



Ideología y voto en el nuevo sistema de partidos español

Análisis de cuestiones ideológicas concernientes a los cuatro principales partidos políticos españoles tras las elecciones generales de 2015

ALEJANDRO ESPÍ HERNÁNDEZ

DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DE MURCIA

alejandro.espih@um.es

Resumen: Las elecciones a Cortes Generales del 20 de diciembre de 2015 han puesto de manifiesto el nacimiento de un nuevo sistema de partidos en España que deja atrás del tan denostado bipartidismo, el cual se había visto mermado desde las últimas elecciones europeas y autonómicas. Esta investigación pretende dar respuestas a las percepciones ideológicas que conciernen tanto a las dos nuevas fuerzas políticas emergidas a nivel estatal (Podemos y Ciudadanos), como a las dos

Resumen

ya consolidadas (PP y PSOE), delimitando así las nuevas competiciones ideológicas emanadas en torno a los ejes izquierda y derecha, sin descuidar el centro. El objetivo del trabajo, por tanto, es comprobar si los “nuevos” partidos han logrado encajar en la dualidad izquierda-derecha del electorado, lugar donde ya se encuentran los “viejos” partidos. Analizamos, para tal fin, el nuevo sistema de partidos español bajo el prisma del modelo ideológico del voto característico en nuestro comportamiento electoral. Para ello empleamos una lectura en profundidad de los datos que aporta el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en lo concerniente a simpatía, voto, etiqueta, y ubicación ideológica, cuyos resultados nos desvelan la todavía persistencia del modelo ideológico del voto en España como variable explicativa de nuestro comportamiento electoral. Igualmente el trabajo constata que la llegada de nuevas formaciones políticas ha introducido nuevas rupturas más allá de la ideológica, que explican parte de nuestro voto pero que, sin embargo, no han logrado reemplazar a la ideológica.

Palabras clave: Partidos, elecciones, sistema de partidos, España, ideología.

Ideology and vote in the new Spanish political party system.

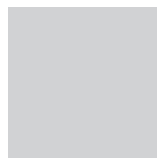
Analysis of ideological matters concerning the four main political parties in Spain after the general election in 2015.

Abstract: The Spanish parliamentary elections on 20 December 2015 gave rise to the birth of a new system of political parties in Spain, jettisoning the much maligned duopoly, greatly eroded since the last round of European and regional elections in Spain. This study aims to answer ideological perceptions that concern both the two new political forces that have emerged on a national scale (Podemos and Ciudadanos), and also the two consolidated parties (PP and PSOE), thereby staking out the new ideological perspectives arising on the left and right of the political spectrum, without neglecting the

middle ground. Hence, the purpose of the study is to see whether the “new” parties have managed to slot into the left-right duality of the electorate - an area already occupied by the “old” parties. With this aim in sight, we have analysed Spain’s new political party system through the prism of the ideological model of the electoral characteristics of our voting behaviour. To do so, we have subjected our data to a thorough analysis enabled by the Sociological Research Centre (CIS), with respect to sympathies, vote, identification and ideological location, the results of which reveal that the ideological model for voting in Spain continues to be the variable explaining voting behaviour in this country. The study also reveals that the emergence of new political formations has brought further disruption beyond the ruptures generated by ideology. This goes some way towards explaining how we vote yet it has not managed to dislodge these ideological reasons.

Keywords: Parties, elections, political party systems, Spain, ideology

Ideología y voto en el nuevo sistema de partidos español. Análisis de cuestiones ideológicas concernientes a los cuatro principales partidos políticos españoles tras las elecciones generales de 2015



Alejandro
Espí Hernández

Recibido: 13/05/2016
Aceptado: 14/07/2016

INTRODUCCIÓN

Las elecciones a Cortes Generales celebradas el 20 de diciembre de 2015, han proyectado un nuevo escenario político, electoral y parlamentario que difiere significativamente del bipartidismo imperfecto que ha caracterizado a la España de los últimos 20 años. La irrupción destacada de dos nuevas formaciones políticas, Ciudadanos y Podemos, junto a los partidos ya consolidados PP y PSOE, han erigido un nuevo sistema de partidos en nuestro país que podría ser calificable de un multipartidismo moderado o limitado a tenor de la clasificación aportada por Sartori (1976). Ciudadanos y Podemos han venido a ocupar un vacío político generado fruto del descontento con los dos grandes partidos nacionales, evolucionando a un escenario político de cuatro partidos estatales con significativo respaldo electoral. Este avance de dos a cuatro grandes formaciones a nivel nacional, a quienes cabe sumar los partidos minoritarios y nacionalistas, sin duda ha enriquecido la pluralidad política, pero

también dibuja un nuevo escenario político que abre nuevas incógnitas sobre la gobernabilidad.

