoración que hacen de los principales líderes los votantes de otros partidos políticos, se puede decir que tanto los jóvenes votantes del PP como los del PSOE dan una buena calificación a los respectivos líderes de estos partidos (en torno a un 8 sobre 10 puntos). Por su parte, los votantes de IU han valorado mejor a Felipe González que a José Mª Aznar, los votantes del PP también evaluaron mejor a Felipe González de lo que lo han hecho los votantes del PSOE respecto a José Mª Aznar.

La relación entre la ubicación ideológica y la valoración de los principales líderes, muestra cómo las mejores valoraciones recibidas por José Mª Aznar provienen de los jóvenes que se ubican en el centro y la derecha, y las de Felipe González se reparten entre el centro y la izquierda. Si bien, también dieron valoraciones buenas a Felipe González en 1989 los que se ubicaban en la derecha y centro derecha (5,8 y 5,2, respectivamente), esta situación nunca se ha dado entre los que se ubican en la izquierda y centro izquierda respecto a José Mª Aznar.

3.3. La influencia de las campañas en el comportamiento electoral

Los estudios sobre las repercusiones e influencia de las campañas electorales en la decisión de los electores a la hora de ejercer su derecho al voto, no son muy numerosos en nuestro país. Los que existen están enfocados desde la perspectiva de la comunicación política y analizan fundamentalmente el tipo y el estilo de comunicación utilizada por los partidos políticos para transmitir sus programas, las imágenes de los líderes, los eslóganes utilizados, etc (León 1996, Crespo 2004). Por ello, resulta de gran relevancia utilizar estos factores desde la Ciencia Política a la hora de intentar explicar el comportamiento electoral de los jóvenes españoles y sus diferencias en cuanto al seguimiento de la campaña electoral frente al resto de población, así como la influencia de la campaña como agente movilizador o desmovilizador de los jóvenes. Para poder decir si los jóvenes constituyen un grupo de población fácilmente movilizable o no, en necesario,

Cuadro 3.8b. Evolución de la valoración que hacen de Felipe González los votantes de los principales partidos

	1989	1993	1996
AP/PP	4,6	4,3	4,1
PSOE	8,7	8,0	7,9
IU	5,1	5,0	4,6

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.9. Seguimiento de las noticias políticas por televisión

	1986		2000	
	Adultos (30 +)	Jóvenes	Adultos (30 +)	Jóvenes
Todos o casi todos los días	19	12	47	38
Cuatro o cinco días por semana	4	4	8	8
Dos o tres días por semana	5	7	7	9
Solo los fines de semana	6	6	2	3
De vez en cuando	19	23	20	22
Nunca o casi nunca	47	48	16	20
Total	100	100	100	100
(N)	(4012)	(1256)	(4011)	(1257)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

en primer lugar, conocer qué importancia le conceden ellos a la campaña electoral realizada por los partidos y como fue el seguimiento que hicieron de la misma.

A la hora de hablar de campaña electoral, son muchos los aspectos a los que se está haciendo referencia. Para algunos autores se trata del conjunto de contenidos que aparecen en los medios de comunicación y que intentan influir en el desarrollo político los días anteriores a las elecciones. Para otros, engloba todo tipo de esfuerzos realizados por partidos y candidatos para conseguir movilizar al electorado.

Independientemente de unas u otras definiciones -que pueden insistir en algún aspecto o actor concreto de la realidad y la comunicación política en ese periodo de tiempo-, la campaña electoral, en este trabajo, hará referencia a un conjunto amplio de contenidos de comunicación que utilizan tanto líderes y candidatos como partidos políticos para transmitir sus programas, preferencias, ideas u opiniones sobre diferentes ámbitos de la política. Entre ellos, se va a analizar la influencia de aspectos tales como las intervenciones de los líderes en los medios de comunicación, los mítines y los programas electorales. Se intentará comprobar si el seguimiento de alguno de estos aspectos ha influido en la decisión tomada o ha contribuido a cambiar o a reforzar la decisión que se tenía anteriormente respecto a qué hacer el día de las elecciones.

Antes de ver esto, hay que resaltar la existencia de un periodo denominado “precampaña” que suele confundir sobre cuales son los aspectos que han de considerarse cuando se pretende medir el peso de la campaña en la decisión de votar o no, o a qué partido. Durante el periodo de precampaña se suelen ir determinando cuales serán los principales temas posiblemente tratados en el periodo restringido por ley para hacer campaña electoral por los partidos políticos; sin embargo, no está prefijado cuando puede decirse que se está en un periodo de precampaña o, principalmente, cuando se inició ese periodo, y puede ser diferente para cada partido, lo que a veces confunde al entrevistado cuando se le pregunta por el periodo de campaña o por la campaña electoral en general.

Interés y seguimiento de las campañas electorales

Existe bastante grado de acuerdo sobre la estrecha relación entre el interés por las cuestiones políticas y el seguimiento de las campañas electorales, que constituyen, al fin y al cabo, el momento idóneo en el que se ponen “encima de la mesa” las posturas de los diferentes partidos sobre su particular forma de entender la política y llevarla a cabo. Pero también puede estable-

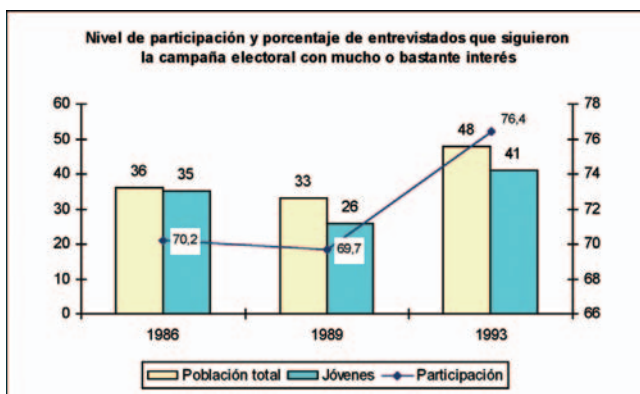


Gráfico 3.8:
Participación electoral
y seguimiento de las
campañas

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

cerse una relación entre estos dos aspectos y la participación electoral, y es lo que se pretende comprobar en este apartado. Se supone que quien está al tanto de lo que ocurre en política, y en concreto durante la campaña electoral, posee una actitud positiva y de interés hacia las elecciones y lo que éstas significan.

Uno de los rasgos característicos de la cultura política de los españoles es que la política no suele despertar gran interés entre ellos. Así, en otras investigaciones sobre juventud y actitudes políticas de los jóvenes⁶, se descubre como el aburrimiento o la indiferencia suelen ser calificativos que los jóvenes dan al sentimiento que les produce la política. A pesar de ello, pueden apreciarse diferencias en los últimos años si medimos este interés por la política a través de la frecuencia con la que se siguen las noticias políticas y el medio de comunicación utilizado para ello.

Se observa un incremento en el seguimiento de las noticias políticas a través de la televisión en los últimos 15 años. En 1986, el 23% de la población total y el 16% de los jóvenes seguía todos o casi todos los días las noticias políticas a través de este medio, mientras que en 2000, el seguimiento llega a alcanzar el 55% entre la población total y el 44% entre los jóvenes. Sin embargo, resulta muy alto el porcentaje de población (tanto jóvenes como adultos), que prácticamente nunca sigue noticias políticas por la televisión, siendo el medio de comunicación más utilizado (47% en 1986 y en torno al 18% en 2000). La radio no parece ser uno de los medios de comunicación más habitualmente utilizados, puesto que, por ejemplo, en el año 2000 únicamente el 25% de la población total y el 13% de los jóvenes la escucha de manera cotidiana para informarse sobre cuestiones políticas.

Por lo que se refiere al interés con el que se han seguido temas políticos concretos de campaña electoral durante las convocatorias electorales de 1986, 1989 y 1993, puede observarse cómo el porcentaje de los interesados sigue siendo menor que el de aquellos jóvenes que declaran que los han seguido con poco o ningún interés. Lo que sí parece apreciarse en el gráfico 3.8 es una relación entre el interés con el que se siguió la campaña electoral y el nivel de participación electoral en esas elecciones.

En las elecciones de 1986 y 1989, que constituían unas elecciones “de continuidad”, puesto que no se percibía la posibilidad de un cambio del partido en el gobierno, el seguimiento de la campaña electoral fue escaso, mientras que en las de 1993, en un momento en el que sí se bara-

⁶ INJUVE. Actitudes políticas de la juventud en España. Madrid, 1991. Informe realizado para el INJUVE por el equipo de Investigación Social Caleidoscopio: Actitudes políticas de la juventud y comportamiento electoral de las generaciones españolas en la democracia de fin de siglo (1977-1996).

Cuadro 3.10. Interés en la campaña electoral, según participación

		Mucho +	Poco + ningún	(N)
		bastante interés	interés	
1986	Participación			
	Votantes	40	32	(1737)
	Abstencionistas	16	63	(463)
	Diferencia	30	-31	
1989	Participación			
	Votantes	32	38	(598)
	Abstencionistas	7	78	(201)
	Diferencia	25	-40	
1993	Participación			
	Votantes	47	37	(1049)
	Abstencionistas	18	71	(252)
	Diferencia	29	-34	

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

jaba la posibilidad de un cambio del partido en el gobierno, el interés con el que se siguió la campaña electoral fue mucho más alto, lo que se correspondió con una posterior participación también bastante más elevada. Esto pone de manifiesto que el interés prestado a la campaña electoral tiene mucho que ver con la percepción que se tenga de que exista un cambio o una continuidad en el escenario político. Parece que cuando existe o se percibe la posibilidad de un cambio político, el interés por conocer las posturas de los diferentes partidos y líderes es mucho mayor que en otras elecciones donde la posibilidad de un cambio no es tan evidente.

La relación entre estas dos dimensiones –seguimiento de la campaña y participación electoral– puede apreciarse también en los datos recogidos en el cuadro 3.10 donde se muestran las diferencias de interés entre aquellos que se declaran votantes y los que se identifican como abstencionistas en cada una de las convocatorias electorales analizadas.

El mayor interés por las campañas se registra entre los votantes en todas las elecciones, mientras que entre los abstencionistas predomina muy ampliamente el desinterés por ellas. Hay que destacar que tanto entre los votantes como entre los abstencionistas hay importantes diferencias entre las distintas elecciones, como el menor interés que despertó la de 1989 y situándose en el extremo contrario, con un interés mucho más elevado en las elecciones de 1993.

En 1986 apenas existían diferencias en el interés declarado por los jóvenes y por la población total en el seguimiento general de la campaña, sin embargo, tanto en 1989 como en 1993, es más alto el interés mostrado por la población total. Dentro de los diferentes subgrupos de edad de los jóvenes, los que cuentan entre 18-21 años, son los que menos interés manifiestan por la campaña electoral en todas las elecciones de las que se dispone de datos para su análisis (cuadros 3.11.a, b y c).

Un hecho que se repite igualmente en todas las convocatorias electorales es que a medida que aumenta la edad entre los jóvenes, se incrementa también de manera muy apreciable su interés por las campañas. Este hecho coincide con lo que ponen de manifiesto los resultados de otros trabajos, no sólo relativos a temas de campañas electorales, sino de interés por cuestiones

Cuadro 3.11a. Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1986

	18-21	22-25	26-29
Con mucho interés	6	9	8
Con bastante interés	25	25	33
Ni con mucho ni con poco interés	27	26	27
Con poco interés	26	25	17
Con ningún interés	16	14	15
N.S./N.C.	0	1	0
Total	100	100	100

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.11b. Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1989

	18-21	22-25	26-29
Con mucho interés	5	6	6
Con bastante interés	19	20	20
Ni con mucho ni con poco interés	22	28	27
Con poco interés	30	27	27
Con ningún interés	23	18	20
N.S./N.C.	1	1	0
Total	100	100	100

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.11c. Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1993

	18-21	22-25	26-29
Con mucho interés	9	11	12
Con bastante interés	28	31	34
Ni con mucho ni con poco interés	13	15	15
Con poco interés	31	25	24
Con ningún interés	19	18	15
N.S./N.C.	0	0	0
Total	100	100	100

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

políticas en general, acerca de cómo el proceso de maduración personal se aprecia en un incremento del interés y preocupación por aspectos políticos que pueden afectar a su día a día.

Las funciones de la campaña electoral

Dentro de las funciones u objetivos atribuibles a una campaña, dentro del conjunto del proceso electoral, suelen mencionarse los siguientes: 1) transmitir a los electores un determinado mensa-

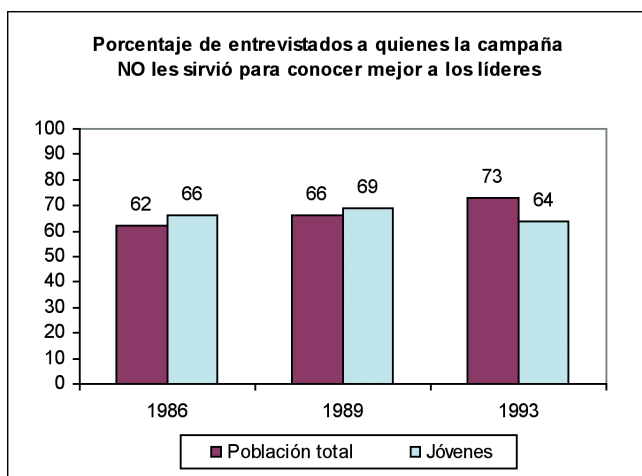


Gráfico 3.9:
Contribución de las
campañas al conoci-
miento de los líderes

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

je, 2) explicar los elementos más diferenciadores del programa de acción política de los diferentes partidos que compiten por el poder, 3) presentar a los líderes políticos o candidatos a los electores, 4) convencer a un grupo de electores de que un determinado partido es la mejor opción posible frente al resto de las fuerzas políticas, 5) movilizar al electorado o influir en la toma de decisión final de los votantes.

De hecho, en algunas ocasiones, a la hora de tratar las diferencias entre los partidos políticos, se habla de lo importante que es la capacidad de cada uno de ellos para movilizar al electorado en el último momento antes de las elecciones. Es importante valorar y tener en cuenta cómo se lleva a cabo la campaña electoral y los mecanismos de movilización y persuasión utilizados por cada partido para comprobar hasta qué punto se alcanzaron los objetivos de dichas campañas.

Este hecho concede a los partidos con capacidad movilizadora un potencial muy importante a la hora de estimar los resultados electorales. A continuación, se verá cual de todas estas funciones fue la que, según los electores, cumplió de manera más eficaz la campaña de los partidos.

La función de difundir la imagen de los candidatos

En las elecciones de 1986, 1989 y 1993, y según las percepciones de los entrevistados, la campaña electoral no sirvió mucho para que los electores conocieran mejor a los líderes que competían por el poder. De hecho, en los tres momentos analizados, en torno a siete de cada diez electores declararon que ésta sirvió poco o nada para que conocieran mejor a los líderes, y apenas les permitió conocerlos mejor a tres de cada diez. Esto parece poner de manifiesto que durante las campañas electorales de esos años el esfuerzo por parte de los partidos de intentar transmitir información sobre sus líderes o candidatos a los electores no parece que causase el efecto esperado; o por lo menos así lo perciben ellos.

No existen diferencias entre los distintos subgrupos de jóvenes, ni entre los jóvenes y el resto de población. Parece ser una percepción generalizada a todos los electores, ya que no se aprecian diferencias significativas por edad ni por otras variables sociodemográficas respecto a esta cuestión.

La función de dar a conocer los programas

La campaña electoral constituye uno de los momentos más adecuados para dar a conocer a los electores (posibles votantes) qué es lo que cada partido político pretende hacer o llevar a cabo en el caso de ganar las elecciones. Se trata de un espacio de tiempo dedicado a transmitir al

Cuadro 3.12. Utilidad de la campaña para conocer los programas de los partidos

	1986		1989		1993	
	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes
	(30 +)	(30 +)	(30 +)	(30 +)	(30 +)	(30 +)
Mucho	6	6	4	5	5	5
Bastante	27	28	30	28	29	30
Poco	36	37	32	35	37	36
Nada	26	27	30	30	25	27
N.S./N.C.	5	2	4	2	4	2
Total	100	100	100	100	100	100
(N)	(6050)	(2207)	(2265)	(806)	(3669)	(1314)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

público cuales son las líneas principales de actuación y dedicación presupuestaria, las áreas y grupos específicos a los que se les prestará mayor atención en el caso de que ese partido llegase al poder. Cada partido elabora el programa electoral de acuerdo a sus posiciones ideológicas, pero también es cierto que después el hincapié que se hace sobre cada uno de los diferentes aspectos del mismo, depende mucho de las preocupaciones de los electores, de la realidad política del momento, o de cómo vaya desarrollándose la agenda política del partido que pueda suponer la mayor competencia.

En los últimos años se ha hablado de la pérdida de importancia de los programas electorales, de que apenas existen diferencias entre los de los distintos partidos y de que no se les concede mucha relevancia en el momento de la campaña electoral. En su lugar, aparecen debates sobre aspectos concretos del momento o las campañas se centran en un enfrentamiento dialéctico entre los principales candidatos.

Todas estas circunstancias hacen que tampoco parezca que la campaña contribuya mucho a que los electores conozcan los programas de los partidos que compiten en las elecciones. En los tres momentos analizados, el porcentaje de personas que considera que la campaña electoral no les permitió conocer los programas de los partidos, es el doble al de aquellos que consideran que sí les permitió conocerlo.

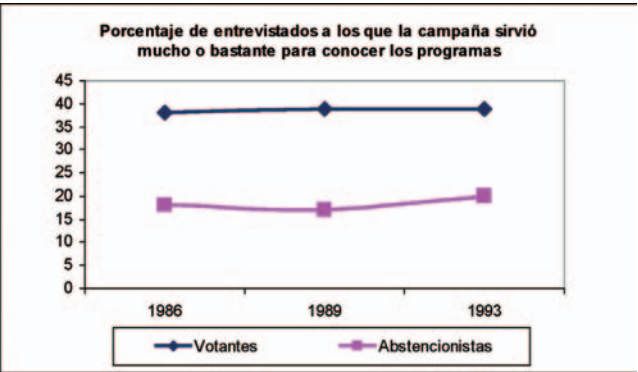


Gráfico 3.10:
Contribución de las campañas al conocimiento de los programas, según participación

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.13a. Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes

1986	Conocer mejor a los líderes	Informarse de los programas de los partidos	Ver las diferencias entre los partidos
Mucho	6	6	8
Bastante	26	28	31
Mucho+bastante	32	34	39
Poco	38	37	35
Nada	28	27	24
Poco+nada	66	64	59
NS/NC	2	2	2
Total	100	100	100
(N)	(2207)	(2207)	(2204)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Por otra parte, no existen diferencias entre grupos de edad en la manera como los electores perciben que una de las cosas para las que sirve la campaña electoral es para informarse de los programas; los datos del cuadro 3.12 muestran que no hay diferencia alguna entre los jóvenes y el resto de población. En ambos casos, y a lo largo de las convocatorias que se están analizando, a tres de cada diez jóvenes la campaña electoral les sirvió para conocer los programas de los partidos, pero para más de seis de cada diez no cumplió esta misión.

Las únicas diferencias que se observan son las que aparecen entre aquellos jóvenes que manifiestan ser votantes o abstencionistas. Los votantes perciben en mayor medida que la campaña electoral les sirvió para tener información de los programas de acción política de los partidos, mientras que para los abstencionistas, es mayoritaria la opinión de que esta función no fue cumplida. Estos resultados tienen una relación directa con el interés manifestado por los dos grupos

Cuadro 3.13b. Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes

1989	Conocer mejor a los líderes	Informarse de los programas de los partidos	Ver las diferencias entre los partidos
Mucho	6	5	7
Bastante	22	28	28
Mucho+bastante	28	33	35
Poco	38	35	35
Nada	31	30	28
Poco+nada	69	65	63
NS/NC	2	2	2
Total	100	100	100
(N)	(807)	(806)	(807)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.13c. Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes

1993	Conocer mejor a los líderes	Informarse de los programas de los partidos	Ver las diferencias entre los partidos
Mucho	5	5	6
Bastante	29	30	38
Mucho+bastante	34	35	44
Poco	38	36	30
Nada	26	27	24
Poco+nada	64	63	54
NS/NC	2	2	2
Total	100	100	100
(N)	(1314)	(1314)	(1313)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

de electores hacia la política y la campaña en general. Si una persona no está interesada, ni sigue la campaña electoral, es lógico que no pueda percibir con tanta facilidad qué es lo que intentan transmitir los partidos a través de esa campaña.

La función de resaltar las diferencias entre los partidos

Otra de las principales funciones de la campaña electoral es que a través de ellas los partidos presentan al electorado sus líneas de actuación y preocupación. De hecho, durante los días de campaña electoral se suelen radicalizar determinados argumentos y posturas para que al electorado le resulte más fácil ver las diferencias entre unos partidos y otros.

Sin embargo, entre los entrevistados es mayoritaria la percepción de que la campaña electoral no sirve para que los electores vean las diferencias entre los partidos. En los tres momentos considerados (1986, 1989 y 1993) seis de cada diez españoles consideraban que la campaña sirvió poco o nada para percibir esas diferencias. Esta opinión es igualmente mantenida por jóvenes y adultos.

Centrando el análisis exclusivamente en las opiniones de los jóvenes entre 18 y 29 años, se observa que en 1986, de las tres posibles funciones de la campaña electoral, se considera que la que se cumplía en mayor medida era la de resaltar las diferencias entre los partidos, pese a que tampoco es muy grande la diferencia con respecto a las otras funciones que se esperan de una campaña electoral.

En las elecciones de 1989, con un electorado bastante desmovilizado ante la perspectiva de unas elecciones absolutamente continuistas, dada las escasas posibilidades que se le ofrecieron a la oposición, la campaña sirvió bastante poco tanto para conocer a los líderes como para informarse de los programas o para resaltar las diferencias entre los partidos, aun cuando sea ésta la razón que finalmente se considera cumplida en mayor medida en la campaña.

A diferencia de lo que ocurría en 1989, las elecciones de 1993 se mostraban a priori extraordinariamente competitivas, con las encuestas preelectorales ofreciendo resultados muy apretados que tan pronto favorecían al PSOE como al PP. En estas circunstancias se produjo una extraordinaria movilización del electorado, que tiene su reflejo también en el seguimiento de la campaña electoral y en el hecho de que en esta ocasión se considerara que la campaña había cumplido mejor sus funciones de dar a conocer a los líderes, difundir los programas electorales y resaltar las diferencias entre los partidos.

La influencia de la campaña en la decisión de voto

Al margen de estas primeras impresiones de los electores sobre las posibles funciones de la campaña electoral (es decir, para lo que en teoría puede servir la campaña), que es presentar ciertas diferencias programáticas o ideológicas de los partidos, o dar a conocer a los líderes o candidatos, etc., en la realidad todas estas funciones están encaminadas a influir en el elector, de una u otra manera, con la intención de movilizar a nuevos o viejos votantes. Se intenta ejercer ese tipo de influencia, principalmente a través de los medios de comunicación, aunque también a través del contacto directo con los electores.

Es importante resaltar la diferente lectura que puede hacerse de la expresión “influir en la decisión”. La influencia de los distintos elementos componentes de la campaña electoral puede ser de muy diferentes tipos, que se podrían sintetizar en estas cuatro formas:

- Influir induciendo a la participación;
- Influir provocando la abstención;
- Influir reafirmando la decisión anterior a la campaña (bien sea participar o abstenerse, o votar a qué partido);
- Influir cambiando la decisión anterior a la campaña (participar, abstenerse o votar a un partido concreto).

Los líderes de los partidos o los candidatos de los mismos, suelen tener una presencia muy importante en los medios de comunicación en periodo de campaña electoral. Aparte del tiempo asignado por ley para hacer publicidad del partido y presentar algunas de las principales características del programa, los medios de comunicación hacen un seguimiento extensivo de cómo avanza el periodo de campaña, las declaraciones de los principales representantes, los mítines, las ruedas de prensa, etc. Todo lo que ellos puedan decir sobre su partido o el de mayor competencia, es recogido por los medios y presentado al electorado con la intención de dar a conocer a partidos y candidatos, sus opiniones y puntos de vista.

La influencia de la intervención de los líderes en televisión

Se considera a la televisión como el medio de comunicación más seguido y visto por la mayoría de los españoles; si bien hay espacios concretos que tienen un seguimiento más selectivo. Respecto al seguimiento de las noticias políticas en momentos de campaña, en concreto la intervención de los líderes en diferentes espacios televisivos, y su influencia en la decisión de votar o la de abstenerse, y en el caso de votar, por qué partido hacerlo, presenta algunos aspectos que merecen ser destacados.

Parece observarse una mayor influencia de la presencia de líderes en televisión los primeros años de democracia que en la década de los noventa. En 1986 el 40% de los jóvenes consideraba que la presencia de los principales candidatos o representantes de los partidos influyó en su toma de decisión; sin embargo, esta influencia bajó al 30% en este mismo grupo en 1993. Hay que señalar, no obstante, que incluso en 1986, cuando la influencia se reconoce más importante, para cinco de cada diez entrevistados, estas intervenciones no tuvieron ningún efecto en su decisión de voto.

En 1993 tuvieron lugar debates en televisión entre los líderes de los dos principales partidos, Jose M^a Aznar y Felipe González; sin embargo, este hecho, pese a concederle una gran importancia en la comunicación política, puesto que supone un cara a cara entre los líderes, y es un importante escaparate de presentación de las capacidades de los futuros representantes, parece que no tuvo una importante influencia en los electores.

De hecho, como muestra el gráfico 3.11, no existe correspondencia, en modo alguno, entre la evolución de la participación electoral y la percepción de una mayor o menor influencia de la presencia de los líderes en televisión, que es declinante incluso en unas elecciones en las que la participación aumentó apreciablemente, como son las de 1993.