España se ve inmersa desde hace más de un año en un cambio político quizá sin precedente desde la Transición española. Un nuevo panorama que ha conllevado un aumento de la competitividad electoral con la aparición de nuevos actores políticos intervinientes en la contienda electoral, que se ven inmersos en disputa con los partidos ya consolidados, quienes a su vez persisten y luchan por resistir a la irrupción de las nuevas fuerzas. Todo ello proyecta nuevas estrategias políticas sobre el tablero político, así como un nuevo reparto del voto más plural y heterogéneo que viene a ponernos en situación ante un nuevo sistema de partidos en nuestro país.

No obstante, el nuevo sistema de partidos que se ha erigido, no ha roto, en absoluto, con los espacios ideológicos de la izquierda y la derecha tan presentes en la política española, así pretendemos demostrarlo en este *paper*. Más bien se han reestructurado los bloques ideológicos, abriéndose nuevas vías de competición partidista. El objetivo del presente trabajo, por tanto, es comprobar si los nuevos partidos que han emergido a nivel estatal con relativa fuerza (Podemos y Ciudadanos), han logrado encajar en la dualidad izquierda-derecha del electorado español, lugar donde ya se encuentran los “viejos” partidos o partidos tradicionales (PP y PSOE). Partimos sosteniendo como hipótesis principal que el nuevo escenario o sistema de partidos español resultante de las elecciones a Cortes Generales del 20D, no ha supuesto una modificación sustancial del modelo ideológico del voto que caracteriza al comportamiento electoral español. Es decir, que los nuevos partidos políticos han encajado en la dicotomía izquierda-derecha del electorado pese a la introducción de nuevas rupturas o ejes explicativos del voto como el eje “viejo-nuevo”.

Esta investigación efectúa un análisis sobre la distribución del espacio ideológico-partidista resultante en España tras la contienda electoral de 2015. La metodología empleada en este trabajo se nutre de la base de datos del CIS: el barómetro del CIS de enero de 2016, el inmediatamente posterior a las elecciones del veinte de diciembre de 2015 y el barómetro postelectoral de

mayo de 2016¹. Sobre citados documentos obtendremos los resultados y extraemos la información que nos va a dar respuesta a la hipótesis principal. Para el presente trabajo de investigación no hemos tenido en cuenta a los partidos minoritarios ni a los nacionalistas, dado que las pretensiones son las de efectuar un análisis focalizado exclusivamente en los cuatro partidos políticos que agruparon el 77% del voto válido en los comicios del 20 de diciembre, especialmente teniendo en cuenta las dos nuevas fuerzas políticas emergidas a nivel nacional² y su rivalidad con los partidos tradicionales.

Modelos teóricos del voto

El comportamiento electoral ha sido explicado por la academia desde numerosos enfoques teóricos. El primero que cabe atender es el sociológico, remarcado por clivajes³ que explican el voto en función de la clase social, religiosidad, origen y residencia de los votantes, entre otras cuestiones. Fueron Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) los primeros autores en acuñar una explicación sociológica a la motivación del voto de la ciudadanía. Sin embargo, Lipset y Rokkan (2001) van a aportar en 1967 un estudio de comportamiento electoral según el cual, la ciudadanía vota en función de la posición que ocupa en la estructural social. El modelo de voto que se deriva del enfoque planteado por ambos autores sigue un esquema muy simple: para cada grupo enfrentado en los clivajes aparece un partido político que suele ser votado mayoritariamente por las personas ubicadas en uno de esos clivajes.

¹ El CIS de enero de 2016 fue una publicación de barómetro convencional, con 2.496 entrevistas efectuadas. El CIS de mayo de 2016 es exclusivamente post electoral (post 20D), y su muestra fue de 6.242 entrevistas.

² Para el caso de Podemos, cabe matizar que el CIS pregunta por las confluencias que compartieron cartel el 20D de manera diferenciada (Compromis en Valencia; En Comú Podem en Cataluña y En Marea en Galicia). Para este trabajo hemos tenido en cuenta los datos de Podemos y no de sus confluencias, que no obstante depararían resultados prácticamente similares.

³ Los clivajes son divisiones de la sociedad en bandos opuestos que está determinado por la posición de los individuos en la estructura social y que acaba configurando alineamientos entre los bandos de la sociedad y los partidos políticos (Anduiza y Bosch, 2009).

Unos años más tarde, se introducirá una revisión al imperante modelo sociológico del voto, que va a considerar que el electorado ejerce su voto de manera racional, es decir, sopesando los costes beneficios que puede acarrearle su voto (Downs, 1957)⁴. El voto racional es un tipo de voto que realiza el individuo después de sopesar la acción de partidos, candidatos y temas de debate (Popkin, 1994). Junto a estos dos clásicos modelos, fueron planteándose posteriormente otros modelos conductuales explicativos del voto como el económico, el estratégico e incluso nuevos clivajes como la edad, el sexo, la sociedad del conocimiento, la sociedad del bienestar, entre otros.