Es curioso observar cómo en este tipo de temas, las diferencias entre jóvenes y adultos no son muy llamativas, y también cómo entre los jóvenes, no se aprecian diferencias significativas

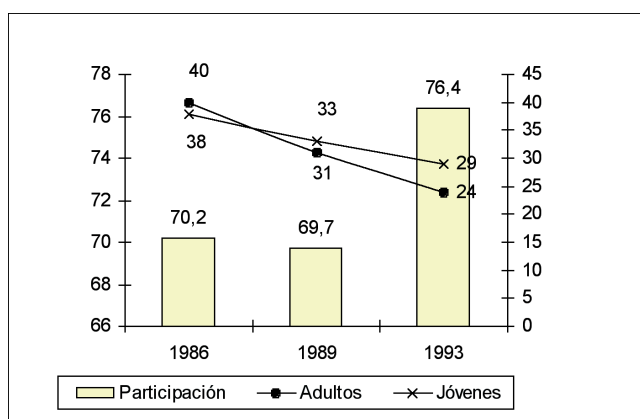


Gráfico 3.11:
Influencia de la intervención de los líderes en TV

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

entre los diferentes subgrupos de edad; lo que refleja una opinión muy homogénea en el interior del conjunto de los jóvenes. Las únicas diferencias apreciables son las que marca la variable estudios. En los tres momentos analizados, la intervención de los líderes parece que influyó más a los que tenían estudios primarios que a los que contaban con estudios universitarios, lo que hace suponer que estos últimos tienen ya una opinión más formada de cada uno de los partidos.

La influencia de la información de los telediarios

Dentro de los diferentes medios de comunicación que hacen el seguimiento de las campañas electorales, cabe destacar a la televisión como el de mayor influencia sobre el electorado, y dentro de este medio hay que señalar a los telediarios como los principales instrumentos de transmisión de la información, por su cobertura diaria y, en la mayoría de los casos, por la retransmisión en directo de los diferentes acontecimientos y actos político-electorales, así como por su capacidad de alcanzar a la mayor parte de la población debido a la hora a la que se difunden.

A los electores españoles, y un poco más al electorado joven que a los adultos, la información proporcionada por los telediarios les influyó en mayor medida que la recibida a través de la prensa; además, lo hace de la misma forma a lo largo de diferentes elecciones, es decir, en 1986 la influencia tanto de la prensa como de la televisión es mayor que en 1989 y mucho más que en 1993, momento en el que ni un medio de comunicación ni otro tuvo influencia en la toma de decisión.

La relación entre estas dos variables y la participación política, es decir, la percepción de los electores jóvenes de la influencia de la información proporcionada por los telediarios y la prensa

Cuadro 3.14. La influencia de la intervención de los líderes según los estudios

	1986	1989	1993
Primarios	37	34	29
Secundarios	40	34	29
Universitarios	34	27	26

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

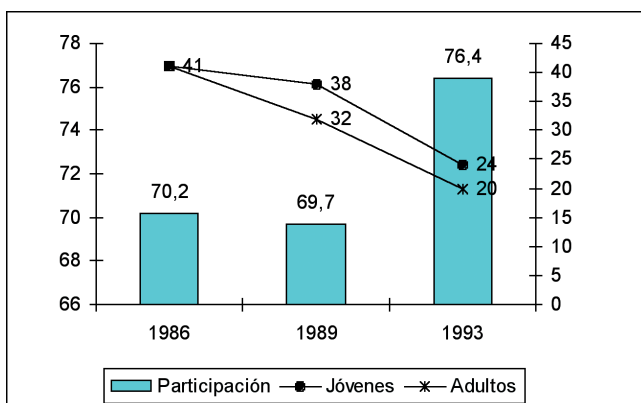


Gráfico 3.12:
Influencia de la información de los telediaros y participación

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

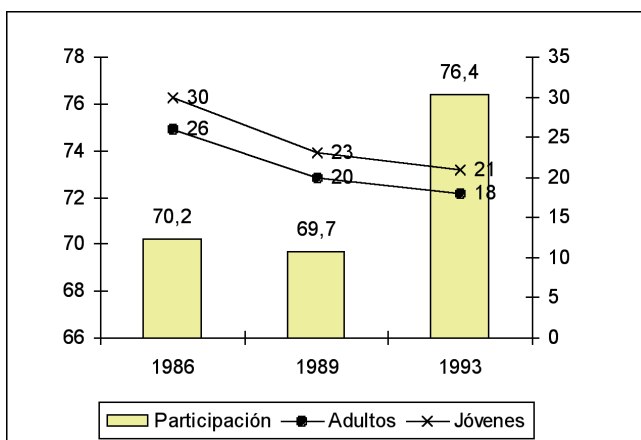


Gráfico 3.13:
Influencia de la información de la prensa

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

en su toma de decisión y la participación que tuvo lugar finalmente, parece mantener un carácter inverso; cuando los jóvenes percibían que tanto ver los telediaros como leer la prensa les había influido en cierta medida, la participación fue menor. Así en 1986, cuando en torno al 40% del electorado sintió que los telediaros sí habían influido en su decisión, la participación final estuvo en torno al 70%, mientras que en 1993, dos de cada diez electores manifestaron que tanto la prensa como los telediaros les habían influido y la participación ascendió al 76%.

Esta “influencia” ejercida por la prensa y la televisión, puede ser entendida como un reforzamiento de la decisión que se tenía antes de la campaña o como un incentivo para asistir a votar o a abstenerse; este tipo de influencia se da, de manera más importante en 1986 y 1989, sin embargo, en 1993, al ser menor la percepción de influencia, se supone que los electores tenían mucho más clara su decisión antes de la campaña.

De estos datos podemos extraer varias conclusiones:

- La percepción subjetiva de influencia de la campaña electoral en la toma de decisión es más importante en los primeros años de democracia que en la década de los noventa, tanto para jóvenes como para adultos. Sin embargo, de estas declaraciones no se puede inferir la reper-

Cuadro 3.15. Valoración de la campaña electoral del líder del PP

	1993		1996		2000	
	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes
	(30 +)		(30 +)		(30 +)	
Muy buena	7	8	5	4	8	5
Buena	35	31	27	25	41	43
Muy buena+buena	42	39	32	29	49	48
Regular	32	32	29	32	17	19
Mala	11	13	18	17	6	5
Muy mala	2	4	7	8	2	2
Muy mala+mala	13	17	25	25	8	7
N.S./N.C.	13	12	14	14	25	25
Total	100	100	100	100	100	100
(N)	(3656)	(1309)	(3706)	(1273)	(4017)	(1254)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).Fuente: Estudios postelectorales del CIS.

cusión final puesto que en muchas ocasiones los electores no manifiestan la influencia que realmente han tenido sobre ellos los elementos de campaña.

- Pese a que el porcentaje de electores que siguió con interés la campaña electoral fue mucho mayor en 1993 que en otras convocatorias electorales, la percepción de influencia de la misma fue menor.

Valoración de las campañas electorales realizadas por los líderes de los partidos

Como se ha comentado anteriormente, uno de los objetivos de las campañas electorales es el de transmitir al electorado las cualidades del líder del partido, o las principales líneas de actuación pública de un partido. En muchas ocasiones suele confundirse la campaña electoral que lleva a cabo un partido con la de su candidato, puesto que el líder o candidato constituye la figura visible del partido, y posible presidente. En este sentido, es importante conocer cuál es la valoración que hacen los ciudadanos de las campañas de los líderes de los partidos, y si existen posibles diferencias entre grupos de edad.

Desde 1993, momento en el que se intuía un posible cambio en el escenario político del país, la campaña electoral pasaba a ser un escaparate perfecto para transmitir al electorado el cambio y las diferencias entre el partido en el gobierno y el o los posibles candidatos a ocupar ese puesto. En términos generales, la campaña realizada por el líder del Partido Popular desde 1993 ha sido evaluada muy positivamente, sobre todo, en las elecciones de 2000. Sin embargo, hay que resaltar que un 25% de los españoles (tanto jóvenes como adultos) evaluaba como mala o muy mala la campaña realizada por José María Aznar en 1996, momento en el que su partido ganó dichas elecciones. Aunque no las ganó con la contundencia que predecían las encuestas preelectorales, lo que muchos analistas interpretaron como consecuencia de los errores de la campaña, que no consiguió eliminar del todo el “miedo al cambio” que todavía persistía en importantes sectores de la sociedad.

Los datos del año 1996 contrastan fuertemente con los del año 2000, cuando la arrolladora victoria del PP se justifica en la opinión pública a causa de la buenísima valoración de su campaña. De todos modos, permanece una cuestión en el aire, y es la dirección que toma la influen-

Cuadro 3.16. Valoración de la campaña del líder del PSOE

	1993		1996		2000	
	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos	Jóvenes
	(30 +)		(30 +)		(30 +)	
Muy buena	7	5	6	5	1	0
Buena	37	33	30	26	9	12
Muy buena+buena	44	38	36	31	10	12
Regular	31	33	30	31	29	29
Malá	9	12	15	17	25	23
Muy mala	2	4	6	8	10	10
Malá+muy mala	11	16	21	25	35	33
N.S./N.C.	13	13	13	13	26	26
Total	100	100	100	100	100	100
(N)	(3657)	(1309)	(3704)	(1272)	(4013)	(1252)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

cia: es posible que el resultado electoral sea atribuible a una buena campaña electoral, pero también lo es que la buena valoración que lleva a cabo la opinión pública de esta campaña esté relacionada con el éxito electoral cosechado por el PP.

La evaluación de la campaña del líder del PSOE ha sufrido importantes variaciones a lo largo de las tres últimas convocatorias. Como se señalaba en el caso del PP, estas diferencias parecen estar relacionadas de manera muy clara con el éxito o fracaso electoral de este partido. Así, en 1993, la evaluación de la misma fue positiva, sobre todo entre los adultos, y este partido salió como ganador en dichas elecciones.

Los datos de 1996 merecen una reflexión más detallada. El PSOE perdió las elecciones y, sin embargo, la valoración de la campaña electoral de Felipe Gonzalez es globalmente positiva, sobre todo entre los adultos, pero también entre el electorado joven. De hecho, comparando los datos del cuadro 3.16 con los del cuadro 3.15 se advierte que se valora mejor la campaña del líder del PSOE (derrotado) que la de José María Aznar (vencedor de las elecciones).

Ello obliga a poner en relación el resultado de las urnas con las expectativas previas, a la hora de valorar el éxito o fracaso de una campaña. En 1996, cuando la opinión pública esperaba una victoria arrolladora del PP y una debacle del PSOE, al no producirse esta situación, sino una ajustada victoria del PP y una “dulce derrota” del PSOE, las valoraciones que se hacen de las campañas electorales realizadas por los candidatos respectivos, tienen en cuenta este hecho.

La peor valoración de la campaña del líder del PSOE se produce en las elecciones de 2000, cuando únicamente un 10% de los adultos y un 12% de los jóvenes consideró que ésta fue buena o muy buena. Esta negativa evaluación de la campaña se corresponde también con un resultado de las urnas que era apreciablemente peor que el que le estimaban las encuestas en las fechas previas a las elecciones.

Es importante resaltar cómo tanto en el caso de la campaña del líder del PP como la del PSOE en 2000, uno de cada cuatro jóvenes no sabe o no valora la campaña de los líderes de estos partidos.

Tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico, el año 2000 cambia radicalmente el escenario de la campaña electoral de los dos principales partidos. La evaluación de la campaña llevada a cabo por el líder del PP mejora considerablemente respecto a las de elecciones anteriores, mientras que la del PSOE sufre las peores valoraciones. Hay que tener en cuenta que en esta cam-

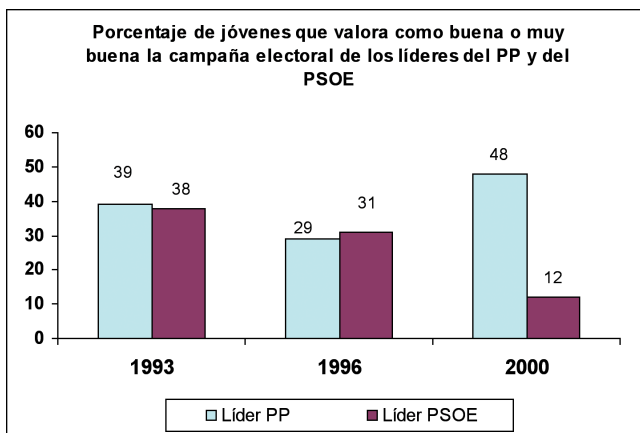


Gráfico 3.14:
Valoración por los jóvenes de las campañas de los líderes del PP y del PSOE

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

paña se produjo la sustitución de Felipe González por Joaquín Almunia como candidato y un apresurado y escasamente explicado pacto con IU, percibido por la opinión pública como una “solución a la desesperada” de dos fuerzas políticas que veían unas negras perspectivas electorales.

La variable explicativa que tiene una relación más clara con la valoración positiva de la campaña realizada por el líder de los principales partidos es la ideología. Entre aquellos jóvenes que se ubican en la extrema derecha (puntos 9 y 10 de la escala) casi nueve de cada diez valoran como buena o muy buena la campaña del líder del PP, y llegan a casi ocho de cada diez entre los que se posicionan en la derecha moderada (el intervalo 7-8). Esta valoración positiva va reduciéndose si nos movemos hacia las posiciones de izquierda, donde cuatro de cada diez la valora como mala o muy mala.

Esta relación puede apreciarse igualmente con el recuerdo de voto a partidos. En 1993, el 76% de los jóvenes que votaron al PP valoraron la campaña realizada por José María Aznar como buena o muy buena. A pesar de las diferencias ideológicas, tres de cada diez jóvenes votantes del PSOE y de IU evaluaron también esta campaña como buena o muy buena, proporción que es más elevada que la de los que la enjuiciaron como mala o muy mala (dos de cada diez).

En cuanto a la relación entre la ubicación ideológica y la valoración que se realiza de la campaña del líder del PSOE, ésta es importante, pero no tan lineal como era en el caso del líder del PP. En 1993, la mitad de los jóvenes que se ubican en la izquierda moderada (el intervalo 3-4 de la

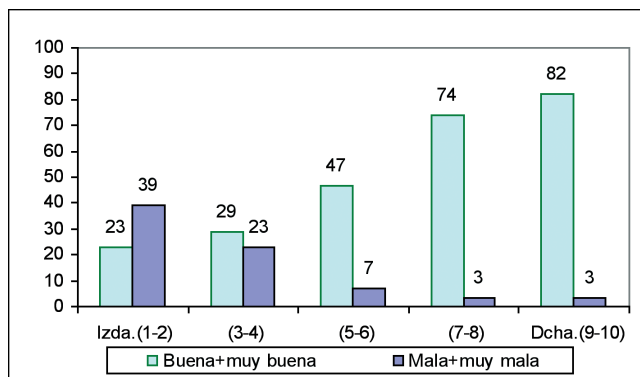


Gráfico 3.15:
Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PP en 1993

Nota: El resto de porcentaje hasta 100 corresponde a los que la valoran regular, a los que no saben y no contestan

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.17. Valoración de la campaña de Aznar en 1993, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	26	39	24	11	100	(132)
PP	76	20	1	3	100	(284)
PSOE	31	38	22	9	100	(358)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

escala de ideología), valoraban como buena o muy buena la campaña de Felipe González, pero también la valoran así casi cuatro de cada diez de los que se ubican en el centro (5-6) y centro derecha (7-8). Aquellos jóvenes que se posicionan en los extremos de la escala de ideología son los que peor valoran la campaña del líder del PSOE, pero el 25% de los que se ubican en la extrema derecha (9-10) la consideran buena o muy buena, así como el 33% de los que se sitúa en la extrema izquierda (1-2).

Seis de cada diez jóvenes que votaron en 1993 al PSOE valoraron la campaña del líder de este partido como buena o muy buena, mientras que dos de cada diez votantes del PP e IU la calificaron como mala o muy mala. Hay que señalar que es más alto el porcentaje de jóvenes votantes del PP que valoró la campaña del PSOE como buena o muy buena (35%), que el porcentaje de las que así la valoran entre los votantes de IU (25%).

En las elecciones de 1996 se mantuvieron, en líneas generales, las mismas pautas que se habían señalado en 1993 en la relación entre la ideología política de los jóvenes y la valoración que se hace de las campañas electorales de José María Aznar y Felipe González. Habría algunas matizaciones que hacer, no obstante, como por ejemplo, que la valoración de la campaña de Aznar es peor en 1996 que en 1993 en todos los segmentos ideológicos, como queda claro de la comparación entre el gráfico 3.18 y el gráfico 3.15.

Igualmente en el caso del PSOE, también la campaña de Felipe González en 1996 resulta peor valorada que la de 1993, en todos los grupos de jóvenes, sea cual sea su ubicación en la escala de ideología, pero al comparar los gráficos 3.18 y 3.16 se observa que las diferencias se hacen especialmente acusadas en los segmentos ideológicos del centro (posiciones 5 y 6) y la derecha moderada (7 y 8), en los que la campaña del líder del PSOE resultaba bien valorada en 1993 y que pasa a ser enjuiciada bastante negativamente en 1996.

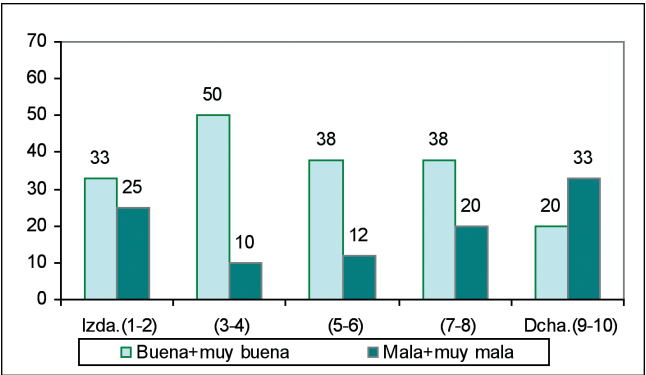


Gráfico 3.16:
Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PSOE en 1993

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.18. Valoración de la campaña de Felipe González en 1993, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	25	42	23	10	100	(132)
PP	35	41	21	3	100	(284)
PSOE	62	27	4	7	100	(358)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

En las elecciones de 2000, la campaña del PP fue percibida como una de las mejores hasta el momento, ya que tanto entre los jóvenes que se consideran de izquierda como entre los que se sitúan en la derecha, fue valorada como muy buena. Así, entre los que se ubican en la izquierda (1-2), el 41% la evaluaba como buena o muy buena, y el 46% de los que se ubican en el centro-izda (posiciones 3 y 4). En estas elecciones parece no cumplirse la relación entre valoración de la campaña, ubicación ideológica y voto a partido, puesto que entre los votantes de IU y PSOE, un alto porcentaje de ellos (55% y 47% respectivamente) consideraron que la campaña del líder del PP había sido buena o muy buena (cuadro 3.19.a).

El juicio negativo que merece la campaña del PSOE queda bien reflejado en el hecho de que ni siquiera sus propios votantes la valoran positivamente: la mayoría de ellos la califican de regular, lo que hay que entender como una forma benévola de crítica, pero también hay una minoría significativa dentro de sus votantes que la enjuicia de forma negativa.

La influencia de las encuestas electorales

Además de la campaña electoral, existen otros factores con influencia a corto plazo sobre la toma de decisión de los electores, como las encuestas electorales. Con ellas se intenta estimar los posibles resultados, incluyendo el reparto de los escaños, a través de las opiniones manifestadas por los electores, según variables que hemos visto anteriormente: cercanía a un partido político, ideología política o la propia intención declarada de votar a un partido. Estas encuestas aparecen tanto en periodo de precampaña como durante la campaña misma, y son usadas por los medios de comunicación y los partidos políticos en diversas direcciones. Por un lado, y dependiendo de los resultados que proporcionen esas encuestas, pueden ser utilizadas cuando éstas les son favorables o para desacreditarlas cuando les son desfavorables. Cuando ocurre esto último se suele achacar a

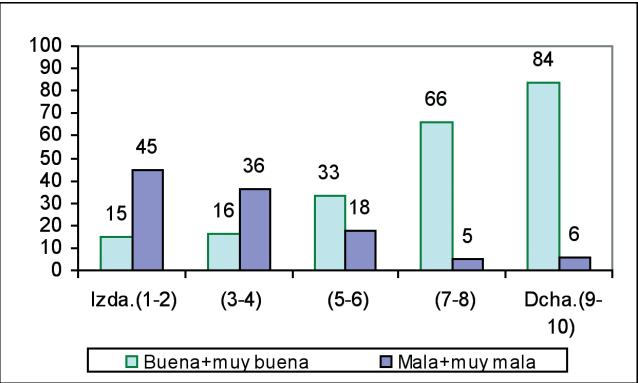


Gráfico 3.17: Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PP en 1996

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

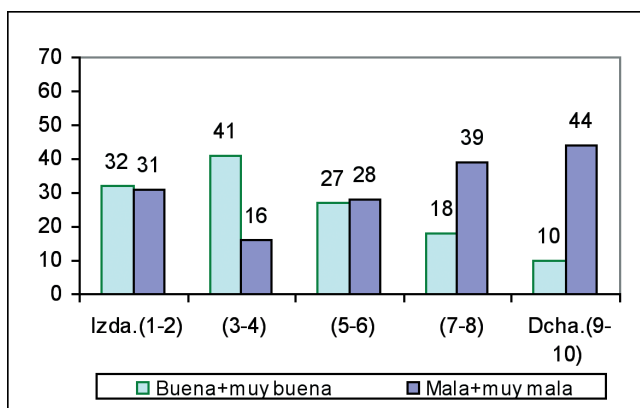


Gráfico 3.18:
Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PSOE en 1996

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

problemas en la estimación de estos resultados o a las dificultades que conlleva intentar adivinar la opinión de aquellos que están indecisos, a fallos en el diseño muestral o a falta de rigor a la hora de tener en cuenta los errores y significatividad de dichas encuestas.

Los sondeos electorales son difundidos por los medios de comunicación, por lo tanto, aquellos que habitualmente vean la televisión, lean la prensa o escuchen la radio, y están interesados por cuestiones políticas, conocerán estas estimaciones y se verán en mayor medida influidos por ellas que los que no están al corriente de este tipo de noticias.

En general, los jóvenes parecen estar más actualizadas, o por lo menos declaran en mayor medida que los adultos, que conocen o han leído los resultados de las encuestas electorales. Los momentos en los que los electores tuvieron un mayor conocimiento de estas encuestas electorales fueron 1986 y 1996, y cuando menos en 1982, posiblemente porque en aquel momento no eran tan numerosas como en la actualidad, y, curiosamente, en el año 2000. Lamentablemente, en la encuesta realizada en 1993 no se preguntaba acerca de esta cuestión, lo que impide analizar si existe algún grado de relación entre la competitividad que se percibe en unas elecciones (que fue especialmente alta en ese año) y el conocimiento de encuestas preelectorales.

Existe una importante relación entre el nivel de estudios de los jóvenes españoles y el conocimiento de la existencia de las encuestas electorales y de los resultados de las mismas. Aquellos que tienen estudios universitarios, han leído o escuchado los resultados y estimaciones de las encuestas electorales, en bastante mayor medida que aquellos que tienen o están cursando estudios primarios o secundarios. Los datos aparecen reflejados en el gráfico 3.19.

Esta relación también se observa entre los jóvenes votantes y abstencionistas. Aquellos que votaron a algún partido, tenían un mayor conocimiento de los resultados de las encuestas electorales, aunque entre los abstencionistas este conocimiento (excepto en 1982) no se puede decir que sea bajo, sino menor.

Cuadro 3.19a. Valoración de la campaña del PP en 2000, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	45	32	4	8	100	(72)
PP	69	13	0	15	100	(347)
PSOE	47	24	9	18	100	(217)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.19b. Valoración de la campaña del PSOE en 2000, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	11	29	52	8	100	(72)
PP	11	25	46	17	100	(347)
PSOE	26	41	16	18	100	(217)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.20. Conocimiento de las encuestas electorales

	Jóvenes	Adultos
1982	59	41
1986	71	60
1989	64	58
1996	71	68
2000	55	52

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Tener conocimiento de lo que lo que posiblemente sucederá el día de las elecciones, es decir, las estimaciones realizadas por las encuestas electorales, puede tener una influencia, al igual que ocurría con las campañas electorales, en diferentes direcciones. Así, para algunas personas conocer de antemano los posibles resultados pueden incentivarle a participar o a abstenerse, o simplemente reforzar la decisión que tenían tomada. En este sentido, parece que las encuestas electorales influyeron de la misma manera a jóvenes que a adultos; y la dirección en la que lo hicieron se divide entre animarles a votar pero, sobre todo, reforzar su decisión de votar por el partido por el que pensaba votar previamente. En 1996, también hay un importante porcentaje de electores a los que les ayudaron a decidir el partido por el que iban a votar (18%).

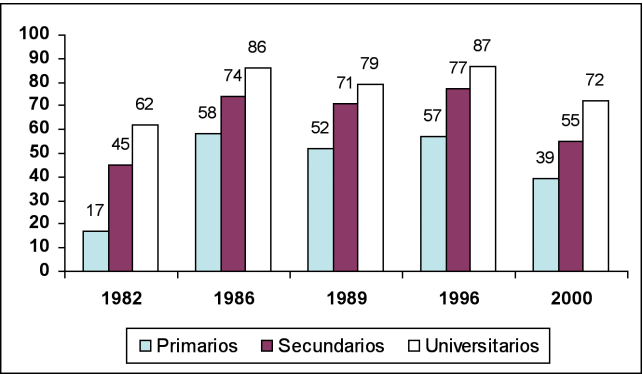


Gráfico 3.19:
Conocimiento de las encuestas electorales según estudios

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cuadro 3.21. **Porcentaje de jóvenes que conocen los resultados de las encuestas electorales, según su participación**

	1982	1986	1989	1996	2000
Votantes	41	73	69	74	59
Abstencionistas	28	60	46	59	44

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Conclusiones provisionales

Parece evidente que es mayor la influencia de los factores individuales a largo plazo a la hora de participar y votar a un partido u otro que la de los factores propios de la campaña electoral. Los jóvenes no perciben que la influencia de la campaña sea muy clara, aunque en el caso de los que manifiestan que sí les influyó lo hizo motivándoles a participar o reforzando la decisión tomada antes de la campaña. Dentro de las variables individuales más importantes, destaca la ideología política de los jóvenes, que ha sufrido una evolución hacia posiciones de centro-derecha que muestra, a su vez, una relación evidente con la afinidad partidista.

La campaña electoral llevada a cabo por el PP en las elecciones de 2000 fue valorada como muy buena por electores de los todos espectros ideológicos, incluso dentro de la izquierda. En cambio, la llevada a cabo por el PSOE en esas mismas elecciones recibió la peor valoración.

La exposición a determinados medios de comunicación y a elementos de la campaña electoral en general, afecta a la decisión de los electores o “influye” sobre todo animando a participar o reforzando la decisión de votar por el partido que tenía pensado.

Cuadro 3.22. **La influencia de las encuestas electorales**

	1986 ⁷		2000	
	Adultos (30+)	Jóvenes	Adultos (30+)	Jóvenes
Me animaron a votar	21	27	19	19
Me animaron a abstenerme	6	6	5	6
Me ayudaron a decidir el partido por el que iba a votar	17	18	7	9
Reforzaron mi decisión de votar por el partido por el que pensaba votar	43	35	25	19
Me animaron a votar a otro partido distinto al que tenía pensado	8	10	1	3
No me influyó	-	-	39	41
NS/NC	5	4	3	3
Total	100	100	100	100
(N)	(206)	(96)	(1008)	(274)

Fuente: Estudios postelectorales del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

7 En este caso la pregunta está filtrada únicamente para los que afirman que les influyeron mucho o bastante.

El comportamiento de los jóvenes en las elecciones generales de 2004

4.1. La participación de los jóvenes y la movilización política

Las elecciones generales de 14 de marzo de 2004 han supuesto un caso especial en la historia democrática española por combinarse en dicha convocatoria algunos aspectos que la hacen única. En primer lugar, y como elemento más importante, la campaña electoral se vio sacudida por los dramáticos atentados en Madrid del 11 de marzo que alteraron el ritmo normal de dicha campaña. Pese a que no fuera la primera vez que se producían atentados terroristas en campaña electoral⁸, la magnitud de los ocurridos en ese momento, y las reacciones políticas en torno a los mismos, sí supusieron algo único hasta la fecha. En segundo lugar, se produjo un incremento en la movilización y participación electoral respecto a las elecciones de 2000, y, en tercer lugar, el resultado de las elecciones derivó en un cambio del partido de gobierno que poseía hasta ese momento la mayoría absoluta en el Congreso.

Medir el impacto que tuvieron los atentados en la movilización ciudadana, en el incremento de la participación y en el comportamiento específico de los españoles ha constituido el objeto de estudio de un gran número de analistas. Algunos de ellos aseguran que la derrota del Partido Popular no radicó en los atentados del 11-M, ya que poco antes de dichos sucesos, las encuestas ya indicaban que había un empate técnico entre los dos principales partidos (Montero y Lago, 2004). La pérdida de popularidad del Partido Popular a lo largo de la legislatura, así como el incremento de las valoraciones negativas hacia el gobierno mostraban un descontento y desgaste latente del gobierno del PP que justificaría, para otros, la derrota de éste en las elecciones (Barreiro, 2004). Otros investigadores sostienen que es muy difícil admitir que un acontecimiento de esa naturaleza no tuviera efecto alguno sobre los resultados, sin embargo, no se decantan por considerarlo como la única explicación de los resultados. La utilización de elementos racionales (sobre todo centrados en el análisis de la situación económica) dejaba de tener capacidad explicativa del comportamiento de los españoles en las elecciones de 2004. La campaña electoral llevada a cabo por cada uno de los partidos, junto con el contexto que rodeó las elecciones y

⁸ Durante la de 1996 se produjo el asesinato del expresidente del Tribunal Constitucional Francisco Tomás y Valiente, y en la de 2000 el asesinato de Fernando Buesa, portavoz socialista en el parlamento vasco y su escolta.

Cuadro 4.1. Participación electoral de jóvenes y adultos según recursos

		% Participación Media Jóvenes	(N)	%Participación Media Adultos	(N)
Sexo					
Hombre		81,4	(633)	90,5	1970)
Mujer		79,2	(580)	89,8	2194)
Edad					
(18-21)	(30-49)	77,2	(363)	88,1	(1983)
(22-25)	(50-69)	81,5	(485)	93,1	(1414)
(26-29)	(70 o más)	81,9	(365)	89,8	(767)
Nivel de estudios					
Sin estudios		58,4	(2)	89,6	(645)
Primaria		56,4	(44)	90,6	(1142)
Secundaria		78,9	(649)	89,7	(1300)
FP		77,3	(259)	89,8	(491)
Medios universitarios		89,5	(120)	88,6	(269)
Superiores		93,2	(133)	92,7	(310)
Ingresos					
Menos o igual a 300€		70,6	(3)	77,8	(38)
De 301 a 600€		77,8	(33)	89,5	(513)
De 601 a 900€		75,3	(131)	90,6	(674)
De 901 a 1.200€		83,5	(183)	89,7	(678)
De 1.2001 a 1.800€		85,9	(199)	92,4	(553)
De 1.801 a 2.400€		70,8	(110)	91,5	(294)
De 2.401 a 3.000€		87,4	(49)	91,3	(150)
De 3.001 a 4.500€		93,7	(17)	92,8	(85)
De 4.501 a 6.000€		66,6	(9)	95,2	(22)
Clase social subjetiva					
Clase social alta		50,0	(4)	100	(13)
Clase social media-alta		86,8	(87)	93,4	(186)
Clase social media-media		82,3	(783)	91,1	(2224)
Clase social media-baja		79,5	(247)	89,8	(1173)
Clase social baja		50,9	(41)	86,3	(337)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

el llamado ciclo electoral, incluyeron un gran número de elementos que permiten añadir contenido a la interpretación de los resultados, no solo teniendo en cuenta como único factor explicativo los atentados (Santamaría, 2004).

Cuadro 4.2. Perfil de jóvenes votantes y abstencionistas

% Columna por ítem	Abstencionistas	Votantes
Sexo		
Hombre	50	53
Mujer	50	47
Edad		
(18-21)	35	29
(22-25)	37	40
(26-29)	28	31
Estudios		
Sin estudios	0	0,1
Primaria	8	2,6
Secundaria	57	52,5
FP	25	20,6
Medios universitarios	5	11,0
Superiores	5	12,7
Ingresos		
Menos o igual a 300€	0	0
De 301 a 600€	3	3
De 601 a 900€	13	10
De 901 a 1.200€	13	16
De 1.2001 a 1.800€	12	17
De 1.801 a 2.400€	14	8
De 2.401 a 3.000€	3	4
De 3.001 a 4.500€	0	2
De 4.501 a 6.000€	1	1
Más de 6.000€	0	0
NC	41	39
Clase social subjetiva		
Clase social alta	1	0
Clase social media-alta	5	8
Clase social media-media	59	66
Clase social media-baja	21	20
Clase social baja	8	2
NS/NC	6	4

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

El tercer elemento que hace únicas las elecciones de 2004 es el del cambio de un gobierno que poseía la mayoría absoluta. Se ha sostenido que los jóvenes jugaron un papel crucial en el

Cuadro 4.3. Participación de jóvenes y adultos según ideología

	%Participación Media Jóvenes	(N)	%Participación Media Adultos	(N)
Izquierda (1-2)	90,5	(110)	92,1	(256)
Centro Izquierda (3-4)	89,2	(414)	93,9	(1208)
Centro (5-6)	82,0	(375)	92,2	(1423)
Centro Derecha (7-8)	79,5	(79)	93,2	(373)
Derecha (9-10)	89,3	(20)	88,5	(95)
Se ubican	85,9	(999)	92,8	(3355)
No se ubican	54,6	(214)	79,0	(809)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

cambio político debido al incremento de su participación pero, sobre todo, por el partido político por el que votaron.

En el análisis que se presenta a continuación se pretende mostrar hasta qué punto dicha afirmación es sostenible y cuáles fueron los motivos específicos del incremento de la participación de este grupo de población y si estos factores tuvieron un efecto distinto que sobre los adultos. Para llevar a cabo este análisis, en un primer apartado se analizan las diferencias entre votantes y abstencionistas respecto a un conjunto de factores: recursos, actitudes y elementos de movilización. En un segundo apartado el análisis se centra en la búsqueda de factores explicativos del voto específico de los votantes hacia partidos políticos concretos, así como el momento de toma de esa decisión y las razones de la misma.

Recursos

Las características sociodemográficas de jóvenes y adultos permiten destacar algunas diferencias en su participación electoral. El sexo y la edad al interior de estos dos grupos de electores no permite discriminar entre más o menos participativos, si bien, los jóvenes aparecen como un colectivo menos participativo que los adultos en las elecciones de 2004. La educación como factor explicativo de la participación electoral es importante entre los jóvenes ya que se observa una mayor participación electoral a medida que incrementa el grado de educación de los mismos.

Los perfiles sociodemográficos de los jóvenes votantes y abstencionistas no son muy diferentes, únicamente el género, la edad y el nivel educativo marcan ligeras diferencias entre ellos. Al interior del grupo de los votantes encontramos un mayor porcentaje de hombres que de mujeres, y se trata de jóvenes que por lo general no es la primera vez que tienen la posibilidad de acudir a las urnas. Por otro lado, el nivel educativo de los votantes es mucho más alto que el de los abstencionistas. En este sentido, la hipótesis de que un mayor nivel educativo proporciona mayor eficacia política interna y mayor conocimiento de los asuntos públicos parece cumplirse.

Finalmente, entre los votantes encontramos un grupo más numeroso de jóvenes que considera que pertenece a la clase social media-media y media-alta, mientras que entre los jóvenes abstencionistas hay un mayor porcentaje de ellos que se considera de clase baja en comparación con los votantes que así califican la clase social a la que pertenecen.

Actitudes

Para el caso de las elecciones de 2004 la ausencia de indicadores actitudinales en el cuestionario postelectoral limita la presentación de resultados en este sentido. Únicamente se cuenta con

Cuadro 4.4. Perfil actitudinal de los jóvenes votantes y abstencionistas

	Abstencionistas	Votantes
Izquierda (1-2)	7	12
Centro Izquierda (3-4)	32	43
Centro (5-6)	48	36
Centro Derecha (7-8)	11	7
Derecha (9-10)	2	2
Se ubican	59	88
No se ubican	41	12
Total	100	100

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

la variable autoubicación ideológica, sin embargo, los datos proporcionados permiten extraer alguna conclusión interesante sobre la relación entre este indicador y la participación electoral.

Tanto en el caso de los jóvenes como en el resto de población existe una clara diferenciación entre aquellos que poseen o el conocimiento o las orientaciones afectivas que le permiten ubicarse ideológicamente y aquellos que ni siquiera se ubican ideológicamente. El porcentaje de participación entre los que se ubican es muchísimo mayor que entre los que no se ubican. Y esta diferencia es aún mayor entre los jóvenes que entre los adultos.

El perfil ideológico de los jóvenes votantes es claramente de centro, centro-izquierda e izquierda, mientras que el de los jóvenes abstencionistas destaca fundamentalmente por ser de centro, en segundo lugar de centro-izquierda, seguido de centro-derecha. El hecho de ubicarse en la escala de ideología es un factor que marca diferencias entre los jóvenes; casi nueve de cada

Cuadro 4.5. Ubicación ideológica de los partidos políticos según ubicación ideológica personal (jóvenes)

	Ubicación media de los partidos (desviación típica)		
Ubicación ideológica personal	IU	PP	PSOE
Izquierda (1-2)	2,47	9,19	4,54
	(1,3)	(1,3)	(2,0)
Centro Izquierda (3-4)	2,55	8,14	2,08
	(1,1)	(1,6)	(1,3)
Centro (5-6)	2,49	7,43	4,06
	(1,2)	(1,6)	(1,4)
Centro Derecha (7-8)	1,87	8,67	3,18
	(1,1)	(1,5)	(1,7)
Derecha (9-10)	1,18	7,97	4,28
	(1,2)	(1,6)	(1,4)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.6. Porcentaje de votantes y abstencionistas por CC. Autónomas

% filas	Abstencionistas	Votantes
Andalucía	19,4	80,6
Aragón	28,6	71,4
Asturias	30,0	70,0
Baleares	60,9	39,1
Canarias	31,1	68,9
Cantabria	23,8	76,2
Castilla - La Mancha	15,0	85,0
Castilla y León	15,2	84,8
Cataluña	19,8	80,2
C. Valenciana	12,3	87,7
Extremadura	12,9	77,1
Galicia	22,9	77,1
Madrid	12,8	87,2
Murcia	12,9	87,1
Navarra	14,3	85,7
País Vasco	24,1	75,9
Rioja (La)	16,7	83,3

Fuente: www.ine.es.

diez jóvenes votantes logra ubicarse ideológicamente, sin embargo, sólo se ubican seis de cada diez de los abstencionistas.

Ser capaz de ubicar ideológicamente a los partidos supone un indicador utilizado tanto para medir la capacidad cognitiva de los ciudadanos respecto de las tendencias y programas ideológicos de los diferentes partidos, como un indicador de las orientaciones afectivas hacia los partidos. Las personas suelen ubicarse de forma más moderada a como sitúan ideológicamente al partido político del que se sienten más cercano (o por el que votan), y lo hacen de forma más radical cuando corresponde al resto de partidos políticos.

Estos mismos resultados se encuentran en los jóvenes. Izquierda Unida, para aquellos jóvenes que se ubican en la izquierda se encontraría en el 2,47 de la escala, sin embargo, a medida que nos movemos hacia posiciones de derecha en la escala, la ubicación de este partido es más de izquierda. Así, los que se identifican con posturas de derecha ubican a este partido mucho más a la izquierda (1,18). De la misma forma, el Partido Popular es ubicado en una posición de 7,97, mientras que los que se ubican en la izquierda consideran que el punto de la escala que le corresponde es 9,19. La ubicación del Partido Socialista es la única que no sufre una variación tan fuerte entre los que se ubican personalmente en los extremos y en el centro de la escala, si bien, los de centro izquierda y centro derecha lo ubican más a la izquierda que el resto.

Esta información, junto con el comportamiento diferenciado entre aquellos que se ubican ideológicamente y los que no lo hacen, permite considerar que los jóvenes españoles poseen unas orientaciones políticas afectivas sobre las que basan sus propias valoraciones sobre los diferentes partidos y, en último término, también pueden basar en ellas su decisión de votar a un partido u otro.

Elementos estructurales

Los factores estructurales que condicionan y aportan explicaciones acerca de la participación electoral, pueden dividirse en dos grupos. Por un lado, aquellos que tienen que ver con las limitaciones o los incentivos impuestos por el propio sistema electoral y el tipo de elecciones de que se trate. Por otro lado, los factores relacionados con la estructura territorial del país donde se celebran las elecciones, así como si se trata de ámbitos rurales o urbanos.

Los elementos vinculados al sistema electoral suelen ser frecuentemente utilizados en estudios comparados entre países, o entre tipos de elecciones donde la ley electoral establece criterios de selección o distribución de escaños específicos. En el presente trabajo, el análisis se centra en el segundo tipo de variables estructurales, las derivadas de la estructura territorial y el tamaño del lugar de residencia.

Los espacios urbanos crean situaciones de anonimato social que reducen la implicación de los ciudadanos en los problemas sociales y políticos de su comunidad y también en la participación social. El individuo siente que todo es más impersonal, mientras que en una comunidad rural, la sensación de pertenencia a un grupo más pequeño y la de control social, obligan en mayor medida a votar. Sin embargo, el proceso de urbanización no mantiene una relación directa con un descenso de la participación, ya que los procesos de industrialización y urbanización por un lado incrementan las posibilidades de acceso a la información y, por otro, favorecen el acceso a la educación y a unos ingresos más elevados, lo que a su vez supone un aliciente para la participación (Milbrath y Goel, 1977: 106; Font, 1995: 18-19; Boix y Riba, 2000: 112).

La estructura territorial o geográfica española permite identificar diferencias en torno a la distribución de la abstención y la participación. A pesar de que estas diferencias se han ido reduciendo según han tenido lugar las diferentes convocatorias electorales, y gracias al desarrollo de importantes redes de comunicación, algunos autores como Justel (1995a: 31) sostenía que los niveles más altos de abstencionismo se encuentran en la periferia geográfica peninsular y en los archipiélagos y los niveles más bajos en la meseta central.

Por lo que se refiere a la distribución territorial de la participación electoral y el abstencionismo de los jóvenes españoles en las elecciones de 2004 se cumple la tesis desarrollada por Justel. Las Comunidades Autónomas donde la abstención de los jóvenes fue más alta son Baleares, Canarias, Asturias, Aragón, País Vasco, Cantabria y Galicia. Llama sobre todo la atención el caso de las Islas Baleares donde seis de cada diez jóvenes se abstuvo en dicha convocatoria. Los jóvenes más participativos, por el contrario, los encontramos en Madrid, Comunidad Valenciana y Murcia.

En el caso del tamaño del municipio, esta variable estructural no establece pautas de comportamiento distintas entre los jóvenes a la hora de acudir a las urnas o abstenerse. En todos los municipios, independientemente de su tamaño, encontramos patrones de participación electoral de los jóvenes similares. No hay un claro efecto tanto del anonimato de las ciudades grandes o de la presión social generada en ámbitos de reducido tamaño en este aspecto.

La movilización política, la influencia de la campaña electoral

Como ya se mencionó en el apartado 3, los análisis sobre campañas electorales no son muy numerosos en nuestro país. Los que existen están enfocados desde la perspectiva de la comunicación política y analizan fundamentalmente el tipo y el estilo de comunicación utilizada por los partidos políticos para transmitir sus programas, las imágenes de los líderes, los eslóganes utilizados, etc. Algunas de estas investigaciones entran dentro de la rúbrica de lo que se conoce como *teorías del malestar*, cuya tesis fundamental es que la naturaleza de la información en la que se centran los medios de comunicación durante las campañas electorales fomenta la apatía política, el desinterés, el alejamiento y el cinismo con respecto a las instituciones democráticas, que se traducen en abstención.

Según esta perspectiva, la preferencia de los medios se centra en resaltar cuestiones superficiales (distancia que separa a los candidatos en las encuestas, estrategias de campaña) o de

Cuadro 4.7. Porcentaje de jóvenes y abstencionistas por tamaño de hábitat

(% filas)	Abstencionistas	Votantes
Menos o igual a 2000 habitantes	20	80
2.001 a 10.000 habitantes	16	84
10.001 a 50.000 habitantes	20	80
50.001 a 100.000 habitantes	23	77
100.001 a 400.000 habitantes	21	79
400.001 a 1.000.000 habitantes	25	75
Más de 1.000.000 habitantes	11	89

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

índole negativa (escándalos, descalificaciones) en lugar de las cuestiones de fondo, provocando efectos desmovilizadores sobre los ciudadanos (Patterson, 1993; Putnam, 1995). No obstante, en este aspecto no existe un total acuerdo, pues otros autores encuentran que la exposición a los medios durante las campañas favorece la participación electoral (Newton, 1997; Norris, 2000).

Para poder decir si los jóvenes constituyen un grupo de población fácilmente movilizable o no, y en concreto si fueron movilizados por la campaña en 2004, es necesario, en primer lugar, conocer qué importancia le conceden ellos a la campaña electoral realizada por los partidos y cómo fue el seguimiento que hicieron de la misma para adentrarse en la percepción del tipo de influencia de la misma.

Interés y utilidad de las campañas electorales

Por lo que se refiere al interés con el que se han seguido temas políticos concretos de campaña electoral durante convocatorias electorales anteriores a la de 2004, y para las que existe información específica al respecto (1986, 1989 y 1993), puede decirse que el porcentaje de los interesados sigue siendo menor que el de aquellos jóvenes que se muestran desinteresados. Esta relación es aún más importante entre el interés y la participación electoral declarada. Los votantes

Cuadro 4.8 Interés en la campaña electoral, según participación en 2004*

		Mucho + bastante interés	Poco + ningún interés	(N)
Jóvenes	Participación			
	Votantes	50	39	(975)
	Abstencionistas	13	80	(238)
	Diferencia	37	-41	
Adultos	Participación			
	Votantes	52	38	(4165)
	Abstencionistas	17	73	(409)
	Diferencia	35	-35	

* El porcentaje restante corresponde a "ni con mucho ni con poco interés" y a "nc".

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.9. Seguimiento de las campañas electorales entre los jóvenes

	18-21	22-25	26-29
Con mucho interés	9	17	15
Con bastante interés	31	26	30
Ni con mucho ni con poco interés (NO LEER)	9	12	9
Con poco interés	30	29	31
Con ningún interés	22	18	14
Total	100	100	100
(N)	(362)	(484)	(365)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

declaran un mayor interés por la campaña electoral en todas las elecciones, mientras que entre los abstencionistas predomina muy ampliamente el desinterés en el seguimiento de las campañas electorales.

Para el caso específico de las elecciones de 2004 se observa en primer lugar, que el interés con el que siguieron los jóvenes los temas de campaña electoral es ligeramente superior al de las convocatorias señaladas, pero muy parecido al patrón del resto de la población. Únicamente aparece cómo entre los jóvenes abstencionistas el desinterés por dichos aspectos es mayor que entre los adultos.

Al igual que ocurre en otras convocatorias electorales, en el interior del grupo de jóvenes se aprecian diferencias en su interés por la campaña. Entre los más jóvenes, aquellos con edades comprendidas entre los 18 y 21 años, aparecen los niveles más bajos de interés por los temas que durante ese periodo se debaten, mientras que a medida que la edad aumenta, se incrementa también su interés por la campaña.

Las funciones de la campaña electoral

Algunas de las funciones atribuibles a una campaña electoral, y mencionadas anteriormente, son las siguientes: 1) transmitir a los electores los programas y propuestas de acción de cada partido o coalición, 2) presentar a los líderes políticos o candidatos a los electores, 3) convencer a un grupo de electores de que un determinado partido es la mejor opción posible frente al resto de las fuerzas políticas, 4) movilizar al electorado o influir en la toma de decisión final de los votantes.

El análisis de las campañas de los partidos permite conocer qué elementos, y en qué momento, utiliza cada partido para dar a conocer a los posibles votantes sus puntos de vista sobre la acción gubernamental, destacar las características y el perfil de los candidatos así como presentar las diferencias frente al resto de los partidos políticos. Sin embargo, es necesario separar lo que los partidos intentan conseguir a través de sus campañas electorales y lo que los electores perciben sobre dichas campañas. Así, a continuación se analiza la percepción de los españoles sobre el grado de cumplimiento que para ellos han tenido las cuatro funciones señaladas anteriormente.

Función 1: Dar a conocer los programas electorales

En las elecciones de 2004 la campaña electoral sirvió para que casi cuatro de cada diez electores se informase de los programas y propuestas de cada partido o coalición. Si bien, el resto de

Cuadro 4.10 Utilidad de la campaña para conocer los programas de los partidos*

		Mucho +bastante	Poco + nada	(N)
Jóvenes	Participación			
	Votantes	36	63	(975)
	Abstencionistas	12	84	(238)
Adultos	Participación			
	Votantes	35	80	(3754)
	Abstencionistas	15	64	(408)

* El porcentaje restante corresponde a “ns” y “nc”.
Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

electores sostiene que lo que ha visto u oído durante la campaña electoral no le ha servido para conocer dichos propuestas, lo que pondría en entredicho la utilidad de la misma. Sin embargo, de los datos presentados en el cuadro 4.10 se puede plantear la existencia de cierta asociación entre considerar que la campaña le ha permitido conocer los programas y líneas de actuación de los partidos y el tipo de participación. En torno al 35% de los electores que votaron en las elecciones manifiestan la utilidad de la campaña en este sentido. Estos resultados tienen una relación directa con el interés manifestado por los dos grupos de electores hacia la política y la campaña en general. Si una persona no está interesada, ni sigue la campaña electoral, es lógico que no pueda percibir con tanta facilidad qué es lo que intentan transmitir los partidos a través de esa campaña.

El conjunto de jóvenes, independientemente de su edad, manifiesta mayoritariamente el escaso cumplimiento de la función de transmisión de información sobre los planteamientos de cada uno de los partidos ante los temas de la agenda política.

Función 2: difundir la imagen de los candidatos

Una de las principales diferencias entre la utilidad de las campañas electorales en otras elecciones y la de 2004 es la de que en esta última ha servido en mayor medida que en las de otras ocasiones para conocer a los candidatos de los principales partidos políticos. Además, este conoci-

Cuadro 4.11. Seguimiento de las campañas electorales entre los jóvenes

	18-21	22-25	26-29
Mucho	3	4	5
Bastante	27	29	26
Poco	38	36	40
Nada	31	30	27
NS/NC	1	1	2
Total	100	100	100
(N)	(365)	(485)	(364)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.12 Utilidad de la campaña para conocer a los candidatos*

		Mucho + bastante	Poco + nada	(N)
Jóvenes	Participación			
	Votantes	43	56	(975)
	Abstencionistas	16	80	(238)
Adultos	Participación			
	Votantes	35	64	(3755)
	Abstencionistas	17	78	(408)

* El porcentaje restante corresponde a “ns” y “nc”.
Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

miento ha tenido una mayor repercusión entre los jóvenes que entre el resto de población. Para un 43% de los jóvenes que decidieron acudir a las urnas en 2004 la campaña llevada a cabo por los partidos políticos contribuyó mucho o bastante a que conociesen a los candidatos. Efecto que únicamente tuvo en un 35% de los adultos que votaron. En el caso de los abstencionistas, no se aprecian diferencias entre grupos de edad. En ambos casos la utilidad de la campaña en este sentido ha sido escasa, reflejando de manera coherente el escaso interés que este grupo de población ha mostrado hacia la campaña en general.

En el interior del grupo de jóvenes las diferencias no son tan llamativas, a pesar de que se observa una ligera tendencia de que a medida que incrementa la edad la percepción de que la campaña sirvió para conocer mejor a los candidatos es mayor entre los que tienen más edad que entre los más jóvenes.

Función 3: resaltar las diferencias entre los partidos

Para lo que fundamentalmente sirvió la campaña electoral, desde el punto de vista de los jóvenes españoles que participaron en las elecciones de 2004, fue para ver las diferencias que existen entre unos partidos y otros. A más de un 44% de los jóvenes votantes les ayudó a conocer dichas diferencias; por el contrario, sólo cumplió esta función para el 36% de los adultos.

Centrando el análisis exclusivamente en las opiniones de los jóvenes entre 18 y 29 años, no se observan diferencias importantes, lo que permite sostener que la influencia de la campaña en este sentido tuvo un impacto similar entre todos ellos.