En el caso de los EEUU y algún otro país, el modelo explicativo del voto más común es la identificación partidista (Campbell, Gurin y Miller, 1954). El grado de mayor o menor simpatía o proximidad hacia un partido (que no implica necesariamente afiliación), es la explicación fundamental a la orientación de su voto (Castromil, 2008). Esta variable de la proximidad o simpatía, atiende a cuestiones psicológicas y no sociológicas, siendo matizada años después por Campbell, Converse, Miller y Stokes (1960). Es decir que, mientras los estadounidenses votan en función de su identificación con los partidos republicano o demócrata, los europeos lo hacemos fundamentalmente bajo el prisma de “izquierda” y “derecha”. No podemos olvidar que los términos ideológicos, aún en la actual etapa de supuesta pérdida de peso como factor explicativo del voto (Holm y Robinson, 1978), son una herramienta imprescindible para catalogar a partidos políticos, líderes y propuestas programáticas.

La ideología izquierda-derecha es el valor político que más influencia ejerce sobre el voto en Europa occidental, también en España (Anduiza y Bosch, 2009), pues aquí existe una estrecha relación entre las posiciones ideológicas de los españoles y sus preferencias políticas. En el caso español, aunque la identificación con los partidos políticos puede explicar una parte del voto, es un índice a la baja, siendo más acertado hablar de identificación ideológica para entender el por qué del voto. El modelo ideológico del voto presupone que el elector o electora ejercer su

⁴ Según Downs, los votantes evalúan los beneficios que han obtenido a partir de la labor desempeñada por el gobierno actual y calculan los que recibirían si el gobierno siguiese en el cargo o si fuese sustituido por la oposición.

voto, esencialmente, como manifestación emotiva de su ideología izquierda-derecha. La relación entre ideología y voto refleja la forma en que los individuos establecen asociaciones entre sus posiciones en los temas de conflicto y sus orientaciones partidistas (Moreno, 1999). Para este autor, la ideología y la identificación partidista sirven como referente al individuo de cara a evaluar y decidir sobre los actores y las propuestas políticas. Como un “atajo” para asimilar un mundo político complejo. No obstante, aunque la variable ideológica es transversal al voto en la actual España democrática, en diferentes etapas políticas ha coexistido, o bien cedido protagonismo, a otras variables explicativas, tal y como desarrollan González y Bouza (2009).

Naturalmente, no existe ninguna explicación por sí sola para determinar qué lleva a una persona a ejercer el derecho al voto. Los tiempos políticos y las sociedades cambian y ello hace dificultoso dar respuestas precisas a cuestiones tan complejas como el comportamiento electoral. No obstante, las diferentes teorías aportadas desde el siglo pasado y pulidas en el presente, nos ofrecen respuestas bastante próximas. Así, la identificación (partidista, ideológica y con un líder), los clivajes (de clase social, origen, religión), el sistema electoral (voto útil, movilización), la racionalidad (utilidad del votante y voto económico), y los medios de comunicación (opinión pública, agenda), son determinantes en mayor o menor medida, para la decisión de nuestro voto final. En este trabajo no pretendemos determinar qué teoría o variable es la más certera o explicativa de todas ellas, sino que indagaremos en la identificación ideológica de la ciudadanía para llegar explicar el recién emergido nuevo sistema de partidos español.

MÉTODO

Sin la pretensión de teorizar acerca de las ideologías, cabría detenernos en Hinich y Munger (1994), quienes vertieron una definición sobre ideología bastante aceptada para la labor que nos ocupa. Los autores la definieron como “un conjunto internamente consistente de proposiciones que hacen demandas proscriptivas y prescriptivas sobre el comportamiento humano”. A tenor de los autores, todas las ideologías tienen implicaciones

respecto a lo que es éticamente bueno, cómo deben distribuirse los recursos de la sociedad y dónde reside apropiadamente el poder. Es decir, la ideología es un factor puramente personal y subjetivo que puede ser medida.

Una de las técnicas cuantitativas más empleadas para conocer aspectos relacionados con las percepciones e ideología de la ciudadanía, es la encuesta. Dentro de ellas, existe una cuestión dirigida a los sujetos que son entrevistados a fin de que se autoubiquen ideológicamente o bien para que ubiquen a los partidos políticos en una escala del 1 al 10, donde 1 es extrema izquierda y 10 es extrema derecha. De esta manera, se nos permite conocer cuál es la ideología media de la ciudadanía y en qué ítems colocan a cada partido político, por impreciso que fuere. Para este trabajo, la clasificación que vamos a considerar dentro de la escala ideológica 1-10 es la siguiente: Ítems 1 y 2 extrema izquierda; ítems 3 y 4 izquierda; ítems 5 y 6 centro; ítems 7 y 8 derecha; ítems 9 y 10 extrema derecha.

La citada escala ideológica emana el modelo de competencia espacial, el cual pronostica que el elector o electora votará al partido que esté ubicado a una menor distancia de su propia autoubicación ideológica. Por consiguiente, guarda una conexión directa con la identificación ideológica del voto que sustenta este trabajo en su hipótesis para explicar el nuevo sistema de partidos español. Sin embargo, para el caso español cabe acuñar a este modelo de competencia espacial el término “avanzado”, pues no quiere decir que los partidos sean de derechas o de izquierdas, sino más bien que están escorados más a la derecha o más a la izquierda, y ello es lo que pueda condicionar en mayor proporción el voto del electorado.

Por consiguiente, con esta medición cuantitativa se nos permite realizar un estudio ideológico del recién configurado nuevo sistema de partidos en España que nos da pie a proyecciones cualitativas y una visión más global de aspectos ideológicos concernientes a los partidos políticos españoles. Además de la escala ideológica, vamos a detenernos en otros datos como las etiquetas ideológicas e incluso las dudas suscitadas entre partidos a la hora de escoger papeleta. Cuestiones, todas ellas, sobre las que pregunta el Centro de Investigaciones Sociológicas.

RESULTADOS

Autoubicación ideológica

Vamos a comenzar la fase metodológica analizando la trayectoria histórica de la conocida como autoubicación ideológica respecto de los españoles y españolas, que no es más que la atribución ideológica que de sí mismos efectúan el conjunto de votantes y que se hallan recogidas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) desde el año 1996. En este sentido, la tabla I nos muestra un encuadre ideológico de la ciudadanía de centro ligeramente escorado a la izquierda. Valores entre el 4,50 y 4,90 de media en la escala 1 a 10 (con la excepción del año 2000 que asciende al 5). Las variaciones durante los veinte años (1996-2016) que se tienen datos apenas son notorias, quedando bastante latente la media ideológica de la ciudadanía española.

Tabla I. Evolución de la autoubicación ideológica de españoles y españolas desde 1996.

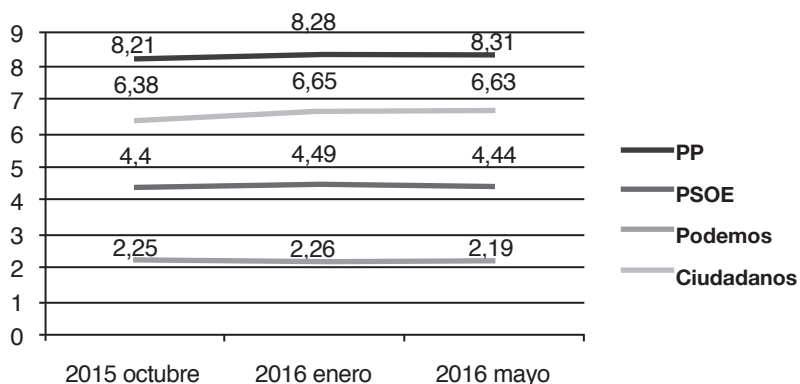
Fecha	Cifra media en la escala 1 a 10
Enero 1996	4,73
Enero 1998	4,81
Enero 2000	5,03
Enero 2002	4,92
Enero 2004	4,75
Enero 2006	4,75
Enero 2008	4,73
Enero 2010	4,75
Enero 2012	4,89
Enero 2014	4,57
Enero 2016	4,63

*Fuente: CIS. Indicadores de autoubicación ideológica, en www.cis.es.
Elaboración propia.*

Ubicación ideológica de los partidos

El siguiente escalón metodológico concierne a la ubicación ideológica que la ciudadanía efectúa a los cuatro principales partidos políticos de ámbito estatal. A tenor de los resultados, el CIS proyecta, de entrada, dos partidos que se hallan ubicados en el centro derecha (Ciudadanos y PP) y otros dos en el centro izquierda (PSOE y Podemos). Para remarcar la percepción de tales partidos, hemos comparado los datos post-elecciones con el CIS anterior a las elecciones del 20D que pregunta por esta misma cuestión, el de octubre de 2015. De este modo el electorado ha podido valorar en términos ideológicos la campaña electoral de los diferentes partidos de las elecciones generales de diciembre de 2015, quedándole más patente su línea ideológica y política. Igualmente hemos añadido la ubicación que refleja el barómetro postelectoral de mayo de 2016.

Gráfico 1. Ubicación ideológica de los cuatro principales partidos políticos españoles.



Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Elaboración propia.