Cuadro 4.13. Utilidad de la campaña para conocer a los candidatos entre los jóvenes

	18-21	22-25	26-29
Mucho	4	5	6
Bastante	33	33	32
Poco	31	31	34
Nada	31	30	26
NS/NC	1	1	2
Total	100	100	100
(N)	(364)	(484)	(364)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.14 Utilidad de la campaña para resaltar las diferencias entre los partidos*

		Mucho +bastante	Poco + nada	(N)
Jóvenes	Participación			
	Votantes	44	54	(975)
	Abstencionistas	16	81	(239)
Adultos	Participación			
	Votantes	36	62	(3755)
	Abstencionistas	16	79	(409)

* El porcentaje restante corresponde a “ns” y “nc”.
Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Función 4: movilizar al electorado e influir en su decisión de voto

La función de movilizar al electorado e influir en su decisión de voto constituye el verdadero objetivo perseguido por el resto de las funciones de la campaña electoral mencionadas anteriormente. Para conseguir este objetivo los partidos políticos no sólo tienen una presencia activa en los medios de comunicación, dando a conocer a sus candidatos y las posturas del partido sobre cómo deberían gestionarse los asuntos públicos, sino que a través de los espacios publicitarios y los medios de comunicación los partidos intentan inducir a la participación. Pero, en algunas ocasiones, también dicha influencia va encaminada a que el electorado se abstenga o a que cambie su decisión de votar a un partido concreto y vote a otro.

Sin embargo, a pesar de la relevancia de esta última función, los electores españoles la perciben como la que menos influyó en esta ocasión para decidir su voto. Si bien, en el caso de los jóvenes tuvo más importancia que en el caso de los adultos ya que para uno de cada cuatro jóvenes la campaña sí influyó en su decisión de voto.

La influencia de la campaña en la decisión del voto muestra una asociación negativa con la edad al interior del grupo de los jóvenes. A menor edad, la influencia es mayor; sin embargo, a medida que se incrementa la edad, la percepción de influencia disminuye. Parece, por tanto, que la influencia de la campaña electoral y la posibilidad de tener una repercusión a la hora de decidir si votar o no, y hacia que partido hacerlo, posee un mayor efecto en las personas jóvenes que, en la mayoría de los casos, es la primera vez que pueden votar en unas elecciones.

Cuadro 4.15. Utilidad de la campaña para resaltar las diferencias entre los partidos, según la edad

	18-21	22-25	26-29
Mucho	7	7	6
Bastante	31	33	31
Poco	31	28	34
Nada	29	29	28
NS/NC	2	3	1
Total	100	100	100
(N)	(364)	(485)	(365)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.16 Utilidad de la campaña para decidir el voto*

		Mucho + bastante	Poco + nada	(N)
Jóvenes	Participación			
	Votantes	25	46	(975)
	Abstencionistas	9	88	(239)
Adultos	Participación			
	Votantes	18	72	(3755)
	Abstencionistas	9	80	(409)

* El porcentaje restante corresponde a "ns" y "nc".

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Valoración de las campañas electorales de los líderes y de los partidos

La coyuntura electoral específica, correspondiente a un momento de cambio o de inestabilidad política, junto al candidato del partido que lidera la campaña y la competencia electoral con los líderes del resto de partidos, constituyen algunos de los principales elementos que influyen en la valoración de las campañas electorales. En el caso concreto de las elecciones generales de 2004, en dos de los tres principales partidos políticos se había producido un cambio de liderazgo frente a las anteriores elecciones. En el PSOE José Luis Rodríguez Zapatero era la primera vez que se presentaba como candidato de este partido, sustituyendo a Joaquín Almunia, candidato en las elecciones de 2000. En el caso del PP Mariano Rajoy susituía a José María Aznar en el liderazgo de ese partido. Únicamente Gaspar Llamazares repetía en el cargo de líder del partido. Este hecho puede marcar algunas diferencias en la relación entre la valoración de la campaña del líder y la del partido.

Sin embargo, tal y como muestra el gráfico 4.1, la relación entre la valoración de la campaña electoral de los tres principales partidos políticos y la de los líderes de dichos partidos es bastante fuerte.

Las campañas de los líderes del PSOE y del PP son valoradas más positivamente que las de sus respectivos partidos, mientras que en caso de IU resulta más positivamente valorada la campaña del partido que la de su líder Gaspar Llamazares, único líder que repetía como candidato. Este último caso es además el que resalta fundamentalmente por el gran desconocimiento existente entre los jóvenes tanto de la campaña de dicho partido como de su líder.

Cuadro 4.17. Utilidad de la campaña para decidir el voto

	18-21	22-25	26-29
Mucho	6	5	4
Bastante	18	18	15
Poco	24	27	25
Nada	49	49	54
NS/NC	3	2	2
Total	100	100	100
(N)	(363)	(484)	(364)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

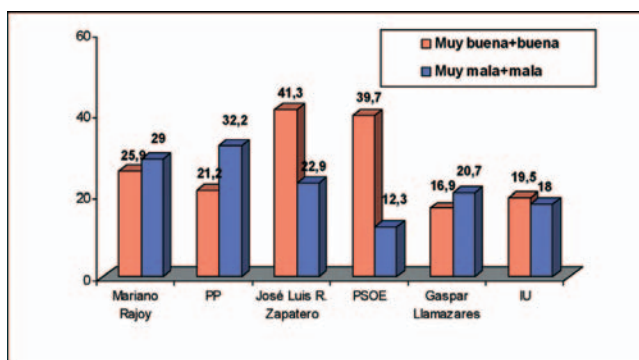


Gráfico 4.1:
Relación entre valoración de las campañas electorales de los partidos y de los líderes

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Los datos del cuadro 4.18 muestran a un electorado joven crítico con las campañas electorales de los líderes de los tres principales partidos; sobre todo con la campaña de Mariano Rajoy. Son, así mismo, más críticos que el electorado adulto la llevada a cabo por Jose Luis R. Zapatero. Sin embargo, en el caso de la valoración de la campaña del líder de IU, un mayor porcentaje de adultos que de jóvenes considera que ésta fue mala o muy mala. La campaña electoral de José Luis R. Zapatero destaca por ser la mejor valorada de las tres y por el electorado en su conjunto. La de Gaspar Llamazares resalta por ser la más desconocida y cuya valoración imprecisa (regular) es más alta.

Como se ha señalado en trabajos anteriores, la evaluación de la campaña de los líderes sufre variaciones que parecen estar relacionadas de manera muy clara con el éxito o fracaso electoral de los respectivos partidos. Al igual que en este caso, en 1993, la evaluación de la misma fue muy positiva para el PSOE y este partido salió como ganador en dichas elecciones.

Tal y como se aprecia en el gráfico 4.2, la valoración de la campaña de los líderes de los dos principales partidos refleja con claridad los resultados electorales en cada una de las convocatorias en él recogidas. En 1993 la valoración positiva de los dos principales líderes estuvo muy ajustada, igual que ocurrió en 1996.

Cuadro 4.18. Valoración de la campaña electorales de los líderes políticos

	Mariano Rajoy		José Luis R. Zapatero		Gaspar Llamazares	
	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
Muy buena	3	4	8	7	1	1
Buena	23	27	34	37	16	15
Muy buena+buena	26	31	41	44	17	16
Regular	27	28	28	29	34	32
Mala	21	17	10	8	16	17
Muy mala	8	6	3	2	5	6
Muy mala+mala	29	23	23	10	21	24
N.S./N.C.	19	18	18	17	29	28
Total	100	100	100	100	100	100
(N)	(1213)	(4164)	(1212)	(4165)	(1213)	(4164)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

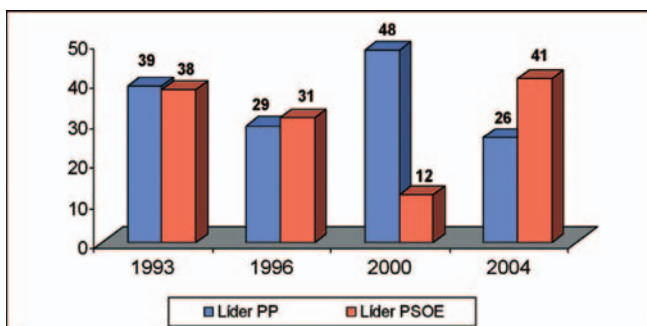


Gráfico 4.2:
Valoración positiva (buena o muy buena) de las campañas de los líderes del PP y del PSOE según los jóvenes

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

En 2000 la valoración positiva del líder del PP destaca respecto a la del líder del PSOE, coincidiendo con la mayoría absoluta alcanzada en las urnas por el PP. Finalmente, en 2004 la campaña del líder del PSOE fue la mejor valorada, aunque sin alcanzar los niveles de la obtenida por el líder del PP en 2000, mostrando en esta ocasión también el reflejo de los resultados obtenidos en las urnas por cada uno de los partidos.

La variable explicativa que tiene una relación más clara con la valoración positiva de la campaña realizada por el líder de los principales partidos es la ideología. Entre aquellos jóvenes que se ubican en la extrema derecha (puntos 9 y 10 de la escala) y centro derecha (puntos 7 y 8) en torno a seis de cada diez valoran como buena o muy buena la campaña del líder del PP. Esta valoración positiva va reduciéndose si nos movemos hacia las posiciones de izquierda, donde en torno a siete de cada diez la valora como mala o muy mala.

Si tenemos en cuenta la variable recuerdo de voto, apreciamos la misma relación. Entre los votantes del PP se encuentra el mayor porcentaje de jóvenes que valora positivamente la campaña electoral de Mariano Rajoy en 2004 (68%), mientras que entre los votantes de IU están aquellos que la valoran de forma más negativa (55%). Los votantes del PSOE hacen una evaluación menos polarizada ya que un 21% la evalúa como positiva y un 33% como negativa y regular.

En cuanto a la relación entre la ubicación ideológica y la valoración que se realiza de la campaña del líder del PSOE, ésta es clara, pero no tan lineal como era en el caso del líder del PP. En 2004, casi seis de cada diez jóvenes que se ubican en la izquierda moderada (el intervalo 3-4 de la escala de ideología), valoraban como buena o muy buena la campaña de Jose Luis R. Zapatero, pero también la valoraban así casi cuatro de cada diez de los que se ubican en la izquierda (1-

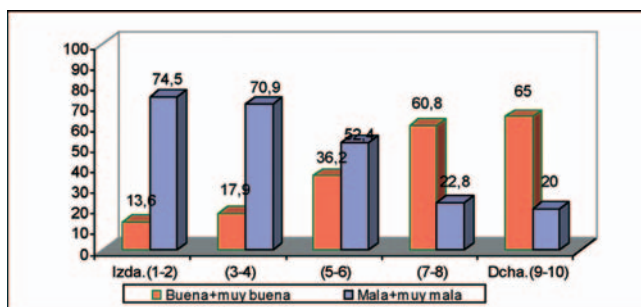


Gráfico 4.3:
Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña de Mariano Rajoy⁹

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

⁹ El resto de porcentaje hasta 100 corresponde a los que la valoran regular, a los que no saben y no contestan.

Cuadro 4.19. Valoración de la campaña de Mariano Rajoy, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	6	30	55	9	100	(64)
PP	68	18	4	10	100	(186)
PSOE	21	34	33	12	100	(487)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

2), el centro (5-6) y caso tres de cada diez de los que se ubican ideológicamente en el centro derecha (7-8). Únicamente entre aquellos jóvenes que se posicioan en el extremo derecha (9-10) el porcentaje de los que valora la campaña del líder del PSOE como mala o muy mala es el doble de los que la valora como buena o muy buena.

Esta valoración positiva de la campaña electoral del líder del PSOE puede dar una pista de la percepción que los jóvenes que, de muy diferentes tendencias ideológicas, tenían hacia este candidato, sin embargo, este puede ser un indicador también de la escasa influencia de las campañas electorales sobre el voto. Seis de cada diez jóvenes que votaron en 2004 al PSOE valoraron la campaña del líder de este partido como buena o muy buena, mientras que es así calificada por un 37% de los que votaron a IU y por un 25% de los votantes del PP. Estos datos reflejan la relación existente entre las ubicaciones ideológicas personales, es decir, las afinidades en términos ideológicos y el tipo de valoración de las campañas electorales de los principales líderes políticos.

La movilización política y la influencia de las encuestas electorales

Las encuestas electorales son un instrumento de estimación de los resultados electorales, una herramienta que permite tomar el pulso al estado de la opinión pública, de las valoraciones y opiniones de los posibles votantes sobre diferentes elementos de la realidad política, así como de su intención de voto.

En el caso de las elecciones de 2004, tanto jóvenes como adultos recibieron algún tipo de información sobre encuestas electorales; casi seis de cada diez electores habían tenido conocimiento de algunas de estas encuestas y estimaciones de voto. Únicamente entre el electorado más joven (18-21 años) este conocimiento fue ligeramente inferior, aspecto vinculado generalmente al menor seguimiento de información política a través de los medios de comunicación por parte de este grupo de edad.

A pesar del amplio conocimiento de las encuestas por parte de los electores, éstas no parecen ayudar demasiado a la toma de decisión de participar o abstenerse así como a qué partido

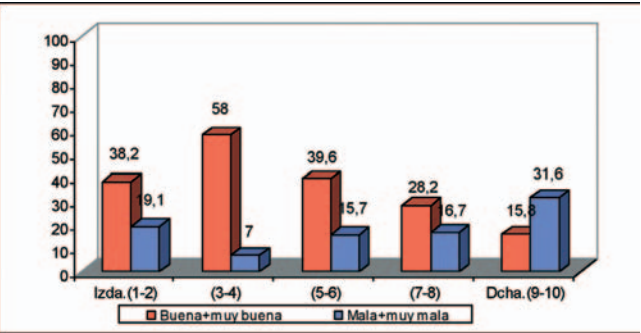


Gráfico 4.4:
Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña de José Luis Rodríguez Zapatero

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.20. Valoración de la campaña de José Luis Rodríguez Zapatero, según voto

	Buena + Muy buena	Regular	Mala + Muy mala	NS/NC	Total	(N)
IU	37	30	24	10	100	(63)
PP	25	41	24	10	100	(186)
PSOE	64	22	4	10	100	(489)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.21. Conocimiento de las encuestas electorales

	Sí	No	Total
Jóvenes	59	41	100
Adultos	59	41	100
(18-21)	53	47	100
(22-25)	61	39	100
(26-29)	62	38	100

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

votar. Tanto jóvenes como adultos destacan la escasa influencia de este tipo de análisis en su toma de decisión. Si bien, puede apreciarse cómo un 12% de jóvenes con edades entre 18-21 años manifiesta que la influencia de estas encuestas fue mucho o bastante. De la misma forma que lo sostiene un 8% de los que votaron al PSOE.

La presentación de encuestas y estimaciones de los resultados electorales puede tener distintos tipos de influencia sobre los ciudadanos: puede motivarles a participar, a abstenerse o a cambiar su voto. En el caso de las encuestas aparecidas durante la campaña de 2004 el efecto que

Cuadro 4.22. Las encuestas electorales como ayuda a la hora de decidir

% fila	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Total
Sexo					
Jóvenes	2	5	17	75	100
Adultos	2	5	17	77	100
Edad					
(18-21)	3	9	22	66	100
(22-25)	3	4	15	79	100
(26-29)	2	3	16	79	100
Voto					
IU	1	3	12	84	100
PP	1	4	15	80	100
PSOE	2	6	20	71	100

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.23. La influencia de las encuestas electorales

(Sólo a aquellos a los que las encuestas le ayudaron a decidir)	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Me animaron a votar	31	28
Me animaron a abstenerme	6	3
Me ayudaron a decidir el partido por el que iba a votar	27	20
Reforzaron mi decisión de votar por el partido que pensaba	31	40
Me animaron a votar a otro partido distinto al que tenía pensado	4	7
NS/NC	2	3
Total	100	100
(N)	(52)	(153)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

tuvieron sobre los jóvenes fue bastante similar al que provocó en los adultos, si bien a un mayor porcentaje de jóvenes (27%) les ayudó a decidir por qué partido votar, frente al 20% de los adultos. Estas encuestas apenas tuvieron incidencia en animar al electorado a abstenerse o a votar por otro partido distinto al que los electores tenían pensado votar.

A pesar del reducido número de entrevistados jóvenes sobre los que las encuestas tuvieron algún tipo de impacto, se puede sostener que el tipo de influencia fue diferente entre aquellos que finalmente votaron por uno u otro partido. La principal repercusión que tuvieron en aquellos que finalmente votaron a IU fue la de animarles a votar, sin embargo, entre los que votaron al PP lo que hicieron fue principalmente reforzar la decisión de votar por ese partido, y en el caso de los que votaron al PSOE el tipo de influencia fue más variado, a uno de cada cuatro le animó a votar y a más de tres de cada diez les ayudó a decidir el partido por el que votar o a reforzar dicha decisión.

Las razones de la abstención

La abstención refleja la no participación de los ciudadanos en las elecciones, si bien se puede distinguir entre una abstención técnica, producida principalmente por fallos o errores en los cen-

Cuadro 4.24. La influencia de las encuestas electorales entre los jóvenes según recuerdo de voto

	IU	PP	PSOE
Me animaron a votar	67	17	25
Me animaron a abstenerme	0	0	0
Me ayudaron a decidir el partido por el que iba a votar	0	17	34
Reforzaron mi decisión de votar por el partido que pensaba	33	67	34
Me animaron a votar a otro partido distinto al que tenía pensado	0	0	6
Total	100	100	100
(N)	(3)	(6)	(32)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004

Cuadro 4.25. **Principal motivo de la abstención**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
No hay ninguna alternativa que me satisfaga	24	28	32	28	27
Estoy harto de política y elecciones	14	14	6	12	11
Da lo mismo votar que no votar, no sirve para nada	19	17	12	17	14
Estoy desorientado, no sé a quien votar	12	6	4	8	3
No me inspira confianza ningún partido ni ningún político	15	13	18	15	20
Para mostrar mi descontento	3	6	8	5	8
Por motivos de salud, trabajo, familiares	2	3	2	2	4
No estoy censado	0	0	2	1	0
Ninguna de esas razones, otras (NO LEER)	5	6	8	6	6
NS/NC	7	6	8	7	9
Total	100	100	100	100	100
(N)	(59)	(64)	(50)	(173)	(286)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

sos electorales, y una abstención activa e intencionada, decidida por los propios electores. El porcentaje de abstención activa, tal y como se ha señalado anteriormente, varía de una elección a otra, entre tipos de elecciones, por diferentes motivos, y es más alto en el caso de los jóvenes que en el de los adultos. Un mayor o menor porcentaje de abstención activa puede asociarse a una mayor o menor satisfacción con las instituciones políticas y el propio funcionamiento de la democracia. Al igual que en la relación entre participación electoral y democracia, un alto por-

Cuadro 4.26. **La toma de decisión de la abstención**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
Nunca vota	35	54	41	44	46
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes de la campaña electoral)	39	22	31	31	33
Lo decidió durante la campaña electoral, pero antes del atentado del 11-M	4	3	2	3	1
Lo decidió después del atentado del 11M	5	10	12	9	7
Dudó hasta el último momento y lo decidió el mismo día de la votación	12	10	10	11	8
NC	5	2	4	4	5
Total	100	100	100	100	100
(N)	(57)	(63)	(49)	(170)	(289)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

centaje de abstención puede ser considerado por la teoría elitista como saludable para el funcionamiento de la democracia pues reflejaría una confianza en el funcionamiento del sistema político y en los políticos. Pero, por otro lado, altos niveles de abstencionismo serían considerados por la teoría participativa como negativos pues mostrarían una desmotivación de los ciudadanos y un descontento o pérdida de confianza en el sistema político y sus instituciones.

En el caso concreto de las elecciones generales de 2004, la abstención fue menor que en otras elecciones, y el principal motivo sostenido tanto por adultos como por jóvenes como causa de dicha abstención es que “no hay ninguna alternativa que me satisfaga”. La segunda causa señalada como origen del abstencionismo es para los adultos la falta de confianza en los partidos políticos (20%) y entre los jóvenes la sensación de inutilidad de la participación, de que no sirve para nada (17%). Entre los más jóvenes, los que tienen entre 18-21 años, las razones de su abstención son más variadas que en el resto de jóvenes, para ellos se trata de una mezcla entre insatisfacción, sensación de inutilidad, desconfianza y desorientación, pues la mayoría de ellos es la primera vez que tienen la oportunidad de votar en unas elecciones. A medida que incrementa la edad de los jóvenes, la falta de alternativas que les satisfagan y la falta de confianza en los partidos políticos pasan a ser las principales causas de su abstencionismo.

Este abstencionismo no es debido tanto a un desinterés por la política o las elecciones, o como muestra de un descontento, sino que lo que se desprende de estos datos es una desconfianza en los partidos políticos y la necesidad de nuevas o diferentes tipos de alternativas. Pero, además, estos jóvenes manifiestan tener poco interiorizada su capacidad de influencia en la política a través de su participación electoral, es decir, su grado de eficacia política interna es escaso.

Junto a las razones manifestadas como motivos de la abstención, también hay que señalar que los abstencionistas son fundamentalmente “crónicos”, más de cuatro de cada diez electores, tanto jóvenes como adultos, sostiene que su comportamiento es similar al de cualquier otra convocatoria electoral pues nunca participa. Junto a estos abstencionistas crónicos, hay un importante grupo de electores que tomó la decisión de abstenerse antes de la campaña electoral, descartando así la posible influencia de ésta como causa de su desmotivación a participar. Entre los jóvenes hay un mayor porcentaje de ellos que dudó hasta el último momento entre votar o abstenerse y se decantó por esto último el mismo día de las elecciones. Estos motivos no parecen estar relacionados con variables como el nivel educativo o la ideología, por lo tanto no puede sostenerse que los abstencionistas crónicos tengan un perfil específico.

4.2. El voto de los jóvenes en 2004

La coyuntura electoral de las elecciones generales de 2004 ha supuesto un objeto de estudio, sobre todo al intentar cuantificar hasta qué punto los atentados del 11-M constituyeron el factor determinante o no de los resultados de dicha convocatoria, frente a otra serie de factores explicativos del voto a los partidos políticos como son los cleavages sociales y culturales.

Para llevar a cabo el análisis de los elementos que permiten explicar el comportamiento electoral de los jóvenes españoles, en este apartado se revisa primero en qué momento se produjo la toma de decisión del voto para pasar, en segundo lugar, a estudiar de manera específica el voto a los tres principales partidos.

La toma de decisión del voto

La participación electoral incluye al menos dos tomas de decisión, la primera corresponde a la decisión de votar o no en unas elecciones y la segunda decidir por qué partido político hacerlo. Ambas decisiones pueden producirse al mismo tiempo o pueden estar condicionadas, como ya se mencionó anteriormente por elementos de campaña electoral, encuestas electorales, etc. Pero también, como el caso de estas últimas elecciones, estas decisiones pueden estar motivadas por algún aspecto externo inesperado. Votar por el partido al que finalmente lo hicieron

Cuadro 4.27. **Momento de toma de decisión de a quien votar**

(Sólo a quienes fueron a votar)	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes del inicio de la campaña electoral)	66	74	76	72	87
Lo decidió durante la campaña electoral, pero antes del atentado del 11-M	11	10	5	9	4
Lo decidió después del atentado del 11M	23	16	18	19	9
Total	100	100	100	100	100
(N)	(281)	(395)	(299)	(975)	(3755)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

tanto adultos como jóvenes españoles en 2004 fue, según sus contestaciones, una decisión tomada hacía bastante tiempo, es decir, que la campaña electoral no tuvo un gran impacto en dicha toma de decisión. Sin embargo, un mayor porcentaje de jóvenes (19%) que de adultos (9%) lo decidió después del atentado del 11-M. Este dato refleja, por tanto, el hecho de que el atentado tuvo una influencia mayor sobre los jóvenes que sobre el resto de población.

Esta influencia a la hora de considerar por qué partido político votar fue mucho más importante entre aquellos jóvenes que lo hacían por primera vez: más de dos de cada diez jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 21 años decidió por qué partido votar después de los atentados del 11-M.

Este grupo de jóvenes sobre los que los atentados influyeron de manera decisiva para determinar el partido al que votaría se reparten de manera desigual en el espacio ideológico. Aquellos jóvenes que se ubican ideológicamente en la izquierda (puntos 1 y 2 de la escala) fueron los que en mayor medida (18%) se vieron influenciados por los atentados para decidir su voto, seguidos de un 9% y 10% de los que se ubican en el centro izquierda y centro, respectivamente. Este porcentaje se reduce al 5% entre los jóvenes de centro derecha.

El destino final del voto de aquellos jóvenes que fueron más influenciados por los atentados recayó sobre el PSOE. El 85% de aquellos que decidieron votar después del atentado del 11M lo hizo por el PSOE; un 10% lo hizo por el PP y un 5% por IU.

Cuadro 4.28. **Momento de toma de decisión de a quien votar, según ideología**

(Sólo a quienes fueron a votar)	Izda	Centro Izda	Centro	Centro Dcha	Dcha
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes del inicio de la campaña electoral)	73	88	81	90	100
Lo decidió durante la campaña electoral, pero antes del atentado del 11-M	9	3	10	5	0
Lo decidió después del atentado del 11M	18	9	10	5	0
Total	100	100	100	100	100
(N)	(11)	(77)	(52)	(20)	(1)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.29. Momento de toma de decisión de a quien votar, según partido finalmente votado

	IU	PP	PSOE	Total	(N)
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes del inicio de la campaña electoral)	4	30	67	100	(132)
Lo decidió durante la campaña electoral, pero antes del atentado del 11-M	0	29	71	100	(7)
Lo decidió después del atentado del 11M	5	10	85	100	(20)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

La decisión de participar, y a qué partido votar, no siempre está clara. En algunas ocasiones no sólo se duda sobre votar o abstenerse sino también entre qué partidos o coalición hacerlo. Estas dudas aparecen más frecuentemente entre los jóvenes que entre los adultos. El porcentaje de los que dudaron fue el 13% de los jóvenes, mientras que en los adultos ese porcentaje fue de sólo el 7%.

Las dudas de los electores en torno a qué partido político votar responden, en el caso de los que dudaban entre IU y otro partido político, a una duda dentro del espectro ideológico, se puede decir que la decisión era “intra-bloque” ideológico. La mayoría de los jóvenes y adultos que dudaba entre IU como primera opción, lo hacía respecto al PSOE como segunda opción. El segundo partido con el que se dudaba en mayor medida diferencia claramente a los jóvenes del resto de población. Entre los jóvenes, un 14% dudó entre votar a IU o votar a ERC, porcentaje similar que dudaba entre votar a IU y abstenerse. Sin embargo, entre los adultos ninguno dudaba entre IU-ERC, pero sí hubo un 10% que dudó entre votar a IU o al PP.