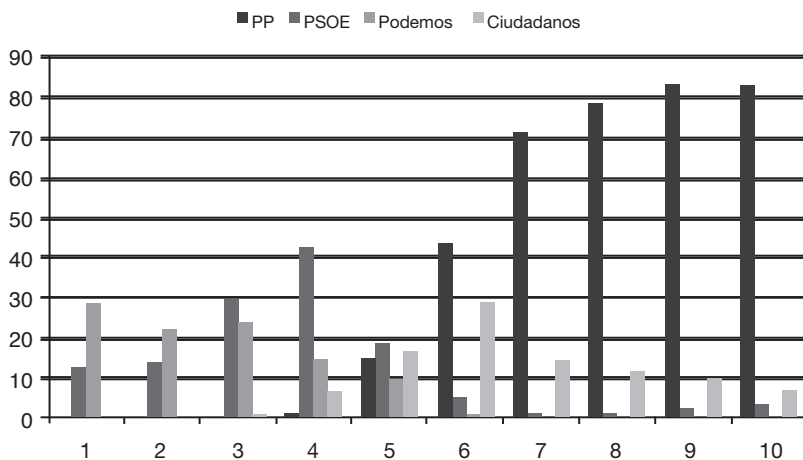
Con los datos del barómetro del CIS de mayo de 2016, el Partido Popular recibe una calificación bastante elevada (8,31), lo cual deduce que la percepción del partido de Mariano Rajoy que

tienen los españoles es encuadrable claramente en la derecha ideológica. Por el contrario, Podemos (2,19) es visto como un partido de extrema izquierda, más incluso que la propia Izquierda Unida (2,26), pese a que desde sus inicios, la formación morada rechazara la terminología dual de “izquierda” y “derecha”, en sustitución de “los de abajo frente a los de arriba”. Esta sustitución hunde su motivación en el deseo de ser un partido capaz de acoger a votantes de diferente matiz ideológico pero que pudieran compartir con Podemos la máxima de un cambio que pusiera fin a los privilegios políticos de la conocida como “casta” política. El PSOE, por su parte, se mantiene en los valores oscilantes entre el 4,4 y el 4,5, representando el centro-izquierda español. Casualmente estos son los ítems más próximos a la ideológica que presentan de sí mismos los españoles (4,63) en la misma escala ideológica de uno a diez. Para el caso de Ciudadanos, aunque sus representantes definen al partido como “de centro” (5 en la escala), la ubicación que la ciudadanía realiza del partido dista significativamente de las intenciones de sus líderes, pues es considerado como un partido de centro-derecha (6,63). De este modo, se nos presenta un nuevo escenario partidista que la ciudadanía parece saber encasillar claramente dentro de los bloques ideológicos de izquierda y derecha, tan latentes a lo largo de nuestra historia contemporánea, aunque detestados por muchos, al calificarlos como frentistas y excluyentes.

Voto e ideología el 20D

Una vez clarificada la autoubicación ideológica y el encuadre ideológico que la ciudadanía española estima de los principales partidos nacionales, es preciso efectuar una interpretación del voto del electorado español en las últimas elecciones generales. Los datos del CIS permiten cruzar la ideología que cada votante se atribuye a sí mismo como identificativa de sus creencias, con el voto que ha emitido en los últimos comicios. De esta manera se nos brinda una doble posibilidad: primeramente conocer la ideología de los votantes de cada partido político, y en segundo lugar, observar la disputa ideológico-partidista emanada de las últimas elecciones generales a Cortes.

Gráfico 2. Recuerdo de voto en las elecciones generales del 20D según ideología. Barómetro del CIS, enero de 2016.

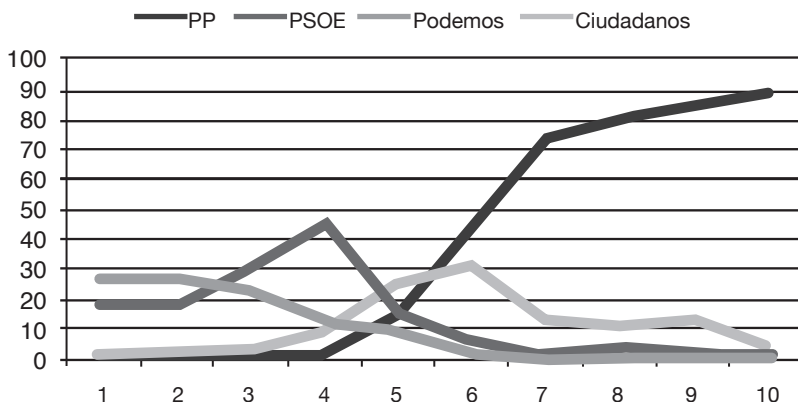


Fuente: Barómetro del CIS de enero de 2016. Pregunta 22 a. Estudio n° 3124. Elaboración propia.