En el caso de los que dudaban entre el PP como primera opción y otro partido político o la abstención, puede decirse que responde a ese conjunto de ciudadanos que se sitúa en el difuso pero amplio espectro ideológico de centro que abarca los extremos limítrofes de las dos principales fuerzas políticas que, en muchas ocasiones, se desdibujan. Así, la mayoría de los jóvenes electores que dudaban entre el PP y otro partido, este fue el PSOE. Estas dudas se producen de

Cuadro 4.30. La toma de decisión

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Tenía decidido abstenerse	23	17	18	19	9
Tenía decidido votar por un partido o coalición	63	67	66	66	82
Dudó entre dos partidos o coaliciones	8	7	7	7	5
Dudó entre un partido o coalición y la abstención	5	5	8	6	2
NC	2	3	2	2	2
Total	100	100	100	100	100
(N)	(363)	(485)	(365)	(1213)	(4164)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.31. Opciones entre las que se dudaba

1ª Opción-2ª Opción	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
IU-PP	10	0	0	4,8	10
IU-PSOE	70	0	43	62	77
IU-ERC	0	75	43	14	0
IU-Otros	10	0	0	5	7
IU-Abstenerse	10	25	14	14	7
PP-PSOE	75	71	75	73	74
PP-CC	8	0	0	2	2
PP-Blanco	0	6	0	2	3
PP-CiU	0	0	0	0	2
PP-Abstenerse	17	24	25	22	19
PSOE-IU	25	23	8	18	17
PSOE-PP	13	8	0	6	25
PSOE-CiU	13	15	8	12	12
PSOE-ERC	13	8	8	9	11
PSOE-Otros	0	8	15	9	4
PSOE-Blanco	0	0	8	3	2
PSOE-Abstenerse	38	39	46	41	29
Blanco-IU	0	0	0	0	22
Blanco-PP	0	100	0	13	0
Blanco-PSOE	100	0	50	50	11
Blanco-Otros	0	0	17	13	33
Blanco-Abstenerse	0	0	33	25	11
(N)	(45)	(59)	(53)	(156)	(305)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

forma similar entre los adultos que entre los jóvenes, si bien, entre los jóvenes hubo un mayor porcentaje de los que dudaron entre votar al PP y abstenerse.

Los que dudaban entre el PSOE como primera opción no tenían una idea única o mayoritaria de cuál era la segunda opción preferida ya que la variedad de combinaciones posibles se amplía en este caso. Podría destacarse, como aspecto más relevante, la duda entre votar al PSOE y la abstención, que resulta especialmente llamativa entre los jóvenes en comparación con los adultos, ya que un 41% de los jóvenes no tenía claro si votar al PSOE o abstenerse, mientras que esa duda existió para el 29% de los adultos que se plantearon esta cuestión. La lectura de estos datos podría ser doble. Por un lado, reflejaría que un gran porcentaje del electorado joven potencialmente abstencionista posee cierta cercanía a este partido político. Por otro lado, que entre los jóvenes cercanos al PSOE la posibilidad de abstenerse y no acudir a las urnas era algo bastante factible para casi cuatro de cada diez electores de los que tenían dudas.

Cuadro 4.32. Dudas de voto según partido al que finalmente votaron los jóvenes

Dudó entre	Votó IU
IU-PP	0
IU-PSOE	45
IU-ERC	11
IU-Otros	11
IU-Abstenerse	33
Total	100
Dudó entre	Votó PP
PP-PSOE	54
PP-Abstenerse	46
Total	100
Dudó entre	Votó PSOE
PSOE-IU	15
PSOE-PP	10
PSOE-CiU	20
PSOE-ERC	5
PSOE-Otros	10
PSOE-Blanco	5
PSOE-Abstenerse	35
Total	100

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

El binomio PSOE como primera opción y PP como segunda estuvo, por el contrario, más presente entre los adultos. Uno de cada cuatro adultos que dudó a la hora de decidir su voto lo hizo entre el PSOE como primera opción y el PP como segunda opción, mientras que únicamente un 6% de los jóvenes compartía esa duda.

El voto en blanco no ha acaparado gran atención ni ha dado lugar a muchos análisis en España, si bien, supone una opción de voto con gran contenido y significado. Puede reflejar la aceptación de las reglas de juego democrático pero, por el contrario, supone la demostración de un rechazo hacia los partidos políticos, o la demostración de inexistencia de alternativa que satisfaga o represente los intereses de un grupo de personas. Sin embargo, el reducido porcentaje que supone frente a otros comportamientos políticos hace que no sea centro de atención en la mayoría de los casos. En este caso, el voto en blanco aparece como una posible alternativa de voto para aquellos que dudaban entre esta opción y votar al PSOE entre los jóvenes (50%), y abstenerse y votar a otros partidos más minoritarios (33%) o a IU (22%) en el caso de los adultos.

Entre aquellos que finalmente tomaron la decisión de votar a IU, un 44% había dudado entre votar a este partido o al PSOE, un 33% abstenerse y un 11% votar a ERC. Entre los que votaron al PP y habían dudado, lo habían hecho entre votar a este partido, al PSOE o abstenerse. En el caso de los que votaron al PSOE pero habían dudado, esta duda estaba inclinada ligeramente hacia la abstención y hacia CiU. La conclusión fundamental de los datos recogidos en el cuadro 4.32 es que independientemente del voto a un determinado partido político u otro, la movilización del electorado joven fue muy importante ya que en los casos de estos tres partidos políticos, el voto al partido político desequilibró la balanza de la duda entre esa opción y la abstención.

Cuadro 4.33. Resultados reales y de encuesta en 2004

	Resultados reales	Resultados encuesta postelectoral	Diferencia
IU-ICV	4,96	4,5	0,46
PP	37,71	25,9	11,81
PSOE	42,59	42,7	-0,11
EA	0,31	0,1	0,21
EAJ- PNV	1,63	1,1	0,53
CiU	3,23	2,3	0,93
ERC	2,52	2,1	0,42
BNG	0,81	0,5	0,31
Na-Bai	0,24	0,2	0,04
CC	0,91	0,5	0,41
Cha	0,36	0,3	0,06
Otros partidos	3,15	1,7	1,45
Votó en blanco	1,58	1,6	-0,02
NC	-	16,6	-
Total	100	100	
(N)	-	(4729)	

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004, y www.mir.es

El voto emitido en las elecciones

Los resultados reales de las elecciones generales de 2004 muestran que el PSOE obtuvo el 42,59% de los votos, el PP el 37,71%, IU el 4,96%, CiU el 3,23%, ERC el 2,52% y EAJ-PNV el 1,63% de los votos, además de otro conjunto de partidos que obtuvieron menos del 1% de los votos. Sin embargo, el análisis específico de los perfiles y las características que influyeron en los electores para votar a uno u otro partido requiere, al igual que la investigación sobre la participación y abstención electoral, del uso de datos individuales procedentes de encuestas postelectorales que nos proporcionan unos resultados en torno a la intención de voto diferentes a los reales. En concreto, estas cifras están condicionadas por dos elementos. En primer lugar porque los datos proceden de las respuestas que los entrevistados proporcionan a los encuestadores y no de fuentes oficiales y objetivas y, en segundo lugar, por el alto porcentaje de no respuesta a esta pregunta, lo que dificulta el análisis específico de esta información. Unido todo ello a que, como ha venido ocurriendo a lo largo de las últimas legislaturas, hay un cierto ocultamiento del voto hacia el partido político que ha perdido las elecciones.

En este caso, la principal diferencia la encontramos, por tanto, en el voto hacia el Partido Popular, al que sostiene haberle votado casi doce puntos porcentuales menos de los que en realidad lo hicieron.

Sin olvidar las consideraciones anteriores relativas a los datos procedentes del recuerdo de voto de los electores, cabe sostener que los jóvenes votaron en mayor medida por partidos políticos de izquierdas que los adultos. Un 50% de los jóvenes votó al PSOE, frente al 41% de los adultos. Sin embargo, entre estos últimos encontramos un mayor porcentaje que concedió su

Cuadro 4.34. **Recuerdo de voto en 2004 según edad**

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
IU-ICV	4	6	10	7	4
PP	20	18	20	19	28
PSOE	52	51	49	50	41
EA	0	0	0	0	0
PNV	0	0	0	0	1
CiU	1	1	1	1	3
ERC	4	5	3	4	2
BNG	1	0	2	1	0
Na-Bai	0	1	0	0	0
CC	1	1	0	1	0
Cha	0	1	0	0	0
Otros partidos	3	4	2	3	2
Votó en blanco	3	3	3	3	1
NC	13	11	8	11	18
Total	100	100	100	100	100
(N)	(281)	(393)	(299)	(973)	(3754)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

voto al PP (28%), mientras que únicamente lo hizo el 19% de los jóvenes. Más allá del voto a los dos principales partidos se aprecian diferencias en el voto de estos dos grupos de población hacia IU y ERC. En ambos casos, los jóvenes apoyaron mucho más a estos partidos que los adultos.

Las diferencias entre los jóvenes en cuanto a su voto no son muy llamativas, si bien puede sostenerse que entre los que tenían edades comprendidas entre 26-29 años hay un mayor porcentaje de votantes de IU que en el resto de jóvenes, mientras que los de menos edad, los que cuentan entre 18 y 21 años votaron ligeramente más por el PSOE que el resto de jóvenes.

El gráfico 4.5 proporciona una visión longitudinal del voto de los jóvenes a los distintos partidos políticos desde 1982. En él puede apreciarse cómo la tendencia responde un descenso paulatino del voto de los jóvenes al PSOE y un incremento lineal del voto al PP hasta las elecciones de 2004, momento en el que el apoyo a este partido político decae a menos del 20%. Por otro lado, se observa cómo el apoyo a los partidos nacionalistas se mantiene, mientras que a IU decae a partir de 1996 y no ha incrementado en las dos últimas legislaturas.

El perfil de los votantes jóvenes de los tres principales partidos en 2004 presenta características sociodemográficas particulares, si bien, puede sostenerse que el electorado joven del PSOE y del PP posee más elementos en común que respecto al electorado joven de IU.

Los votantes de IU son jóvenes con edades comprendidas mayoritariamente entre los 26-29 años, varones, con estudios secundarios, pero también un importante porcentaje de ellos con estudios universitarios (30%), que trabajan y que, en términos de creencias religiosas, se confiesan no creyentes o ateos.

El PP obtuvo votos de todo el colectivo de jóvenes; no se observan diferencias significativas por grupos de edad. Al contrario que en el caso de IU, los votantes jóvenes del PP son más heterogéneos en cuanto a su edad. De igual manera, no hay diferencias significativas de sexo en su

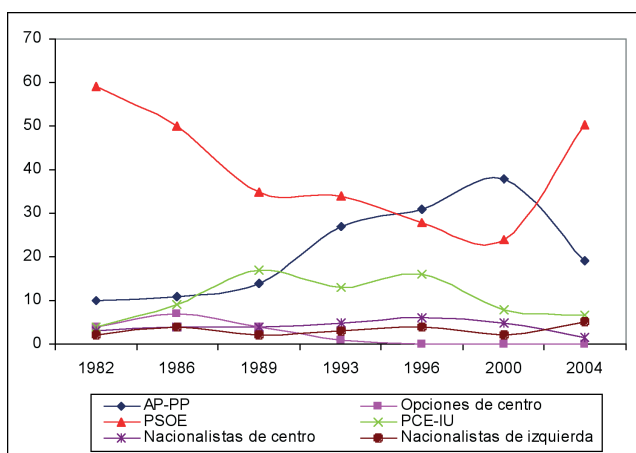


Gráfico 4.5:
Evolución del voto de los jóvenes en elecciones generales

Fuente: Estudios postelectorales elecciones generales. Centro de Investigaciones Sociológicas.

electorado, tanto hombres como mujeres jóvenes votaron en la misma proporción por este partido. Sin embargo, el elemento característico del electorado joven del PP reside en sus creencias religiosas. Casi nueve de cada diez jóvenes que votaron a este partido se consideran católicos. Se trata, además, del partido político que, junto con el PSOE acaparó más voto joven estudiantil, en comparación con IU. El 33% de los votantes del PP y el 27% del PSOE es estudiante.

Los jóvenes que votaron al PSOE provienen fundamentalmente del grupo de edad entre 22-25 años, lo que significa que son jóvenes que ya han disfrutado en alguna ocasión de su derecho a participar en unas elecciones. La mayoría de su electorado joven ha acabado estudios secundarios, y casi siete de cada diez votantes de este partido se consideran católicos.

Las razones del voto

Dentro del conjunto de variables que motivan a un individuo a votar por un determinado partido, pueden incluirse aspectos directamente relacionados con la persona que ejerce el liderazgo de dicho partido o los candidatos presentados en las diferentes circunscripciones; con elementos de identificación ideológica tanto desde el punto de vista de representación de las preferencias políticas personales como el programa de acción y de gobierno. Sin embargo, la decisión de votar a un determinado partido también responde, en ocasiones, a una evaluación estratégica de las posibilidades de ganar del partido político con el que el elector se siente identificado, o de coalición entre partidos que pertenecen al mismo espectro ideológico. De la misma forma, este voto puede suponer simplemente un castigo o sanción al partido político que hasta ese momento había desempeñado la labor de gobierno.

De las razones manifestadas por el electorado joven en 2004 se desprenden tres conclusiones fundamentales. En primer lugar, la escasa relevancia, frente a otro tipo de factores, de los candidatos y líderes de los partidos a la hora de explicar el voto a un partido político u otro. En segundo lugar, que no existe una fidelidad y sentimiento de pertenencia a un partido político, aunque sí de representación de las ideas del colectivo con perfiles similares a estos electores. Finalmente, el voto de un porcentaje importante de electorado joven de izquierdas estuvo influenciado por el rechazo a un posible triunfo del PP en dichas elecciones.

Las razones esgrimidas por los votantes jóvenes de IU-ICV como explicativas de su comportamiento electoral son, en algunos aspectos, diferentes a las del resto de población. Un mayor porcentaje de jóvenes (15%) que de adultos (8%) justifica su voto a este partido como un inten-

Cuadro 4.35. Perfil de los votantes jóvenes de IU, PP y PSOE

	IU	PP	PSOE
Edad			
18-21	19	30	30
22-25	35	37	41
26-29	46	33	30
Total	100	100	100
Sexo			
Varones	58	48	51
Mujeres	42	52	50
Total	100	100	100
Nivel educativo			
Primarios	6	1	4
Secundarios	48	52	58
FP	14	20	18
Universitarios medios	16	9	10
Universitarios superiores	14	18	10
Total	100	100	100
Situación Ocupacional			
Estudiante	18	33	27
Ocupado	67	51	52
Parado	16	13	16
Otra situación	0	3	5
Total	100	100	100
Religión			
Católico	31	86	69
Creyente de otra religión	3	0	1
No creyente	36	9	19
Ateo	23	3	9
Total	100	100	100
(N)	(64)	(187)	(489)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

to de evitar que ganase el PP. De la misma forma que lo hicieron pensando en la utilidad de su voto de cara a formar un gobierno de izquierdas en España (23% de los jóvenes frente al 10% de los adultos). Respecto a estos dos elementos, la edad diferencia a los más jóvenes, sobre todo a los que cuentan entre 18-21 años, del resto. Los primeros aparecen como los más influenciados por los atentados del 11-M y sus consecuencias, mientras que el resto de los jóvenes mostraba más abiertamente su rechazo a otra posible legislatura con el PP en el gobierno. Los votantes adultos de este partido aparecen como más fieles y con un gran sentimiento de pertenencia al mismo y a los ideales que representa.

Cuadro 4.36. Las razones del voto a IU-ICV

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Por Gaspar Llamazares	0	5	7	5	3
Por los candidatos presentados en esta provincia	0	0	0	0	4
Por los atentados del 11-M en Madrid y sus consecuencias	18	5	7	8	2
Para evitar que ganase el PP	9	18	14	15	8
Porque es mi partido (siempre voto a este partido)	0	0	10	5	14
Porque es el que está más capacitado para gobernar en España	0	0	0	0	2
Porque es el que mejor representa las ideas de la gente como yo	36	32	41	37	50
Por la posibilidad de que haya un gobierno de izquierdas en España	27	27	17	23	10
Otras respuestas	9	9	3	7	7
Total	100	100	100	100	100
(N)	(11)	(22)	(29)	(64)	(148)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.37. Las razones del voto al PP

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Por Mariano Rajoy	13	7	0	7	6
Por los candidatos presentados en esta provincia	0	1	2	1	1
Por los atentados del 11-M en Madrid y sus consecuencias	4	3	2	3	1
Para evitar que ganase el PSOE e IU	7	4	5	5	3
Porque es mi partido (siempre voto a este partido)	2	4	8	5	17
Porque es el que está más capacitado para gobernar en España	22	24	32	26	23
Porque es el que mejor representa las ideas de la gente como yo	24	14	13	17	14
Porque en general lo ha hecho bastante bien al frente del gobierno durante estos últimos años	20	37	37	32	32
Otras respuestas	9	3	2	4	4
Total	100	100	100	100	100
(N)	(55)	(70)	(60)	(185)	(1039)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Cuadro 4.38. Las razones del voto al PSOE

	18-21	22-25	26-29	Total jóvenes	Adultos (30 +)
Por José Luis Rodríguez Zapatero	6	7	7	7	6
Por los candidatos presentados en esta provincia	0	1	1	1	1
Por los atentados del 11-M en Madrid y sus consecuencias	19	11	18	15	8
Para evitar que ganase el PP	21	27	18	23	13
Porque es mi partido (siempre voto a este partido)	4	12	16	11	28
Porque es el que está más capacitado para gobernar en España	4	3	1	3	6
Porque es el que mejor representa las ideas de la gente como yo	27	28	26	27	27
Por la posibilidad de que haya un gobierno de izquierdas en España	16	7	10	11	8
Otras respuestas	4	6	2	4	4
Total	100	100	100	100	100
(N)	(144)	(200)	(144)	(489)	(2016)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

Los electores jóvenes del PP en 2004 justifican el voto a este partido principalmente a partir de dos aspectos relacionados entre sí: la evaluación de la gestión realizada por este partido en la legislatura anterior y, en segundo lugar, por considerar que es el partido político más capacitado para gobernar España. Se trata de un electorado que se diferencia muy poco del electorado adulto de este partido político. Únicamente, al igual que respecto a los otros partidos, los adultos poseen una mayor identificación partidista que los jóvenes al declarar que lo han votado “porque es mi partido (siempre voto por él)”.

Los jóvenes con edades entre 18 y 21 años destacan por ser los que comparativamente dan mayor importancia al líder del partido. Casi un 13% de los jóvenes de esta edad declara que votaron por el PP por el líder de ese partido, Mariano Rajoy.

Los jóvenes que en 2004 decidieron votar por el PSOE lo hicieron en primer lugar porque constituye el partido político que mejor representa las ideas de la gente como ellos (27%) y, en segundo lugar, para evitar que ganase el Partido Popular (23%). El tercer factor que influyó en su decisión fueron los atentados del 11-M y sus consecuencias (15%).

Los factores que más influencia tuvieron sobre aquellos electores que pensaban abstenerse y que finalmente votaron por IU-ICV, fueron los atentados del 11-M y para evitar que ganase el PP (40% respectivamente), seguido de la posibilidad de formar un gobierno de izquierdas. Estos datos muestran, por tanto, que un conjunto de jóvenes fueron movilizados y que depositaron su voto a favor de IU. Los factores que movilizaron a los jóvenes que tenían pensado abstenerse y que finalmente votaron por el PP, fueron bastante similares al resto que lo tenía pensado con anterioridad, sin embargo, se observa cómo dos de cada diez electores consideraron esta opción influenciados por la posibilidad de que PSOE e IU formaran un gobierno de coalición. Finalmente, en el caso de los votantes del PSOE que tenían pensado abstenerse, los factores que contri-

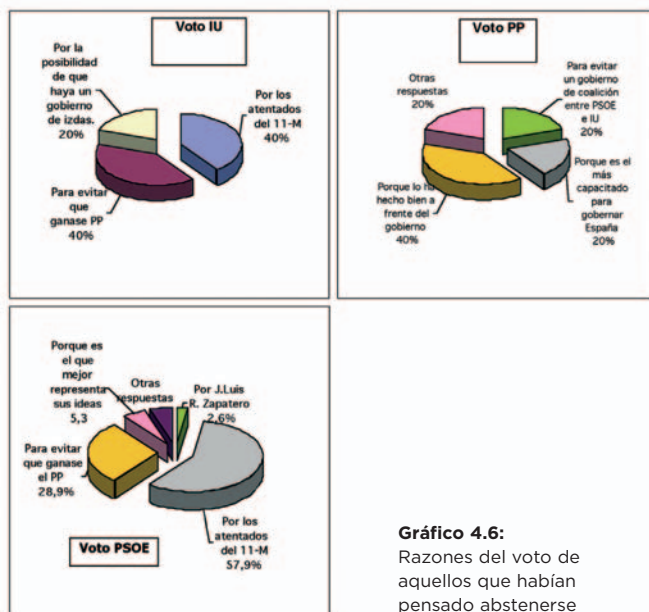


Gráfico 4.6:
Razones del voto de aquellos que habían pensado abstenerse

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas; Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004.

buyeron a su movilización fueron más variados, pero sobre todo los atentados tuvieron una relevancia mayor por encima de otros aspectos.

El análisis de la participación y el comportamiento electoral de los jóvenes españoles en las elecciones generales de 2004 presentado en este capítulo ratifica algunas de las hipótesis mantenidas en torno a la importancia que los jóvenes tuvieron en dicha convocatoria. Un mayor porcentaje de jóvenes (19%) que de adultos (9%) tomaron la decisión de acudir a las urnas después de los atentados. La influencia de este acontecimiento coyuntural e inesperado afectó sobre todo a los jóvenes que tenían, por primera vez, la oportunidad de votar en unas elecciones generales, los jóvenes con edades entre 18 y 21 años. Pero también la influencia se concentró en un conjunto de jóvenes ubicados ideológicamente en el centro, sobre todo a la hora de decidir su voto. El destino final del voto de aquellos jóvenes que fueron más influenciados por los atentados recayó sobre el PSOE. El 85% de aquellos que decidieron votar después del atentado del 11M lo hizo por el PSOE; un 10% por el PP y un 5% por IU.

Más allá del análisis específico del voto a un determinado partido político o a otro, uno de los aspectos más relevantes es que la movilización del electorado joven fue muy importante, ya que por lo que se refiere a las dudas sostenidas entre votar a un partido político o abstenerse, finalmente la decisión se inclinó por acudir a las urnas. Los motivos que justifican esta movilización y el consiguiente voto a los diferentes partidos no muestra pautas únicas, si bien puede sostenerse que en el caso de los jóvenes que votaron por IU y PSOE el rechazo a otro posible gobierno del PP y las consecuencias de los atentados condicionaron su decisión.

En el contexto de esta investigación se entienden por elecciones de baja participación aquellas que se alejan significativamente de la pauta de participación que viene siendo la normal en las sucesivas convocatorias electorales. Las elecciones al Parlamento Europeo de 2004 y el referéndum acerca de la Constitución Europea del 20 de febrero de 2005 son dos ejemplos de este tipo de elecciones, en las que se produjo un muy escaso nivel de movilización de la ciudadanía y en las que la participación se situó por debajo de la mitad del censo electoral (45% en las elecciones europeas de 2004 y 42% en el referéndum constitucional de 2005).

De acuerdo con lo que se ha venido observado en investigaciones anteriores, el nivel de la participación electoral de los jóvenes, que siempre suele ser menor que el de los adultos, se hace especialmente bajo en las elecciones en las que la participación general es más reducida, es decir, en aquellas en las que se registra una menor movilización o una situación de atonía que invita a la desmovilización. Según esta pauta, el comportamiento de los jóvenes en estas elecciones de baja participación debería caracterizarse por un nivel de movilización y participación muy inferior al que se registra en las elecciones “normales”, de modo que la distancia que se registra entre los niveles de participación de jóvenes y adultos se acrecienta en estos casos.

5.1. Las elecciones al Parlamento Europeo de 2004

Las elecciones de junio de 2004 al Parlamento Europeo se celebraron en un clima de notable indiferencia pública, que se tradujo en la elevada abstención ya señalada. Ello no resulta extraño ya que el Parlamento Europeo es percibido por la opinión pública como una instancia muy alejada de los intereses y preocupaciones de los ciudadanos, que no sienten que “se jueguen” nada en las elecciones de este ámbito, lo que conlleva tradicionalmente una abstención muy elevada; si a ello se añade que en esta ocasión las elecciones tuvieron lugar apenas tres meses después del vuelco político propiciado por las elecciones del 14 de marzo, lo sorprendente hubiera sido que la participación resultara elevada.

Históricamente, los niveles de abstención más elevada registrados en España en elecciones de ámbito nacional se producen en las elecciones al Parlamento Europeo, elecciones que, como señala Astorkia (1994), *“pueden ser consideradas como excepcionales o atípicas, debido a la esca-*

Cuadro 5.1. Evolución de la participación electoral en elecciones al Parlamento Europeo

Fecha elección	Participación	Elecciones simultáneas
10-junio-1987	68,52	Municipales y Autonómicas (13 CC.AA.)
15-junio-1989	54,71	Ninguna
12-junio-1994	59,14	Autonómicas Andalucía
13-junio-1999	63,05	Municipales y Autonómicas (13 CC.AA.)
13-junio-2004	45,14	Ninguna

Fuente: Ministerio del Interior

sa atracción que suscitan las instituciones políticas europeas entre el electorado no sólo español, sino también de otros estados de la CE". Esta baja participación en las elecciones al Parlamento Europeo se hace especialmente acusada en aquellos comicios en los que, como ocurrió en 2004, no coinciden con ninguna otra convocatoria electoral, sea de ámbito autonómico o municipal. De este modo, el anterior record de abstención en unas elecciones se alcanzó en las Europeas del 15 de junio de 1989, las únicas con las de 2004 en las que no hubo ninguna otra cita electoral simultánea.