Aunque procederemos a continuación a un análisis pormenorizado por bloques ideológicos (izquierda, derecha y centro), el gráfico 2 nos descubre, de entrada, un escenario de competición electoral por la izquierda entre PSOE y Podemos (fundamentalmente valores del 1 al 4); una disputa a cuatro por el centro, donde ningún partido llega al 20%; y, por la derecha, una aparente rivalidad de Ciudadanos y Partido Popular (valores del 6 al 10). Observando los datos, se puede comprobar el todavía predominio del PSOE en el centro izquierda (3-4) y más todavía del PP en el centro derecha (6-7), pese a la fuerte irrupción de nuevas fuerzas políticas aquí analizadas.

En el gráfico 3 podemos observarlo nuevamente, esta vez en forma lineal, encontrando de nuevo espacios de voto comunes en la izquierda (PSOE y Podemos), en la derecha (PP y Ciudadanos) y en el centro más reñido.

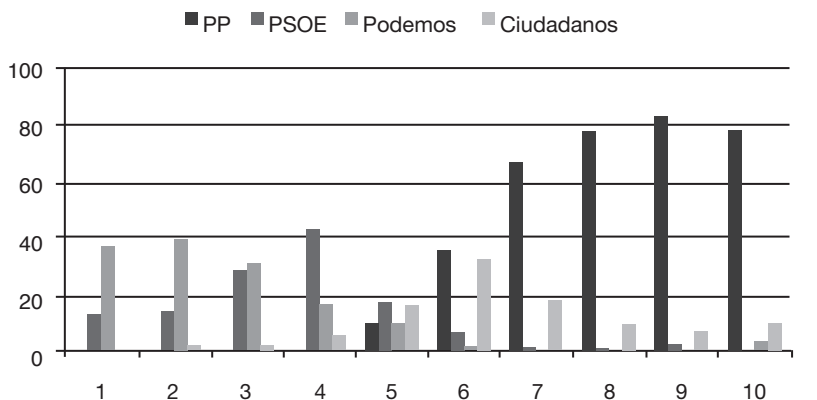
Gráfico 3. Recuerdo de voto 20D por ítem ideológico. Barómetro postelectoral del CIS, mayo 2016.



Fuente: Barómetro del CIS postelectoral de mayo de 2016. Estudio nº 3126. Pregunta 31. Elaboración propia.

Si dejamos fuera el recuerdo de voto y medimos únicamente la simpatía y proximidad ideológica de la ciudadanía para con los cuatro principales partidos políticos, encontramos un patrón que se asemeja, e incluso fortalece, la conducta de voto según ideología que hemos ilustrado en las gráficas 2 y 3 (ver gráfica 4). Quienes se ubican en la extrema izquierda (1 y 2), simpatizan más con Podemos (e IU), sin embargo PSOE y Podemos se disputan a aquellos votantes que se ubican en el 3 de la escala ideológica. El PSOE lidera cómodamente el centro izquierda (4), y ligeramente el centro (5), que se encuentra mucho más rivalizado. Por el lado de la derecha, el PP es el partido más cercano a quienes tienen una ideología de derecha y extrema derecha (8,9 y 10). El centro-derecha español queda más disputado entre PP y Ciudadanos (6 y 7). Es decir, los datos nos indican que la mayor o menor simpatía hacia los partidos políticos españoles responde también, directamente, a variables ideológicas.

Gráfico 4. Simpatía y cercanía a los principales partidos políticos según escala ideológica. Enero 2016.



Fuente: Barómetro del CIS de enero de 2016. Estudio nº3124, pregunta 17. Elaboración propia.

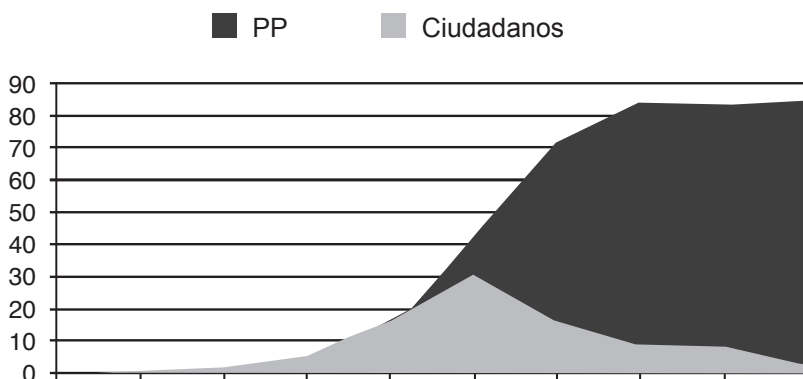
El centro derecha español

Como hemos podido comprobar anteriormente, el centro derecha español es prácticamente un espacio hegemónico de voto al Partido Popular. No obstante, la aparición del partido de Albert Rivera ha venido a disputar el espacio entre quienes se consideran de una ideología de centro-derecha (hablamos fundamentalmente de los ítems 6 y 7 de la escala ideológica, en menor medida en los ítems 8, 9 y 10). Ciudadanos, que a priori parecía llegar para acaparar el centro político ideológico, tal y como enarbolan sus dirigentes, ha podido virar hacia posiciones más liberales, siendo votado, y mejor considerado, por entre quienes se ubican en el centro-derecha español (5,6 y 7). Por el contrario, apenas recibe votos de votantes que se ubican por debajo del ítem 5, es decir, votantes de izquierdas.

Es posible que Ciudadanos haya absorbido electores y electoras descontentos con el Partido Popular, fundamentalmente de aquellos votantes que tienen una ideología más liberal en lo

económico o que sus posiciones ideológicas no permanecen muy escoradas a la derecha. Por el contrario, el PP retiene al votante más conservador, con una abrumadora preponderancia entre quienes se encasillan en la derecha más extrema de este bloque ideológico.

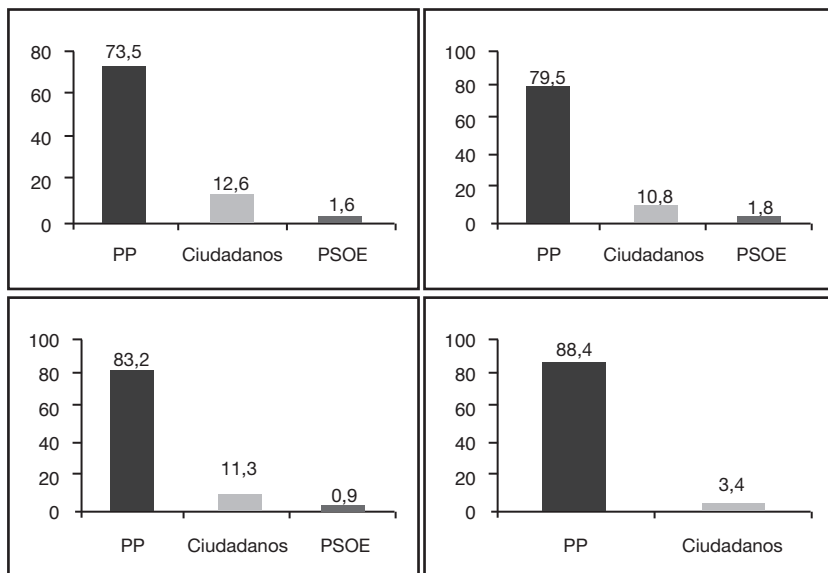
Gráfico 5. Voto + simpatía PP y Ciudadanos enero 2016



Fuente: Barómetro del CIS de enero de 2016. Estudio nº3124. Elaboración propia.

De manera más detallada podemos apreciar la competición, aunque ciertamente no resulta muy rivalizada, dada en la derecha española. Lo observamos por medio del siguiente compendio de gráficas que detallan el recuerdo de voto el 20D según la ubicación ideológica del votante, en este caso de derecha (7 y 8) y extrema derecha (9 y 10).

Gráficas. Recuerdo de voto el 20D entre quienes se ubican en el 7, 8, 9 y 10 de la escala.



Fuente: encuesta postelectoral del CIS, mayo 2016. Elaboración propia.

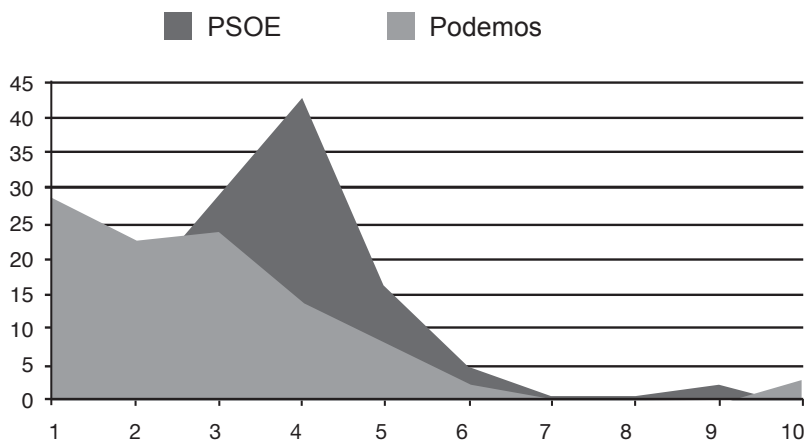
La pugna por el liderazgo de la izquierda