Como se puede observar en los datos del cuadro 5.1, sólo en las elecciones al Parlamento Europeo de 1987 y 1999, que coincidieron con las elecciones municipales y las autonómicas en las 13 Comunidades regidas por el artículo 143 de la Constitución, la participación superó el 60% del censo electoral; se quedó cerca en la convocatoria de 1994, que coincidió con unas elecciones al Parlamento de Andalucía y muy lejos en las convocatorias que fueron exclusivamente al Parlamento Europeo, como las de 1989 y 2004. A ello se añade una tendencia general a la baja en la participación que puede tener que ver con el progresivo enfriamiento del entusiasmo euro-peísta que caracterizó a la opinión pública española en los primeros años de permanencia en la UE.

El interés de los jóvenes por la campaña electoral en las elecciones al Parlamento europeo

La encuesta postelectoral realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas tras las elecciones al Parlamento Europeo pone de relieve que el interés de los españoles por la campaña electoral previa fue bastante reducido. Dentro de esta pauta general, los datos apuntan que el interés de los jóvenes fue notablemente más bajo que el de los ciudadanos de mayor edad. En el marco de una campaña claramente “descafeinada”, por la que sólo uno de cada cuatro ciudadanos (el 24%) se mostró interesado, el grupo de los jóvenes de 18 a 29 años se manifestó de forma especialmente indiferente: sólo uno de cada seis (el 16%) expresó mucho o bastante interés en su desarrollo. Las diferencias entre los jóvenes y los adultos quedan patentes en los datos recogidos en el cuadro 5.2.

Dentro del propio grupo de los jóvenes se aprecian algunas diferencias según la edad en cuanto al interés manifestado en la campaña, pero no son especialmente significativas. A medida que la edad va aumentando, es decir a medida que los jóvenes se van convirtiendo en adultos, el interés por la campaña electoral también crece, como suele ocurrir en todos los indicadores de cultura política y de sentimiento de implicación en la cosa pública, pero las diferencias no son especialmente acusadas en este caso.

Lo que se produce no es tanto un aumento en el interés por la campaña (que podrían expresar la minoría que se muestra muy o bastante interesada), como una disminución de la indiferencia casi absoluta que ponen de manifiesto los que muestran poco o ningún interés; en lugar de

Cuadro 5.2. Interés en el seguimiento de la campaña

	Total	Total jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
Mucho o bastante interés	24	16	26
Ni poco ni mucho	13	9	14
Poco o ningún interés	63	75	60
Total	100	100	100
(N)	(2489)	(568)	(1921)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

ello aumenta la relativa indiferencia que expresan aquellos jóvenes que no se manifiestan “ni poco ni mucho” interesados en el desarrollo de la campaña electoral.

A pesar del tono general de apatía y falta de interés por lo que aconteciera en la campaña electoral, se observa una vez más que el interés aumenta de forma apreciable entre los jóvenes que disfrutan de un nivel de instrucción más elevado, hasta el punto de que entre los que tienen estudios universitarios superiores la proporción de “interesados” (el 30%), es casi tres veces más alta que entre los jóvenes que no han superado la educación secundaria, entre los que el porcentaje se reduce al 12% (gráfico 5.1). La asociación es lineal y viene a probar la estrecha relación que se da entre el nivel de instrucción y el sentimiento de implicación en la política y en la vida pública, que se ha puesto de manifiesto en diferentes investigaciones.

Con independencia del interés mostrado en el seguimiento de las campañas electorales, suele ser un lugar común en la opinión pública tacharlas de inútiles, aun cuando es sabido que los resultados de muchas convocatorias electorales dependen de la capacidad de movilización que demuestran los partidos a lo largo de ellas. De hecho el estudio de la influencia de las campañas electorales en el voto es uno de los temas más clásicos de la investigación empírica en el campo de la Ciencia Política (Crespo 2000)¹⁰.

Es cierto que, en general, sólo algunas minorías de ciudadanos reconocen que las campañas electorales les sirven para conocer mejor a los candidatos o para informarse de los programas o de las propuestas electorales, así como para ver las diferencias existentes entre los partidos, y mino-

Cuadro 5.3. Interés en el seguimiento de la campaña según la edad

	De 18 a 21	De 22 a 25	De 26 a 29
Mucho o bastante interés	15	16	17
Ni poco ni mucho	6	10	12
Poco o ningún interés	79	74	71
Total	100	100	100
(N)	(183)	(192)	(193)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

¹⁰ Obra colectiva en que se hace un profundo análisis de la campaña de las elecciones del año 2000, así como un repaso de la literatura existente al respecto.

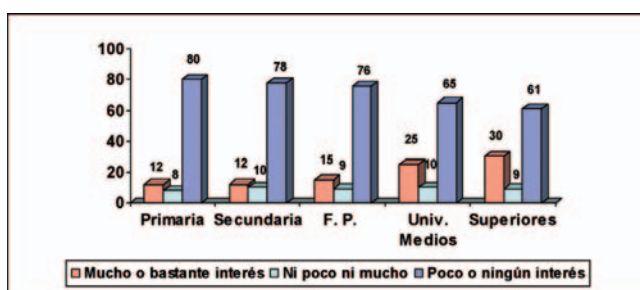


Gráfico 5.1:
Interés en el seguimiento de la campaña según nivel de instrucción

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

rías aún más reducidas llegan a identificar que lo visto u oído durante las campañas puede servirle como orientación para su voto. Siendo esto así en campañas en las que se observa un intenso grado de movilización en el electorado, en el caso de una elección como la del Parlamento Europeo del año 2004, donde la movilización fue muy escasa, el impacto de la campaña se reduce aún de forma más acusada. Sólo un 29% de los ciudadanos reconocía que la campaña electoral le había servido para conocer mejor a los candidatos que concurrían y uno de cada cuatro también apuntaba que le había servido para ver las diferencias existentes entre las distintas fuerzas políticas en materia de política europea, así como para informarse sobre las propuestas y los programas de cada partido o coalición. Estos datos corresponden a la población en general y se ven aún más reducidos en el caso de los jóvenes, a quienes la campaña parece reportarles menos información sobre lo que se juega en las urnas.

Más allá del interés puramente informativo de la campaña, el objetivo de éstas viene a ser movilizar a los electores hasta conseguir su voto. En este sentido, sólo uno de cada ocho ciudadanos (13%) considera que la campaña de las elecciones al Parlamento europeo del año 2004 le sirvió para decidir su voto. Resulta de interés observar que mientras los jóvenes parecen reconocer en menor medida el impacto informativo de la campaña, sin embargo a la hora de decidir el voto se muestran más susceptibles de ser influidos que los electores de mayor edad (cuadro 5.4), si bien las diferencias no son especialmente significativas.

La participación en las elecciones

La participación en las elecciones al Parlamento Europeo fue del 45% del censo electoral y los datos de la encuesta realizada con posterioridad apuntan a una participación significativamente

Cuadro 5.4. La utilidad de la campaña electoral

Porcentaje de entrevistados que manifiesta que la campaña electoral le ha servido para...	Total		
	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)	
Informarse sobre los programas y propuestas de cada partido o coalición	24	22	25
Conocer mejor a los candidatos al Parlamento Europeo	29	26	30
Ver las diferencias en política europea que existen entre unos partidos y otros	25	24	26
Decidir su voto	13	14	12

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

Cuadro 5.5. Participación en las elecciones

	Total	Total jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
Fue a votar y votó	61	43	66
No puedo votar	9	10	8
Prefirió no votar	30	46	25
NC	-	1	1
Total	100	100	100
(N)	(2489)	(568)	(1921)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

menor de los jóvenes en los comicios, aunque las diferencias que se observan podrían estar motivadas también por actitudes diferenciadas de los jóvenes ante el hecho de votar. En efecto, es un hecho conocido que en todas las encuestas electorales la proporción de entrevistados que dice que va a votar o que ha votado suele ser significativamente más elevada que la tasa de participación que finalmente se registra en las urnas.

Ello es así como consecuencia de una percepción negativa del comportamiento abstencionista, que lleva a que se produzca en alguna medida su ocultamiento en las encuestas de opinión pública. Podría ser que los jóvenes no estuvieran tan convencidos como los adultos de las connotaciones de ilegitimidad y rechazo social que se asocian al comportamiento abstencionista, connotaciones que explica la sobrerrespuesta que se obtiene en todas las encuestas en las preguntas sobre la participación electoral pasada o la intención de participar en las urnas en una convocatoria futura. Es posible que este sesgo en las respuestas ocasionado por el deseo de ocultar un comportamiento –la abstención– percibido como socialmente rechazable, no se de entre los jóvenes en la misma proporción, lo que llevaría a que sean más “sinceros” en las encuestas y, por ello, respondan que votaron en menor medida. Ésta es sin embargo una hipótesis que no puede ser verificada con los datos obtenidos en esta investigación, si bien debería ser tenida en cuenta para investigaciones futuras.

Tomando, pues, como ciertos los datos que ofrecen las encuestas, lo que se confirma es la relación, ya observada en un anterior estudio sobre el comportamiento electoral de los jóvenes, entre el nivel de la participación general y el nivel de participación de los jóvenes, de modo que en unas elecciones como las del Parlamento europeo, en las que la participación general fue muy baja, la distancia entre la participación de los jóvenes y la de los adultos aumentaba significativamente. Si en las elecciones generales del 14 de marzo, con una participación elevada, la diferencia entre la participación de los jóvenes y la de los mayores de 30 años fue de nueve puntos, en las elecciones al Parlamento Europeo esa distancia se elevó hasta los 23 puntos; según las encuestas votaron el 66% de los adultos y sólo el 43% de los jóvenes. Ello viene a confirmar plenamente una de las conclusiones obtenidas en el mencionado estudio anterior: *“los jóvenes se caracterizan por una participación electoral significativamente más baja que la población de más edad, que se hace mínima, además, en aquellas elecciones en las que el nivel de movilización electoral general es más bajo”* (Mateos y Moral 2001:37).

Dentro del grupo de los jóvenes se observan, no obstante, algunas diferencias muy apreciables según la edad, de manera que la participación electoral es especialmente baja en el grupo de los “jóvenes adolescentes” de 18 a 21 años, de los cuales sólo el 36% manifiesta que fue a votar en las elecciones de junio de 2004 (cuadro 5.6). Hay que tener en cuenta también que este grupo parece el más afectado por lo que se conoce como “abstención técnica” y la proporción

Cuadro 5.6. Participación de los jóvenes en las elecciones según características sociodemográficas

	Fue a votar y votó	No puedo votar	Prefirió no votar	NC	Total	(N)
Sexo						
Varones	44	9	47	-	100	(295)
Mujeres	41	12	46	1	100	(273)
Edad						
De 18 a 21	36	14	49	1	100	(183)
De 22 a 25	47	9	43	1	100	(192)
De 26 a 29	45	8	47	-	100	(193)
Estatus social						
Clase alta-media alta	54	10	36	-	100	(110)
Nuevas clases medias	48	9	43	-	100	(138)
Viejas clases medias	32	18	50	-	100	(44)
Obreros cualificados	41	10	48	1	100	(183)
Obreros no cualificados	30	7	63	-	100	(71)
Nivel de Estudios						
Primaria	29	9	62	-	100	(182)
Secundaria	46	11	43	-	100	(147)
F.P.	50	10	40	-	100	(111)
Univ. Medios	54	13	32	-	100	(71)
Superiores	60	9	30	1	100	(53)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

de quienes declaran que no pudieron votar (el 14%) también es más elevada que en los otros grupos de edad, en los que los comportamientos tienden a asemejarse más a los de los adultos.

Además de la edad, otras características que determinan en buena medida el comportamiento de los jóvenes ante las elecciones son el estatus social y el nivel educativo. La participación es significativamente más elevada entre los jóvenes con estudios universitarios (sobre todos si son superiores, pero también entre quienes los tienen de grado medio) y también entre los que pertenecen a capas sociales más elevadas. Aunque la relación entre la tasa de participación y el nivel de instrucción puede estar mediatizada por la influencia de la edad, incluso en los mismos grupos de edad se aprecia que los jóvenes con mayor nivel de estudios votan en mayor proporción que los que tienen menos. En sentido negativo se destacan los que apenas tienen estudios primarios, como los que en mayor medida se muestran remisos a participar en las elecciones; sólo el 29% de ellos manifiesta que fueron a votar en esta ocasión.

Aunque las diferencias en el comportamiento de varones y mujeres no sean muy grandes, sí merece la pena resaltar el hecho de que las tasas de participación electoral de las mujeres (41%) son algo más bajas que las de los varones (44%). Esta diferencia se produce a pesar del hecho de que las mujeres disfrutan de un nivel de instrucción igual o superior al de los varones, lo que entraría en contradicción con la asociación observada previamente entre participación electoral y nivel educativo.

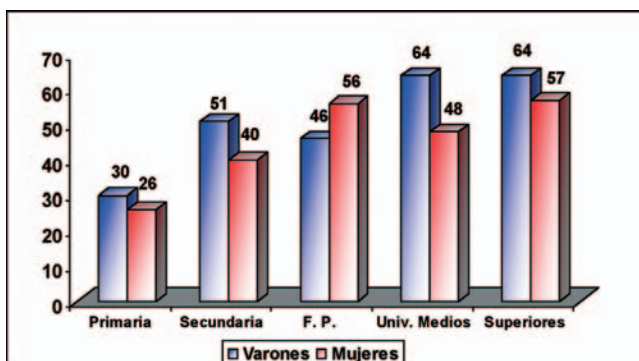


Gráfico 5.2:
Porcentaje de jóvenes que votó en las elecciones al Parlamento Europeo, según sexo y nivel de instrucción

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

En efecto, según habían puesto de manifiesto ya en una investigación previa Morán y Benedicto (1995), a igualdad de nivel de instrucción, los varones participan políticamente más que las mujeres y eso se traduce igualmente en el plano de la participación electoral. La única excepción que se registra en este caso se da entre los jóvenes con estudios de Formación Profesional, entre los que la participación electoral de las mujeres supera a la de los varones; en cualquier otro nivel educativo, los varones van a votar en mayor proporción que las mujeres.

Las razones de la abstención

Dejando de lado la abstención puramente técnica, es decir la de aquellos que manifiestan que no pudieron votar por cualquier razón, los motivos que esgrimen los jóvenes que prefirieron no votar, que se plantean la abstención como una opción política más, son muy diversos. Esta variedad, no obstante, puede tratar de resumirse en algunos tipos de comportamiento claramente definidos:

Sentimiento de rechazo del sistema, como el que ejemplifican aquellos entrevistados que responden que no votan por estar “hartos de política y de elecciones”, porque “da lo mismo votar que no votar, no sirve de nada” o simplemente “para mostrar mi descontento”; se trata de razones todas ellas que ponen en cuestión la propia esencia del sistema democrático, uno de cuyos pilares esenciales es el voto.

Sentimiento de insatisfacción ante las alternativas que se ofrecen, que a diferencia del anterior no rechaza el sistema, sino sólo se muestra insatisfecho ante la oferta electoral que se presenta en las elecciones. Los argumentos que se expresan son que “no hay ninguna alternativa que me satisfaga” o que “no me inspira confianza ningún partido ni ningún político”.

Sentimiento de incompetencia política, que viene expresado por el hecho de no verse capaz de decidir en las urnas, sentimiento que se verbaliza en expresiones como “estoy desorientado, no sé a quien votar”.

Razones de coyuntura electoral como las expresadas en este caso concreto por la percepción de que “las elecciones europeas son poco importantes”.

Aunque no faltan otros argumentos sumamente heterogéneos para justificar el comportamiento abstencionista, en estos cuatro tipos se puede agrupar a la mayor parte de quienes manifiestan que prefirieron no votar en las pasadas elecciones al Parlamento Europeo.

Al analizar el comportamiento abstencionista de jóvenes y adultos se observan diferencias de interés. El abstencionismo de los jóvenes, que es mayor cuantitativamente, sobre todo en elecciones de baja movilización, responde a motivaciones cualitativamente distintas del abstencionismo de los adultos. Entre estos últimos, las principales razones de la abstención se pueden agrupar dentro de un sentimiento de rechazo genérico del sistema democrático: dos de cada

Cuadro 5.7. Razones de la abstención

Razones por las que prefirió no votar (multirrespuesta)			
	Total	Total jóvenes (18-29)	Adultos (30 +)
Rechazo del sistema	62	53	66
Insatisfacción ante las alternativas	55	64	51
Incompetencia política	14	20	11
Coyuntura electoral	20	19	21
Otras razones	30	28	32
(N)	(750)	(263)	(487)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

tres abstencionistas adultos esgrimen algún motivo que se puede englobar en este sentimiento, mientras que entre los jóvenes predominan en mayor medida las razones que tienen que ver con la insatisfacción ante las alternativas ofrecidas, antes que con un rechazo del sistema.

Los datos obtenidos en la encuesta apuntan claramente en esta dirección al evaluar las diferencias en los comportamientos abstencionistas de jóvenes y adultos; sin embargo, en otros estudios que han tomado como referencia elecciones anteriores no se verifica esta relación. Habría que profundizar en el estudio de este comportamiento abstencionista para ver si en sucesivas elecciones se aprecian esas actitudes diferenciales entre jóvenes y adultos.

Otro rasgo diferencial del abstencionismo de los jóvenes en comparación con el de los adultos es el mayor sentimiento de incompetencia política que se observa entre aquellos: mientras que uno de cada cinco jóvenes que se abstuvieron en las elecciones europeas de junio de 2004 (el 20%) lo hizo, entre otras razones, por sentirse incapaz de tomar una decisión, el porcentaje es apenas la mitad (11%) entre los adultos de 30 o más años. No hay diferencias, en cambio, entre jóvenes y adultos en el porcentaje de los que justifican la abstención en términos de la importancia de las elecciones.

El voto de los jóvenes en las elecciones al Parlamento Europeo

El resultado de las elecciones al Parlamento Europeo de junio de 2004 resultó mucho más apretado de lo que pronosticaban las encuestas, que auguraban una amplia victoria del PSOE. En la realidad, este partido apenas obtuvo 350.000 votos más que el PP y un solo escaño de ventaja.

Sin embargo, como suele ser habitual en estas ocasiones, los resultados de las encuestas postelectorales amplificaban la victoria del PSOE de forma muy significativa. Igual que se oculta en la opinión pública el comportamiento abstencionista, también se registra un efecto de adhesión al ganador o de ocultación del voto al partido perdedor, que en esta ocasión fue especialmente intenso. Los datos obtenidos no dejan lugar a dudas y los poco más de dos puntos porcentuales en que el PSOE aventajó al PP se traducen en una ventaja de casi veinte puntos en la encuesta postelectoral. La interpretación más común de esta tremenda desviación se basa en el hecho de que los encuestados que ocultaron su comportamiento abstencionista y manifestaron que fueron a votar, declaran que lo hicieron por el PSOE, sumando su voto al partido que resultó ganador en las urnas. También cabe otra explicación alternativa, como es que los votantes del partido perdedor, en este caso el PP, se refugian en mayor medida en el “no sabe” y “no contesta”. Seguramente, la combinación de ambas fuentes de error, explica el sesgo que se registra en los resultados de la encuesta.

Cuadro 5.8. Resultado de las elecciones al Parlamento Europeo

	Votos	% Válidos	Diputados
PSOE	6.741.112	43,46	25
PP	6.393.192	41,21	24
GALEUSCA	798.816	5,15	2
IU-ICV-EUIA	643.136	4,15	2
EDP	380.709	2,45	1
Otros/Blancos	555.317	3,58	
Total	15.512.282	100,00	54

Fuente: Ministerio del Interior; <http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm> y elaboración propia.

Para analizar el comportamiento electoral de los jóvenes es preciso tener en cuenta todos estos sesgos que se producen en las encuestas, que son las fuentes de los datos en que se basa este análisis. Partiendo del supuesto de que este sesgo se produce en la misma medida entre los jóvenes que entre los adultos, los datos apuntan hacia un comportamiento electoral muy semejante entre estos dos colectivos en las elecciones al Parlamento Europeo del 13 de junio de 2004.

Los jóvenes votaron en alguna mayor medida a la izquierda, tanto al PSOE como a IU-ICV, y algo menos al PP (cuadro 5.9), pero no se advierte un comportamiento tan claramente diferenciado como el que se registró en las elecciones generales celebradas sólo tres meses antes. Claro que también podría ocurrir que estas diferencias, en el sentido de un voto juvenil más inclinado hacia la izquierda, existieran y se vieran ocultas por la tendencia más acusada entre los adultos de apuntarse al voto al partido ganador, en este caso el PSOE.

Atendiendo a distintas características sociodemográficas de los jóvenes entrevistados se observa cómo los de menor edad, los que aún son casi adolescentes (18 a 21 años) y habían estrenado su derecho al voto en las elecciones generales de tres meses antes, votan en mayor medida al PSOE, mientras que el comportamiento de quienes tienen entre 22 y 29 años se aleja del de este grupo más juvenil para acercarse al de la población adulta: votan también más al PSOE que al PP, pero prácticamente en las mismas proporciones que se registran en el conjunto de la población (cuadro 5.10).

Tampoco se aprecian diferencias significativas en el voto según el género. Las mujeres jóvenes votan al PSOE en alguna mayor medida que los varones, pero también lo hacen más por el PP; en cambio, la mayor diferencia podría radicar en que dispersan menos su voto entre las opciones minoritarias.

Atendiendo a la clase social sí se observan algunas diferencias de interés, que van en la línea esperable: los jóvenes pertenecientes a las capas sociales altas y medias altas votan al PP en mayor proporción; también lo hacen los jóvenes pertenecientes a las clases medias más tradicionales (pequeños empresarios, agricultores), mientras que los jóvenes de nuevas clases medias (profesionales, técnicos y cuadros,...) y los procedentes de familias de obreros cualificados lo hacen en mayor medida por el PSOE.

Por último, en lo que se refiere a la dimensión ideológica, se refleja una fuerte relación entre el comportamiento electoral y la autodefinición ideológica. Esto es así especialmente en el caso de los jóvenes que se ubican en la izquierda, que orientan su voto de forma muy mayoritaria hacia el PSOE (el 69%), sin duda como consecuencia el profundo desgaste electoral que ha ido sufriendo la opción alternativa que representa IU en los últimos años.

Cuadro 5.9. El voto en las elecciones al Parlamento Europeo, según los resultados de la encuesta

(Base: Fueron a votar y votaron)			
	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
PSOE	44	47	44
PP	25	23	25
IU-ICV	4	7	3
Otros partidos	9	9	8
En blanco	1	4	1
NS/NC	17	10	19
Total	100	100	100
(N)	(1513)	(244)	(1513)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

Los jóvenes que se autoubican ideológicamente en el centro dividen su voto entre el PP y el PSOE, pero con un claro predominio del voto hacia el Partido Popular (45% frente al 31% que votaba por el PSOE); los que se definen como de derechas, por último, votan de forma unánime hacia el PP.

La decisión del voto

Los jóvenes no sólo se abstuvieron en bastante mayor medida que los adultos en las elecciones al Parlamento Europeo del 13 de junio de 2004, sino que también manifestaban algunas dudas más a la hora de adoptar su decisión de voto. Dejando de lado la importante proporción de electores menores de 30 años que tenía decidido abstenerse, la proporción de los que dudaron es más elevada en este grupo de edad (el 13%) que entre los adultos mayores de 30 años (9%).

Estas dudas de los jóvenes al decidir su voto en las elecciones al Parlamento Europeo se solventaron finalmente, en buena medida, inclinando su decisión hacia la abstención. De hecho, entre los que manifiestan que tuvieron dudas entre dos opciones políticas (principalmente entre el PSOE y el PP o entre el PSOE e IU/ICV), uno de cada cuatro (el 26%) terminó finalmente no yendo a votar; por otro lado, entre quienes dudaron si votar o no hacerlo, nada menos que el 77% se inclinaron finalmente por la abstención.

En cualquier caso, la fuerza política que resultó más votada en última instancia, por parte de estos jóvenes que dudaron acerca del sentido de su voto, fue el PSOE, con gran diferencia. Entre quienes dudaron entre diversas fuerzas políticas, el 44% se inclinó por el PSOE; también lo hizo el 27% de los que dudaban entre votar o abstenerse, aunque en este grupo la dispersión del voto es mucho mayor y una parte muy importante de ellos se inclinaron por opciones minoritarias o por el voto en blanco.

Por lo que se refiere al momento en que se adoptó la decisión de voto, también los jóvenes se caracterizan por mostrar un comportamiento menos decidido que los adultos; nada menos que el 22% de los votantes menores de 30 años manifiesta que decidió su voto durante el transcurso de la campaña electoral o incluso el propio día de la votación, mientras que en el caso de los votantes adultos este porcentaje es significativamente más reducido: el 10%. No cabe duda de que este hecho tiene una lectura política y estratégica en el diseño de las campañas electorales de los partidos, dado que de estos datos parece deducirse claramente que el electorado más joven resulta el más susceptible de ser influido por los efectos de las campañas en su toma de decisión de voto.

Cuadro 5.10. El voto de los jóvenes según características sociodemográficas

	PSOE	PP	IU	Otros/ Blanco	NC	Total	(N)
Sexo							
Varones	46	21	7	15	11	100	(131)
Mujeres	49	25	6	10	10	100	(113)
Edad							
De 18 a 21	56	18	9	9	8	100	(66)
De 22 a 25	41	26	8	14	11	100	(91)
De 26 a 29	47	23	3	15	12	100	(87)
Estatus social							
Clase alta-media alta	41	34	7	11	7	100	(59)
Nuevas clases medias	47	21	4	17	11	100	(66)
Viejas clases medias	43	29	14	7	7	100	(14)
Obreros cualificados	55	13	4	13	15	100	(75)
Obreros no cualificados	38	24	19	15	4	100	(21)
Ideología							
Izquierda	69	1	12	15	3	100	(123)
Centro	31	45	1	12	11	100	(74)
Derecha	11	83	-	9	17	100	(18)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

La consistencia entre el voto de los jóvenes en las elecciones generales del 14 de marzo y las elecciones del 13 de junio

Teniendo en cuenta que las elecciones al Parlamento Europeo se celebraron apenas tres meses después de las elecciones generales del 14 de marzo que, con una elevada participación, propi-

Cuadro 5.11. La decisión del voto

	(Base: Fueron a votar y votaron)		
	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Tenía decidido abstenerse	25	39	21
Tenía decidido votar	64	46	69
Dudó entre varios partidos	4	5	4
Dudó entre votar o abstenerse	6	8	5
NC	1	2	1
Total	100	100	100
(N)	(2489)	(568)	(1921)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

Cuadro 5.12. **Voto finalmente emitido por los jóvenes que dudaron**

	Dudaron entre dos partidos	Dudaron entre votar y abstenerse
Votaron	64	23
Se abstuvieron	26	77
Total	100	100
Voto emitido por los que votaron		
PSOE	44	27
PP	11	
IU	11	9
Otros	28	36
Blancos		27
NC	6	1
Total	100	100

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

cieron un vuelco en el panorama político, resulta de interés establecer el grado de consistencia en el comportamiento electoral de los jóvenes en ambas elecciones.

Como ya se ha señalado, el primer dato que establece unas fuertes diferencias entre ambos comicios es el grado de movilización y la participación electoral que se produjo. Atendiendo a esta dimensión exclusivamente cabe destacar que prácticamente la mitad de los jóvenes entre 18 y 29 años que votaron al PSOE el 14 de marzo (el 49%) se abstuvieron en las elecciones europeas que tuvieron lugar tres meses después. Entre la mitad que fue a votar se observa una fidelidad relativamente elevada en el voto al PSOE, aunque algunos grupos reducidos dieron su voto al PP (2%), IU/ICV (2%) u otras fuerzas minoritarias. En cualquier caso, lo importante es que el PSOE perdió prácticamente la mitad de sus votos jóvenes entre las elecciones generales del 14 de marzo y las elecciones europeas del 13 de junio como consecuencia de la elevada abstención que se produjo.

Cuadro 5.13. **El momento de la decisión de voto**

(Base: Fueron a votar y votaron)			
	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Antes de la campaña	87	78	89
Durante la primera semana de campaña	4	7	3
Durante la última semana de campaña	5	8	4
El mismo día de las elecciones	3	7	3
NC	1	-	1
Total	100	100	100
(N)	(1513)	(244)	(1269)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

Cuadro 5.14. El voto de los jóvenes en las elecciones generales del 14 de marzo y las elecciones al Parlamento Europeo

Voto Generales 2004				
Voto Europeas	PSOE	PP	IU-ICV	No votó
No votó	49	40	39	90
PSOE	44	1	13	4
PP	2	56	0	1
IU-ICV	2	0	35	0
Otros	3	0	13	2
Blanco	0	2	0	2
NC	0	0	0	2
Total	100	100	100	100
(N)	(237)	(85)	(23)	(106)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

También fue importante la abstención en los comicios al Parlamento Europeo entre los jóvenes que votaron al PP el 14 de marzo, pero no tanto como la del electorado socialista: en este caso, de cada cien votantes, cuarenta se abstuvieron el 13 de junio y 56 repitieron su voto por la formación conservadora.

El electorado de IU/ICV no sólo sufrió los efectos de una elevada abstención (el 39%), sino que a ello se añade una fidelidad significativamente más baja que la de los votantes de los dos grandes partidos: sólo uno de cada tres de sus electores del 14 de marzo votó de nuevo por IU/ICV en las elecciones para el Parlamento Europeo, mientras que perdió algunas porciones significativas de su electorado en dirección al PSOE (13%) o a fuerzas políticas minoritarias (13%).

5.2. El referéndum de la Constitución Europea de 2005

El Referéndum para la aprobación de la Constitución Europea que se celebró el 20 de febrero de 2005 arrojó el resultado que era previsible según todos los sondeos previos y según todos los análisis del clima de opinión reinante en la sociedad española, así como de las actitudes de los españoles hacia la cuestión que era objeto de debate: una amplísima mayoría de votantes se pronunció a favor del sí (el 77% de los votos emitidos) en una convocatoria caracterizada por la baja participación en las urnas, ya que sólo el 42% de los ciudadanos con derecho a voto se acercaron a emitirlo. La discusión posterior al referéndum acerca de si esta baja participación tenía que ver con lo anodino de la campaña, con el desinterés de los españoles hacia la Unión Europea, con el desconocimiento de los contenidos de la Constitución que se juzgaba, así como las acusaciones consiguientes entre las dos principales fuerzas políticas que impulsaban el Sí, el PSOE y el PP, no pueden ocultar el hecho de esta participación casi alcanzó la obtenida en las elecciones al Parlamento Europeo celebradas un año antes, por lo que en modo alguno podía considerarse un fracaso.

Hay que tener en cuenta, además, que la participación en los referendos que se han celebrado en la etapa democrática de la historia de España se ha caracterizado por ser notablemente más baja que la que se ha producido en otro tipo de elecciones. Ello ha sido así a pesar de que la

Cuadro 5.15. Resultados del Referéndum de la Constitución Europea

	%
Participación	41,77
Votos afirmativos	76,96
Voto negativos	17,07
Votos Blancos	5,96
Total	100,00

Fuente: Ministerio del Interior; <http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm>

trascendencia política de estos referendos pasados era muy superior a la que se podía inferir del referéndum sobre el Tratado de la Constitución Europea. De hecho, en el Referéndum del 6 de diciembre de 1978 para la aprobación de la Constitución española actualmente en vigor, con una movilización muy importante de la ciudadanía (excepción hecha del País Vasco, donde los nacionalistas propugnaron la abstención) sólo participaron dos de cada tres ciudadanos (la tasa de participación fue del 67,11%); en el Referéndum para la permanencia en la OTAN, de marzo de 1986, celebrado en medio de un intensísimo debate político y con un alto grado de movilización ciudadana, sólo votaron el 59,42% de los ciudadanos con derecho a voto¹¹. Todos estos datos, que vienen a corroborar la pauta de una baja participación española en referendos ponen en su justa medida la baja participación que se produjo en el Referéndum sobre la Constitución Europea, asunto sobre el que la ciudadanía española se veía escasamente implicada, que no conocía apenas y que consideraba que no incidía en los problemas que le afectan en su cotidianeidad.

La posición de los jóvenes ante el referéndum de la Constitución Europea

Antes de entrar en el análisis del comportamiento de los jóvenes menores de 30 años en el referéndum para la aprobación de la Constitución Europea, conviene dejar constancia de que ya antes de su celebración los jóvenes se mostraban más indiferentes hacia la convocatoria de este referéndum y eran menos partidarios de su celebración. Mientras que entre los adultos mayores de 30 años eran una mayoría, si bien no muy amplia, el 54%, los que se manifestaban partidarios de la celebración del referéndum, entre los jóvenes la mayoría (51%) expresaba su indiferencia (38%) o se manifestaba directamente contraria a la celebración de esta consulta (13%).

Además de ser menos partidarios de la propia celebración del referéndum, los jóvenes siguieron con un interés bastante menor la campaña previa. Mientras que entre los adultos, el 30% se manifestaron interesados en los contenidos de la campaña, el porcentaje entre los jóvenes se veía reducido hasta el 22%, ocho puntos por debajo. Ello significa que más de tres cuartas partes de los jóvenes entrevistados (el 77%) expresaron poco o ningún interés en la campaña que precedió al Referéndum.

La participación de los jóvenes en el referéndum

Con estas actitudes previas no puede sorprender que la participación de los jóvenes en el referéndum de la Constitución Europea fuera significativamente más baja que la de los ciudadanos de mayor edad. Una vez más cabe preguntarse si los jóvenes participaron menos en la consulta

11 La fuente de estos datos es el Ministerio del Interior, <http://www.elecciones.mires/MIR/jsp/resultados/index.htm>

Cuadro 5.16. El seguimiento de la campaña electoral

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Con mucho o bastante interés	28	22	30
Con poco o ningún interés	71	77	69
NC	1	1	1
Total	100	100	100
(N)	(2487)	(538)	(1949)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

electoral o son más sinceros a la hora de contestar a la encuesta, dado que los adultos sobreestiman de manera importante su participación. Es posible que ambos factores sean ciertos y los jóvenes además de votar en menor medida sean más sinceros en sus respuestas.

En cualquier caso, mientras que entre los mayores de 30 años consultados en la encuesta, el 62% afirmó haber ido a votar (lo que indica una notable ocultación del comportamiento abstencionista), entre los jóvenes menores de 30 años sólo el 45% manifiesta que fue a votar, porcentaje que está mucho más cercano a la que fue la participación real.

Por lo que se refiere al voto finalmente emitido en las urnas hay que destacar que, dentro de la masiva corriente que se produjo a favor del voto afirmativo hacia el proyecto de Constitución Europea impulsado por los dos partidos mayoritarios, PP y PSOE, los jóvenes se caracterizan por unas actitudes más negativas. El porcentaje de “noes” entre los electores de menos de 30 años se elevó hasta el 27%, diez puntos porcentuales más que el obtenido finalmente en la consulta. En conjunto, si se suma a esos votantes que rechazaron la propuesta el porcentaje de los que votaron en blanco (6%), uno de cada tres jóvenes tomó posiciones en contra de la ratificación del Tratado de la Constitución Europea, mientras que entre los adultos esta proporción quedaba reducida aproximadamente a la mitad: el 11% declaraba haber votado “no” y el 5% en blanco; en total, un 16% no se habría pronunciado a favor de la ratificación del Tratado.

Las actitudes generales de los jóvenes hacia la Unión Europea

Para entender este mayor rechazo de los jóvenes hacia la Constitución Europea, que se traduce en un mayor porcentaje de votos negativos y también en una abstención más elevada, se hace necesario profundizar en las actitudes genéricas que expresan los jóvenes hacia el proceso de construcción europea, que se caracterizan por la aparición de un creciente sentimiento de euroescepticismo.

Cuadro 5.17. Participación en el referéndum

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Fue a votar y votó	59	45	62
No pudo votar	9	13	9
Prefirió no votar	32	42	29
Total	100	100	100
(N)	(2487)	(538)	(1949)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

Cuadro 5.18. El voto de los jóvenes

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Sí	73	63	75
No	14	27	11
En blanco	5	6	5
NC	8	4	9
Total	100	100	100
(N)	(1454)	(244)	(1210)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004.

Siempre se ha considerado que una de las características de la opinión pública española en relación con este tema era un fuerte entusiasmo europeísta, que se encontraba entre los más elevados de toda la Unión Europea y que era debido, sin duda, a la identificación histórica con la idea de Europa de las aspiraciones españolas hacia un sistema político democrático y una sociedad plenamente desarrollada.

Esta identificación de Europa con las imágenes de la democracia y el desarrollo económico, que era evidente para las generaciones que vivieron la transición a la democracia y el inicio del proceso de integración europea, parece que ha dejado de serlo en la misma medida para los jóvenes que han vivido en una España ya plenamente democrática y totalmente integrada en la Unión Europea.

Con el fin de caracterizar con una mayor precisión las actitudes de los jóvenes (y las de los adultos) hacia el proceso de construcción europea, y a partir de estas actitudes establecer su relación con el voto en el referéndum constitucional, se ha elaborado una tipología de actitudes y de sentimientos europeístas tomando algunos indicadores recogidos en la encuesta, que daría lugar a los siguientes tipos:

- **Euroescépticos**, que serían aquellos ciudadanos que se mostrarían indiferentes, o incluso llegarían a alegrarse, ante el hecho de que la Unión Europea se deshiciera.
- **Europeístas tibios**, que son quienes manifiestan que les disgustaría algo este hecho.
- **Europeístas comprometidos**, que serían aquellos que expresan un disgusto evidente ante la posibilidad de que se produjera la disolución de la Unión Europea.

El creciente euroescépticismo de los jóvenes españoles se pone de manifiesto al confrontar los datos actuales con los de una encuesta realizada hace unos pocos años (Mateos y Moral, 2000). Si bien la comparación directa no es posible, ya que los indicadores son bastante distintos, lo que muestran es que entre 1997, cuando se llevó a cabo esa encuesta, y la actualidad, se aprecia un cierto enfriamiento del entusiasmo europeísta de los jóvenes españoles. Si en 1997 los partidarios entusiastas de la Unión Europea constituían el colectivo más importante entre los jóvenes (el 36%), hoy el grupo más numeroso lo forman los “euroescépticos”, que llegan a constituir una mayoría relativa (el 45%) de los jóvenes españoles.

Por otra parte, al comparar las actitudes de los jóvenes españoles con las de los adultos de las generaciones que les preceden, se pone aún más de relieve la incidencia de este sentimiento que se viene achacando a los jóvenes. La proporción de euroescépticos, que ha crecido, sin duda, en el conjunto de la población (y, por consiguiente, también entre los españoles mayores de 30 años), sigue siendo mucho más baja en este grupo generacional que entre los jóvenes menores de esa edad. Son casi la mitad (el 45%) los jóvenes que manifiestan que no les importaría que desapareciera la Unión Europea, porcentaje que es 13 puntos porcentuales superior al que se

Cuadro 5.19. El sentimiento europeísta de los jóvenes

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
"Euroescépticos"	35	45	32
"Europeístas tibios"	33	31	34
"Europeístas comprometidos"	24	18	26
Sin opinión	8	6	8
Total	100	100	100
(N)	(2487)	(538)	(1949)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea,, febrero-marzo 2005.

registra entre los españoles de más de 30 años (el 32%). Por el contrario, los europeístas comprometidos, aquellos que manifiestan un fuerte sentimiento ante la hipótesis de la desaparición de la Unión Europea, son sólo el 18% entre los jóvenes y alcanzan el 26% entre los adultos.

Dentro del tono general euroescéptico de los jóvenes españoles, son los más jóvenes los que en mayor medida se muestran alejados del proceso de construcción europea. En el grupo de 18 a 21 años, son más de la mitad (53%) los que manifiestan indiferencia ante una hipotética desaparición de la Unión Europea. Los porcentajes son algo más reducidos entre los jóvenes de mayor edad, lo que lleva a reforzar esa impresión de que hay un claro componente generacional en la eclosión de un sentimiento euroescéptico entre los jóvenes españoles.

No sólo la edad guarda relación con la aparición de este sentimiento euroescéptico. El análisis de los datos obtenidos en la encuesta postelectoral muestra cómo la posición social, el nivel de instrucción y la ideología política inciden en la configuración de estas actitudes (cuadro 5.21).

Por lo que se refiere a la clase social de pertenencia de los jóvenes se constata que las capas sociales más desfavorecidas, los jóvenes obreros o hijos de obreros, son los que se caracterizan por la mayor frecuencia de las posiciones euroescépticas, mientras que ocurre lo contrario con los jóvenes pertenecientes a las capas sociales altas o medio-altas, que muestran actitudes más claramente europeístas.

En paralelo con esta incidencia de la clase social, se observa también la relación que guardan estas actitudes con el nivel de instrucción, de manera que los jóvenes con niveles educativos más altos muestran un menor sentimiento euroescéptico. En realidad, dada la estrecha relación entre

Cuadro 5.20. Sentimientos europeístas según la edad

	De 18 a 21	De 22 a 25	De 26 a 29
"Euroescépticos"	53	41	42
"Europeístas tibios"	28	32	33
"Europeístas comprometidos"	11	21	21
Sin opinión	8	6	4
Total	100	100	100
(N)	(167)	(196)	(175)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

Cuadro 5.21. Sentimientos europeístas según otras características sociodemográficas

	Euroescépticos	Europeístas tibios	Entusiastas	Sin Opinión	Total	(N)
Total	45	31	18	4	100	(537)
Sexo						
Varones	44	32	20	4	100	(282)
Mujeres	47	31	15	7	100	(256)
Estatus social						
Clase alta-media alta	30	41	25	4	100	(92)
Nuevas clases medias	41	35	18	6	100	(130)
Viejas clases medias	36	38	24	2	100	(50)
Obreros cualificados	56	22	16	6	100	(172)
Obreros no cualificados	53	29	10	8	100	(76)
Nivel de instrucción						
Primaria	57	27	10	6	100	(177)
Secundaria	36	35	24	5	100	(116)
F. P.	50	16	18	6	100	(106)
Universitarios Medios	37	30	27	6	100	(79)
Univ. Superiores	31	48	19	2	100	(58)
Ideología						
Ext. Izda	59	29	12		100	(41)
Izquierda	45	35	19	1	100	(193)
Centro	38	33	24	5	100	(156)
Derecha	45	30	25		100	(47)
Ext. Dcha	67	33			100	(3)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

el nivel educativo y la clase social, se trata de dos indicadores de posición social que mantienen entre sí una alta correlación, por lo que es difícil distinguir cual de las dos dimensiones –los estudios o la clase social– es la que está incidiendo en las actitudes europeístas o si, como es lo más probable, ambas se refuerzan mutuamente para configurarlas.

Comparando los datos actuales con las conclusiones a las que se llegaba en alguna investigación anterior ya citada se observa una notable consistencia, pero se insinúan algunos cambios que apuntan hacia una evolución profunda en los sentimientos y las actitudes hacia el proceso de construcción europea, que guardan relación con la profunda crisis en la que éste ha entrado en los últimos años. Si en la encuesta de 1997 eran los jóvenes con mayor nivel educativo, y muy especialmente los universitarios, los que se mostraban de manera más entusiasta partidarios del proceso de construcción europea (Mateos y Moral, 2000: 13), esto no es así en la encuesta que se analiza ahora: los jóvenes con estudios universitarios superiores en la actualidad muestran un “europeísmo tibio”, lejos del entusiasmo que expresaban hace menos de dos lustros.

Cuadro 5.22. Sentimiento europeísta y participación en el referéndum

	Total jóvenes	Euro-escépticos	Tibios	Comprometidos	Sin opinión
Fue a votar y votó	45	34	57	60	20
No puedo votar	13	12	13	15	10
Prefirió no votar	42	53	30	25	70
NC	-	1	-	-	-
Total	100	100	100	100	100
(N)	(538)	(244)	(168)	(96)	(30)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

En lo que sí se observa una coincidencia plena entre los datos de 1997 y los actuales es en la relación entre estos sentimientos y la ideología política, de manera que, como se señalaba entonces, *“los jóvenes con posiciones ideológicas más moderadas (especialmente quienes se sitúan en el centro-derecha) son los más europeístas, mientras que quienes se ubican en los extremos de la escala (sea en la extrema derecha o en la extrema izquierda) coinciden en manifestarse más en contra del proceso”* (Mateos y Moral, 2000: 14).

Los sentimientos hacia Europa y el voto en el referéndum

Los sentimientos que se expresan hacia la Unión Europea guardan una estrecha relación en el caso de los jóvenes, en primer lugar, con el hecho de participar o no en el referéndum constitucional; los datos vienen a confirmar la hipótesis de que la elevada abstención respondía a un notable crecimiento de los sentimientos euroescépticos, que se hacen especialmente patentes en el caso de los jóvenes. En segundo lugar, también guardan relación, como se verá más adelante, con el sentido de ese voto, a favor o en contra del Tratado Constitucional Europeo.

Los jóvenes que manifiestan estas actitudes reticentes hacia el proceso de construcción europea que se vienen a englobar bajo el epígrafe del “euroescpticismo” se han abstenido en mucha mayor medida que los demás: dos de cada tres (el 65%) no fueron a votar en el referéndum sobre la Constitución Europea. Por el contrario, entre los jóvenes partidarios del proceso europeo, sean “tibios” o “comprometidos”, la participación electoral fue significativamente más elevada (el 57% y el 60%, respectivamente).

Cuadro 5.23. Sentimiento europeísta y voto en el referéndum

	Total jóvenes	Euro-escépticos	Tibios	Comprometidos	Sin opinión
Sí	63	44	76	69	50
No	27	40	18	26	17
En blanco	6	10	4	5	-
NC	4	6	2	-	33
Total	100	100	100	100	100
(N)	(244)	(84)	(58)	(58)	(6)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

Cuadro 5.24. Las razones para votar “sí”

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Es indispensable para continuar la Construcción europea	38	34	39
Era lo que defendía el partido al que voto	24	22	25
Porque la Constitución crea una ciudadanía europea	15	18	14
Por recomendación de amigos o familiares	7	8	7
Otras razones	16	18	15
Total	100	100	100
(N)	(1058)	(153)	(1058)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

La mayor incidencia entre los jóvenes del voto negativo a la Constitución europea también guarda relación con este euroescepticismo juvenil. De hecho, entre la minoría de jóvenes euroescepticos que fueron a votar el voto afirmativo no llegó al 50%; se quedó en un 44% y fue superado, por la suma de votos negativos y blancos. Por el contrario, entre los jóvenes europeístas predominó de manera claramente mayoritaria el voto afirmativo. Hay que destacar, no obstante, que el voto negativo fue más elevado entre los europeístas “comprometidos” que entre los “tibios”, lo que viene a confirmar la presencia, si bien minoritaria, de un voto crítico a la Constitución Europea que es emitido desde unas posiciones fuertemente partidarias del proceso de construcción de la UE.

Los motivos del voto

Las razones que se esgrimen para explicar el voto afirmativo en el referéndum sobre la Constitución Europea apenas varían entre los jóvenes y los adultos; las que en mayor medida se mencionan son razones puramente retóricas, que se corresponden con los eslóganes de la campaña electoral: *“la Constitución es indispensable para continuar el proceso de construcción europea”* o *de disciplina de voto y afinidad partidista: “es lo que defendía el partido al que voto”*.

Entre los colectivos con un mayor grado de compromiso europeísta adquieren especial relevancia otros dos motivos como son el hecho de que *“la Constitución crea una ciudadanía europea”*, argumento esgrimido por el 23% de ellos, y que *“refuerza a la Unión Europea frente a los Estados Unidos”*, que se menciona por el 15% de los jóvenes europeístas “comprometidos” para razonar su voto afirmativo.

Hay mayores diferencias entre jóvenes y adultos en las razones que se esgrimen para justificar el voto negativo. Los argumentos que en mayor medida se repetían por las fuerzas políticas y los líderes de opinión opuestos al Tratado Constitucional, como eran la *escasa información sobre los contenidos reales de la Constitución Europea*, la *falta de contenido social* y el *“déficit democrático”* del texto, coinciden con los argumentos que exponen los jóvenes; de hecho, los adultos que votaron en contra de la Constitución ofrecen una gama de razones más variadas que los jóvenes, que se polarizan mucho más en torno a estas tres mencionadas.

Al analizar las razones esgrimidas para justificar el voto negativo se explica el comportamiento de esa minoría de jóvenes que se muestran europeístas comprometidos pero que emitieron un voto negativo hacia el proyecto de Constitución europea. El argumento fundamental que utiliza este grupo concreto es la *falta de contenido social* que se atribuye al texto constitucional europeo.

Cuadro 5.25. Las razones para votar “no”

	Total	Jóvenes (18-29)	Adultos (30 y más)
Por falta de información	24	30	22
Tiene poco contenido social	23	28	20
Es un texto poco democrático	8	13	5
Era lo que defendía el partido al que voto	7	3	9
Estoy en contra de la construcción europea	7	6	7
Otras razones	31	20	37
Total	100	100	100
(N)	(200)	(67)	(133)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

Por el contrario, entre los argumentos que exponen los euroescépticos para justificar su voto negativo no se encuentra especialmente representada una apelación directa al rechazo hacia la Unión Europea: se arguye en mayor medida la falta de información, el déficit democrático o el escaso contenido social antes de reconocer una oposición frontal a la propia UE.

El voto de los jóvenes en el referéndum constitucional y el voto en 2004

La campaña del referéndum de la Constitución Europea se caracterizó por una clara toma de posición de la mayoría de los partidos políticos a favor o en contra de este texto. Entre los partidos de ámbito nacional, los dos mayoritarios, PSOE y PP defendieron el “Sí” en el referéndum, si bien con distinto énfasis y entre acusaciones y reproches mutuos que mostraban una lectura de la convocatoria electoral en clave de política interna. El voto negativo era solicitado por IU y algunas otras formaciones de izquierda nacionalista, tales como ERC o BNG. Las fuerzas nacionalistas tradicionales, de carácter más o menos conservador, se inclinaron mayormente por el “sí”, de forma clara y rotunda en unos casos, como en el del PNV o con dudas hasta el final como en el caso de CiU. De cualquier manera, a la hora de analizar la consistencia entre el voto emitido por los jóvenes en las elecciones generales de 2004 y el referéndum de la Constitución Europea

Cuadro 5.26. El voto de los jóvenes en el referéndum constitucional según el voto emitido en 2004

Voto Generales 2004				
Voto Referéndum	PSOE	PP	IU-ICV	No votó
No votó	52	44	37	82
Sí	40	42	13	6
No	5	9	47	10
Blanco	3	5	3	2
Total	100	100	100	100
(N)	(211)	(81)	(38)	(99)

Fuente: CIS; Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005.

sólo se ha tenido en cuenta el voto a las tres formaciones de ámbito nacional, ya que el reducido número de casos no permite trasladar el análisis al comportamiento de los electorados de otros partidos más minoritarios.

A pesar de las acusaciones realizadas por el PSOE en el sentido de que el escaso entusiasmo del PP al pedir el voto afirmativo ocultaba un deseo de fracaso del referéndum, lo cierto es que al analizar el comportamiento de los jóvenes se constata que se abstuvieron en mayor medida en el referéndum los votantes del PSOE que los votantes del PP; entre los jóvenes que votaron al PSOE en 2004, el 52% se abstuvo en el referéndum de la Constitución Europea, porcentaje que es superior al registrado entre los votantes del PP (el 44%). Al margen de esta diferencia en la participación, el comportamiento de los jóvenes que votaron es muy similar entre los socialistas y los populares: en ambos casos se inclinaron mayoritariamente por el Sí y sólo algunas reducidas minorías (el 5% en el caso de los votantes socialistas y el 9% en los del PP) optaron finalmente por el voto negativo.

En cuanto al comportamiento de los jóvenes que votaron a IU-ICV en las elecciones generales de 2004 resulta de interés destacar que son los que en mayor medida participaron en el referéndum, ya que la abstención quedó reducida a un 37%, y también que siguieron en su gran mayoría la consigna de esta fuerza política en el sentido de votar en contra del proyecto de Constitución europea. Entre quienes votaron, tres de cada cuatro optaron por el “no” contra una cuarta parte que votó afirmativamente.

Por último cabe mencionar el comportamiento de los jóvenes que se abstuvieron en las elecciones generales de 2004, la gran mayoría de los cuales, como es lógico, también se abstuvo en el referéndum, pero resulta curioso notar que entre los pocos que fueron a votar lo hicieron en su mayoría en contra de la Constitución Europea.

El análisis del comportamiento de los jóvenes en aquellas convocatorias electorales que, por las razones que sean, se caracterizan por un grado de movilización electoral más bajo y, por ende, por un nivel de abstención más elevado, permiten alcanzar algunas conclusiones que vienen a corroborar hipótesis ya apuntadas en investigaciones anteriores acerca del comportamiento electoral de los jóvenes.

Las elecciones de baja participación son precisamente aquellas en las que el comportamiento de los jóvenes difiere más del comportamiento observado en los adultos. Ello viene a confirmar todos los datos conocidos acerca del menor interés por la política de los jóvenes, lo que se traduce en el hecho de que sólo en los momentos de máxima movilización y cuando la tensión política es muy acusada (lo que ocurrió, por ejemplo en las elecciones del 14-M) los jóvenes participan en la misma medida que los adultos, pero esto está lejos de ser así en las elecciones en las que ocurre estrictamente lo contrario: lo que está en juego se considera poco importante y el nivel de movilización electoral es bajo o muy bajo.

Dentro del tono general de baja participación electoral de los jóvenes en este tipo de elecciones, las diferencias que se observan son muy acusadas y vienen a arrojar pistas sobre las diferencias que se observan en la cultura política de los jóvenes. Son los jóvenes pertenecientes a las capas sociales medias y elevadas, así como los que disfrutaban de un nivel de instrucción más elevado, los que participan electoralmente en mayor medida, incluso en estas elecciones de baja participación; ello apunta a pautas diferenciadas de socialización política que implican diferentes grados de compromiso con la cosa pública.

Datos utilizados

Estudio nº 1.327, Postelectoral elecciones generales, noviembre 1982. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudios nº 1.542 y 1.543, Postelectoral elecciones generales, junio 1986. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 1.842, Postelectoral elecciones generales, noviembre 1989. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.061, Postelectoral elecciones generales, junio 1993. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.210, Postelectoral elecciones generales, marzo 1996. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.384, Postelectoral elecciones generales, marzo 2000. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.559, Postelectoral elecciones generales, marzo 2004. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.567, Postelectoral elecciones al Parlamento Europeo, junio 2004. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.575, Ciudadanía y participación (ISSP), octubre 2004. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.595, Post-referéndum Constitución Europea, febrero-marzo 2005. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Estudio nº 2.609, Sondeo sobre la juventud española, mayo-junio 2005. Centro de Investigaciones Sociológicas-INJUVE.

Bibliografía

- Anduiza, Eva (2001), Actitudes, valores y comportamientos políticos de los jóvenes españoles y europeos. Madrid: INJUVE.
- Anduiza, Eva y Agustí Boch (2004), Comportamiento político y electoral, Barcelona: Ariel Ciencia Política.
- Astorkia, José María (1994) “Evolución de la abstención electoral en España, 1976-1991” en Del Castillo, P. Comportamiento Político y electoral. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Barreiro, Belén (2002), “La progresiva desmovilización de la izquierda en España: un análisis de la abstención en las elecciones generales de 1986 a 2000”, en Revista Española de Ciencia Política, nº 6.
- Barreiro, Belén (2004), “14-M: Elecciones a la sombra del terrorismo”, en Claves de la razón Práctica, 141.
- Benedicto, Jorge y María Luz Morán (2002), La construcción de una ciudadanía activa entre los jóvenes. Madrid: INJUVE.
- Benedicto, Jorge y María Luz Morán (2003), Aprendiendo a ser ciudadanos. Experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre los jóvenes. Madrid: INJUVE.
- Bennett, Stephen y William R. Klecka (1970), “Social status and political participation: a multivariate analysis of predictive power”, en Midwest Journal of Political Science, vol, 14, issue 3, pp. 355-382.
- Berelson, Bernard, Paul Lazarsfeld y William MacPhee (1954), Voting. A study of opinion formation in a presidential campaign. Chicago: University of Chicago Press.
- Blais, A. (2000), To vote or not to vote?. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press
- Boix, Carles y Clara Riba (2000), “Las bases sociales y políticas de la abstención en las elecciones generales españolas: recursos individuales, movilización estratégica e instituciones electorales”, en Revista Española de Investigaciones Sociológicas, nº 90, pp. 95-128.
- Butler, David y Donald Stokes (1971), Political change in Britain, Harmondsworth: Penguin Books.
- Campbell, Angus, Philip Converse, Warren E. Miller, y Donald E. Stokes (1960), The American voter, Nueva York: Wiley.
- Crespo, Ismael (Dir.)(2004), Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Valencia: Tirant lo Blanch.

- De Carreras, Francesc y Josep M. Vallés (1977), *Las elecciones: introducción a los sistemas electorales*. Barcelona: Blume.
- Del Castillo, Pilar (1995), "*El comportamiento electoral de los españoles en las elecciones al Parlamento Europeo de 1989*", en Pilar del Castillo (ed.), *Comportamiento político y electoral*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Downs, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*. New Cork: Harper.
- Font, Joan (1995), "*La abstención electoral en España: certezas e interrogantes*", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 71-72, pp.11-37.
- Hyman, Herbert (1969), *Political socialisation, a study in the psychology of political behaviour*, New York: University Press.
- Justel, Manuel (1995), *La abstención electoral en España. 1977-1993*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Justel, Manuel (1995a), "*Composición y dinámica de la abstención electoral en España*", en Del Castillo, Pilar, *Comportamiento político y electoral*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Lancaster, T. y Michael S. Lewis-Beck (1986), "*The Spanish voter: tradition, economics, ideology*", en *Journal of politics*, nº 48, pp.648-674.
- Lane, Robert (1959), "*Fathers and sons: Foundations of political beliefs*", en *American Sociological Review*, 24, pp. 502-511.
- Lazarfeld, Paul, Bernard Berelson y Hazel Gaudet (1944), *The people's choice*, Nueva York: Columbia University Press.
- León, J.L. (1996) *Los efectos de la publicidad*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1996.
- Lipset, Seymour y Stein Rokkan (1967), *Cleavage structures, party systems and voter alignments: Cross National Perspectives*. New York: Free Press.
- López-Escobar, E., M. Combs y F. Rey, "*La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda-setting*", en *Comunicación y Sociedad*, 9, pp. 39-65.
- Mateos, Araceli y Felix Moral (2001), *El comportamiento electoral de los jóvenes en elecciones generales*. Madrid: INJUVE.
- Mateos, Araceli y Felix Moral (2000), *Europeos e inmigrantes. La Unión Europea y la inmigración extranjera desde la perspectiva de los jóvenes*. Madrid: CIS.
- Milbrath, Lester W. y M.L. Goel (1977), *Political participation. How and why do people get involved in politics?*, Segunda edición, Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Molina, Ignacio (1998), *Conceptos fundamentales de Ciencia Política*, Madrid: Alianza.
- Montero, José Ramón e Ignacio Lago (2004), "*Del 11-S al 11-M: los mecanismos del cambio electoral*", ponencia presentada en el Congreso de la AECPA, septiembre 2005.
- Moral, Félix y Araceli Mateos (2002), *El cambio en las actitudes y los valores de los jóvenes*. Madrid: INJUVE.
- Newton, K. (1997), "*Politics and the News Media: Mobilisation or Videomalaise?*", en *British Social Attitudes: the 14th Report, 1997/8*, R. Jowel, J. Curtice, A. Park, K. Thomson y L. Brook (eds.), Aldershot: Ashgate.
- Norris, Pippa (2000), *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, UK; Nueva York, NY, USA: Cambridge University Press.
- Pallarés, Francesc (1995), "*Las elecciones autonómicas en España: 1980-1992*", en Pilar del Castillo: *Comportamiento político y electoral*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Parry, Geraint, George Moyser, Neil Day (1992) *Political Participation and Democracy in Britain*, Cambridge University Press.
- Patterson, T. E. (1993), *Out of Order*, Nueva York: A. Knopf.
- Putnam, R. D. (1995), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Nueva York: Simon & Schuster.
- Rosenstone, S. J., & Hansen, J. M. (1993). *Mobilization, participation, and democracy in America*. New York: Macmillan. New York: Macmillan.

- Santamaría, Julián (2004), *"El azar y el contexto. Las elecciones generales de 2004"*, en Claves de la Razón Práctica, nº 146.
- Topf, R. (1995) *"Electoral participation"*, en H. D. Klingemann y D. Fuchs, *Citizens and the state*, Oxford: Oxford University Press.
- Torcal, Mariano (2001), *"La desafección democrática en las nuevas democracias: sus orígenes y consecuencias"* en Máiz, Ramón, *Construcción de Europa, democracia y globalización*, Universidad de Santiago de Compostela.
- Uriarte Edurne (2002), *Introducción a la Ciencia Política*, Madrid: Tecnos.
- Verba, Sidney y Norman H. Nie (1972), *Participation in America: Political democracy and social equality*, Chicago: University of Chicago Press.
- Wattenberg, Martin. 2000. *"The decline of party mobilisation"*, en Russell Dalton and Martin Wattenberg, *Parties Without Partisans*, New York: Oxford University Press.

Índice de cuadros

Cuadro 1.1.	Participación oficial y participación según las encuestas	12
Cuadro 1.2.	Tipos de abstención entre jóvenes y adultos	14
Cuadro 1.3.	Evolución del porcentaje de electores jóvenes por provincia	15
Cuadro 1.4.	Nuevos electores en las elecciones de 2004	16
Cuadro 1.5.	La función del voto, según características sociodemográficas.....	18
Cuadro 1.6.	La obligación del voto, según características sociodemográficas.....	19
Cuadro 1.7.	Actitudes hacia la democracia y actitudes hacia el voto	21
Cuadro 1.8.	El voto como obligación y la legitimidad de la abstención	22
Cuadro 1.9.	La legitimidad de la abstención, según características sociodemográficas	23
Cuadro 1.10.	La abstención como renuncia a la crítica al poder	24
Cuadro 1.11.	La idea de la abstención como asentimiento, según características sociodemográficas	24
Cuadro 1.12.	Factores en la configuración de la ciudadanía	28
Cuadro 1.13.	Actitudes ante una hipotética rebaja de la edad de voto entre los jóvenes mayores de edad, según características sociodemográficas.....	31
Cuadro 1.14.	La rebaja en la edad del voto como avance democrático, según características sociodemográficas	33
Cuadro 1.15.	La rebaja en la edad del voto como estímulo para la participación política, según características sociodemográficas	35
Cuadro 2.1.	La participación electoral de los jóvenes y los adultos.....	39
Cuadro 2.2.	El perfil de los jóvenes abstencionistas	40
Cuadro 2.3.a.	Razones de la abstención. 1986	41
Cuadro 2.3.b.	Razones de la abstención. 1989	42
Cuadro 2.3.c.	Razones de la abstención. 1993	42
Cuadro 2.3.d.	Razones de la abstención. 1996	43
Cuadro 2.3.e.	Razones de la abstención. 2000	44
Cuadro 2.4.a.	La decisión de voto en 1986	45
Cuadro 2.4.b.	Las opciones entre las que se duda. 1986	45
Cuadro 2.4.c.	La resolución de las dudas. 1986	46
Cuadro 2.4.d.	El momento de la decisión del voto. 1986	47

Cuadro 2.4.e.	El momento de la decisión del voto, según características sociodemográficas. 1986	48
Cuadro 2.5.a.	La decisión de voto en 1989	48
Cuadro 2.5.b.	La resolución de las dudas. 1989	49
Cuadro 2.5.c.	El momento de la decisión del voto. 1989	49
Cuadro 2.5.d.	El momento de la decisión del voto, según características sociodemográficas. 1989	50
Cuadro 2.6.a.	La decisión de voto en 1993	51
Cuadro 2.6.b.	Las opciones entre las que se duda. 1993	51
Cuadro 2.6.c.	El momento de la decisión del voto. 1993	52
Cuadro 2.7.a.	La decisión de voto en 1996	52
Cuadro 2.7.b.	El momento de la decisión del voto. 1996	53
Cuadro 2.8.a.	La decisión de voto en 2000	53
Cuadro 2.8.b.	El momento de la decisión del voto. 2000	54
Cuadro 2.9.	Resultados reales y de encuesta en 1982	55
Cuadro 2.10.	El voto en 1982, según la edad	56
Cuadro 2.11.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1982	57
Cuadro 2.12.	Resultados reales y de encuesta en 1986	58
Cuadro 2.13.	El voto en 1986, según la edad	59
Cuadro 2.14.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1986	60
Cuadro 2.15.	Resultados reales y de encuesta en 1989	61
Cuadro 2.16.	El voto en 1989, según la edad	62
Cuadro 2.17.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1989	63
Cuadro 2.18.	Resultados reales y de encuesta en 1993	64
Cuadro 2.19.	El voto en 1993, según la edad	64
Cuadro 2.20.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1993	65
Cuadro 2.21.	Resultados reales y de encuesta en 1996	66
Cuadro 2.22.	El voto en 1996, según la edad	66
Cuadro 2.23.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 1996	67
Cuadro 2.24.	Resultados reales y de encuesta en 2000	68
Cuadro 2.25.	El voto en 2000, según la edad	68
Cuadro 2.26.	Perfil sociodemográfico de los votantes jóvenes en 2000	69
Cuadro 2.27.	El voto de los jóvenes	70
Cuadro 2.28.a.	La ampliación del espacio ideológico del PP	73
Cuadro 2.28.b.	La reducción del espacio ideológico del PSOE	73
Cuadro 2.29.	Análisis por cohortes	75
Cuadro 2.30.	Voto al PSOE, según cohortes	76
Cuadro 2.31.	Voto al PP, según cohortes	76
Cuadro 2.32.	Comportamiento electoral en 1982	77
Cuadro 2.33.	Fidelidad y volatilidad en 1982	77
Cuadro 2.34.	Comportamiento electoral de los jóvenes en 1986	78
Cuadro 2.35.	Comportamiento electoral de los jóvenes en 1989	79
Cuadro 2.36.	Proporción de nuevos votantes entre los jóvenes	80
Cuadro 2.37.	Proporción de votantes fieles entre los jóvenes	80
Cuadro 2.38.	Las razones del voto a CP en 1986	82
Cuadro 2.39.	Las razones del voto al PP en 1989	82
Cuadro 2.40.	Las razones del voto al PP en 1993	83
Cuadro 2.41.	Las razones del voto al PP en 1996	83
Cuadro 2.42.	Las razones del voto al PP en 2000	84
Cuadro 2.43.	Las razones del voto al PSOE en 1986	84
Cuadro 2.44.	Las razones del voto al PSOE en 1989	85

Cuadro 2.45.	Las razones del voto al PSOE en 1993	85
Cuadro 2.46.	Las razones del voto al PSOE en 1996	86
Cuadro 2.47.	Las razones del voto al PSOE en 2000	86
Cuadro 2.48.	Las razones del voto a IU en 1986	87
Cuadro 2.49.	Las razones del voto a IU en 1989	88
Cuadro 2.50.	Las razones del voto a IU en 1993	89
Cuadro 2.51.	Las razones del voto a IU en 1996	89
Cuadro 2.52.	Las razones del voto a IU en 2000	90
Cuadro 3.1.	Evolución de la autoubicación ideológica de los españoles	94
Cuadro 3.2.	Evolución de la autoubicación ideológica según cohortes de edad de los jóvenes	94
Cuadro 3.3.	Evolución de la autoubicación ideológica de los votantes de los principales partidos	95
Cuadro 3.4.	Evolución de la autoubicación ideológica de los jóvenes, según su participación	95
Cuadro 3.5.	Cercanía a CP/AP/PP	96
Cuadro 3.6.	Cercanía al PSOE	98
Cuadro 3.7.	Valoración media de los dos principales líderes políticos	100
Cuadro 3.8.a.	Evolución de la valoración que hacen de José M ^a Aznar los votantes de los principales partidos	101
Cuadro 3.8.b.	Evolución de la valoración que hacen de Felipe González los votantes de los principales partidos	101
Cuadro 3.9.	Seguimiento de las noticias políticas por televisión	102
Cuadro 3.10.	Interés en la campaña electoral, según participación	104
Cuadro 3.11.a.	Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1986	105
Cuadro 3.11.b.	Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1989	105
Cuadro 3.11.c.	Seguimiento de las campañas electorales, según la edad. 1993	105
Cuadro 3.12.	Utilidad de la campaña para conocer los programas de los partidos	107
Cuadro 3.13.a.	Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes. 1986	108
Cuadro 3.13.b.	Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes. 1989	108
Cuadro 3.13.c.	Las funciones de la campaña electoral, según los jóvenes. 1993	109
Cuadro 3.14.	La influencia de la intervención de los líderes según los estudios	111
Cuadro 3.15.	Valoración de la campaña electoral del líder del PP	113
Cuadro 3.16.	Valoración de la campaña del líder del PSOE	114
Cuadro 3.17.	Valoración de la campaña de Aznar en 1993, según voto	116
Cuadro 3.18.	Valoración de la campaña de Felipe González en 1993, según voto	117
Cuadro 3.19.a.	Valoración de la campaña del PP en 2000, según voto	118
Cuadro 3.19.b.	Valoración de la campaña del PSOE en 2000, según voto	118
Cuadro 3.20.	Conocimiento de las encuestas electorales	119
Cuadro 3.21.	Porcentaje de jóvenes que conocen los resultados de las encuestas electorales, según su participación	120
Cuadro 3.22.	La influencia de las encuestas electorales	120
Cuadro 4.1.	Participación electoral de jóvenes y adultos según recursos	122
Cuadro 4.2.	Perfil de jóvenes votantes y abstencionistas	123
Cuadro 4.3.	Participación de jóvenes y adultos según ideología	124
Cuadro 4.4.	Perfil actitudinal de los jóvenes votantes y abstencionistas	125
Cuadro 4.5.	Ubicación ideológica de los partidos políticos según ubicación ideológica personal (jóvenes)	125
Cuadro 4.6.	Porcentaje de votantes y abstencionistas por CC. Autónomas	126
Cuadro 4.7.	Porcentaje de jóvenes y abstencionistas por tamaño de hábitat	128
Cuadro 4.8.	Interés en la campaña electoral, según participación en 2004	128

Cuadro 4.9.	Seguimiento de las campañas electorales entre los jóvenes	129
Cuadro 4.10.	Utilidad de la campaña para conocer los programas de los partidos	130
Cuadro 4.11.	Utilidad de la campaña para conocer los programas de los partidos entre los jóvenes	130
Cuadro 4.12.	Utilidad de la campaña para conocer a los candidatos	131
Cuadro 4.13.	Utilidad de la campaña para conocer a los candidatos entre los jóvenes .	131
Cuadro 4.14.	Utilidad de la campaña para resaltar las diferencias entre los partidos	132
Cuadro 4.15.	Utilidad de la campaña para resaltar las diferencias entre los partidos, según la edad	132
Cuadro 4.16.	Utilidad de la campaña para decidir el voto	133
Cuadro 4.17.	Utilidad de la campaña para decidir el voto	133
Cuadro 4.18.	Valoración de las campaña electorales de los líderes políticos	134
Cuadro 4.19.	Valoración de la campaña de Mariano Rajoy, según voto	136
Cuadro 4.20.	Valoración de la campaña de José Luis Rodríguez Zapatero, según voto	137
Cuadro 4.21.	Conocimiento de las encuestas electorales	137
Cuadro 4.22.	Las encuestas electorales como ayuda a la hora de decidir	137
Cuadro 4.23.	La influencia de las encuestas electorales	138
Cuadro 4.24.	La influencia de las encuestas electorales entre los jóvenes según recuerdo de voto	138
Cuadro 4.25.	Principal motivo de la abstención	139
Cuadro 4.26.	La toma de decisión de la abstención	139
Cuadro 4.27.	Momento de toma de decisión de a quien votar	141
Cuadro 4.28.	Momento de toma de decisión de a quien votar, según ideología	141
Cuadro 4.29.	Momento de toma de decisión de a quien votar, según partido finalmente votado	142
Cuadro 4.30.	La toma de decisión	142
Cuadro 4.31.	Opciones entre las que se dudaba	143
Cuadro 4.32.	Dudas de voto según partido al que finalmente votaron los jóvenes	144
Cuadro 4.33.	Resultados reales y de encuesta en 2004	145
Cuadro 4.34.	Recuerdo de voto en 2004 según edad	146
Cuadro 4.35.	Perfil de los votantes jóvenes de IU, PP y PSOE	148
Cuadro 4.36.	Las razones del voto a IU-ICV	149
Cuadro 4.37.	Las razones del voto al PP	149
Cuadro 4.38.	Las razones del voto al PSOE	150
Cuadro 5.1.	Evolución de la participación electoral en elecciones al Parlamento Europeo	154
Cuadro 5.2.	Interés en el seguimiento de la campaña	155
Cuadro 5.3.	Interés en el seguimiento de la campaña según la edad	155
Cuadro 5.4.	La utilidad de la campaña electoral	156
Cuadro 5.5.	Participación en las elecciones	157
Cuadro 5.6.	Participación de los jóvenes en las elecciones según características sociodemográficas	158
Cuadro 5.7.	Razones de la abstención	160
Cuadro 5.8.	Resultado de las elecciones al Parlamento Europeo	161
Cuadro 5.9.	El voto en las elecciones al Parlamento Europeo, según los resultados de la encuesta	162
Cuadro 5.10.	El voto de los jóvenes según características sociodemográficas	163
Cuadro 5.11.	La decisión del voto	163
Cuadro 5.12.	Voto finalmente emitido por los jóvenes que dudaron	164
Cuadro 5.13.	El momento de la decisión de voto	164

Cuadro 5.14. El voto de los jóvenes en las elecciones generales del 14 de marzo y las elecciones al Parlamento Europeo 165

Cuadro 5.15. Resultados del Referéndum de la Constitución Europea 166

Cuadro 5.16. El seguimiento de la campaña electoral 167

Cuadro 5.17. Participación en el referéndum 167

Cuadro 5.18. El voto de los jóvenes 168

Cuadro 5.19. El sentimiento europeísta de los jóvenes 169

Cuadro 5.20. Sentimientos europeístas según la edad 169

Cuadro 5.21. Sentimientos europeístas según otras características sociodemográficas 170

Cuadro 5.22. Sentimiento europeísta y participación en el referéndum 171

Cuadro 5.23. Sentimiento europeísta y voto en el referéndum 171

Cuadro 5.24. Las razones para votar “sí” 172

Cuadro 5.25. Las razones para votar “no” 173

Cuadro 5.26. El voto de los jóvenes en el referéndum constitucional según el voto emitido en 2004 173

Índice de gráficos

Gráfico 1.1.	Porcentajes de participación según tipo de elecciones en España	12
Gráfico 1.2.	La participación electoral declarada de jóvenes y adultos	13
Gráfico 1.3.	El voto, instrumento de participación política	17
Gráfico 1.4.	La obligación moral del voto	19
Gráfico 1.5.	La obligación moral del voto, según los abstencionistas	20
Gráfico 1.6.	La percepción del voto por los jóvenes	21
Gráfico 1.7.	Aspectos importantes para ser un buen ciudadano (jóvenes)	25
Gráfico 1.8.	Aspectos importantes para ser un buen ciudadano (población total)	26
Gráfico 1.9.	Diferencias en la percepción de los jóvenes y de los mayores de lo que es ser un buen ciudadano	27
Gráfico 1.10.	Actitudes de los jóvenes ante la rebaja de la edad de voto a los 16 años	29
Gráfico 1.11.	Actitudes ante la rebaja de la edad de voto a los 16 años, según la edad	30
Gráfico 1.12.	Opiniones sobre lo que representa la rebaja de la edad de voto a los 16 años	31
Gráfico 1.13.	La rebaja en la edad del voto como avance democrático	33
Gráfico 1.14.	La rebaja en la edad del voto como estímulo para los jóvenes	35
Gráfico 1.15.	La falta de madurez de los jóvenes y el derecho al voto a los 16 años	36
Gráfico 1.16.	La falta de autonomía en el voto de los jóvenes	37
Gráfico 2.1.	Evolución del voto de los jóvenes hacia el PP y el PSOE	71
Gráfico 2.2.	Evolución del voto de los mayores de 30 años hacia el PP y el PSOE.....	72
Gráfico 2.3.	Evolución del voto de los debutantes hacia PP y PSOE	74
Gráfico 3.1.	Cercanía a CP según ubicación ideológica en 1986	97
Gráfico 3.2.	Cercanía a PP según ubicación ideológica en 1989	97
Gráfico 3.3.	Cercanía a PP según ubicación ideológica en 1993	98
Gráfico 3.4.	Cercanía al PSOE según ubicación ideológica en 1986	99
Gráfico 3.5.	Cercanía al PSOE según ubicación ideológica en 1989	99
Gráfico 3.6.	Cercanía al PSOE según ubicación ideológica en 1993	99
Gráfico 3.7.	Cambios en el sentimiento de cercanía a partidos entre los jóvenes.....	100

Gráfico 3.8.	Participación electoral y seguimiento de las campañas	103
Gráfico 3.9.	Contribución de las campañas al conocimiento de los líderes	106
Gráfico 3.10.	Contribución de las campañas al conocimiento de los programas, según participación	107
Gráfico 3.11.	Influencia de la intervención de los líderes en TV	111
Gráfico 3.12.	Influencia de la información de los telediarios y participación	112
Gráfico 3.13.	Influencia de la información de la prensa	112
Gráfico 3.14.	Valoración por los jóvenes de las campañas de los líderes del PP y del PSOE	115
Gráfico 3.15.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PP en 1993	115
Gráfico 3.16.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PSOE en 1993	116
Gráfico 3.17.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PP en 1996	117
Gráfico 3.18.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña del líder del PSOE en 1996	118
Gráfico 3.19.	Conocimiento de las encuestas electorales según estudios	119
Gráfico 4.1.	Relación entre valoración de las campaña electorales de los partidos y de los líderes	134
Gráfico 4.2.	Valoración positiva (buena o muy buena) de las campañas de los líderes del PP y del PSOE según los jóvenes	135
Gráfico 4.3.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña de Mariano Rajoy	135
Gráfico 4.4.	Relación entre ubicación ideológica y valoración de la campaña de José Luis Rodríguez Zapatero	136
Gráfico 4.5.	Evolución del voto de los jóvenes en elecciones generales	147
Gráfico 4.6.	Razones del voto de aquellos que habían pensado abstenerse	151
Gráfico 5.1.	Interés en el seguimiento de la campaña según nivel de instrucción.....	156
Gráfico 5.2.	Porcentaje de jóvenes que votó en las elecciones al Parlamento Europeo, según sexo y nivel de instrucción	159