El centro izquierda español, espacio relegado tradicionalmente al Partido Socialista Obrero Español, se convierte claramente, tras el 20D, en una rivalidad política y electoral entre PSOE y Podemos, donde también interviene, aunque en menor medida, Izquierda Unida (fundamentalmente lo hace en los ítems 1 y 2)⁵. Los socialistas se sitúan en posiciones más escoradas al centro-izquierda que Podemos, quien absorbe al votante más de izquierdas. Así, el partido de Pedro Sánchez y el partido de Pablo

⁵ No hemos realizado un análisis exhaustivo de la formación de Alberto Garzón por tratarse de porcentajes de voto algo más reducidos, aunque no por ello menos importante. No obstante, la procedencia del voto de IU-UP proviene, a tenor del mismo CIS que utilizamos como referencia, de quienes se ubican del 1 al 3 en la escala ideológica.

Iglesias compiten de manera más intensa por el voto de aquellos y aquellas que se ubican en el 2 y 3 de la escala ideológica. PSOE y Podemos coinciden además en que apenas reciben votos de aquellas personas que se ubican desde el ítem 6 en adelante.

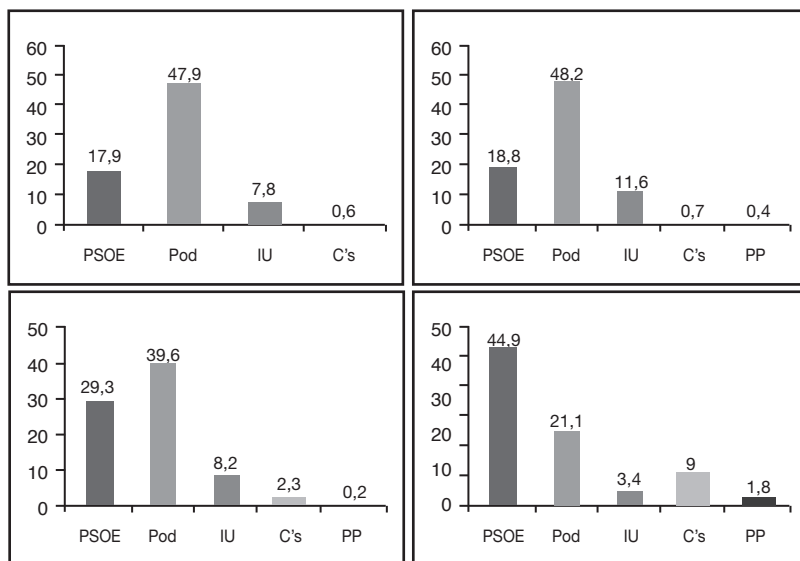
Gráfico 6. Voto + simpatía PSOE y Podemos enero 2016



Fuente: Barómetro del CIS de enero de 2016. Elaboración propia.

La disputa partidista por la izquierda se encuentra mucho más reñida que por la derecha. De hecho, pese a la llegada de Ciudadanos, el PP continúa dominando cómodamente la derecha y extrema derecha ideológica. Dicho con otras palabras, Ciudadanos no le da la batalla electoral al PP tanto como lo hace Podemos al PSOE. El Partido Socialista se ve doblemente presionado: a la izquierda por Podemos y en el centro por Ciudadanos, como en el apartado 3.3.3 puede observarse.

Gráficas. Recuerdo de voto el 20D entre quienes se ubican en el 1, 2, 3 y 4 de la escala.



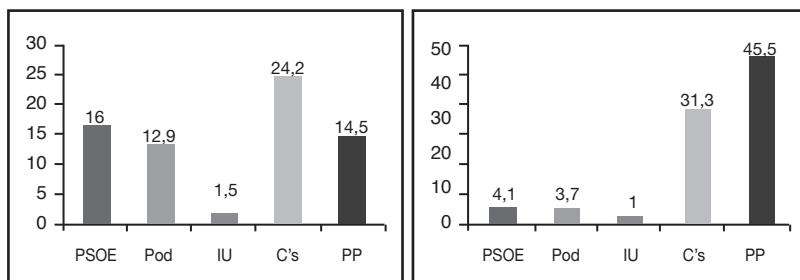
Fuente: encuesta postelectoral del CIS, mayo 2016. Elaboración propia.

Y, ¿qué ocurre con el centro político?

Hemos analizado lo que acontece en la izquierda y derecha española, pero nos queda pendiente profundizar en el centro ideológico, espacio al que todos apelan y persiguen. Muchos críticos consideran que la retórica que pretende fusionar ideologías no responde más que al oportunismo electoral y promete lo imposible (Martín, 2002: 254). La irrupción de Ciudadanos en la escena política española, con un discurso focalizado en la centralidad ideológica y política, ha conseguido acaparar en una cifra relevante, el voto de aquellas personas consideradas de centro (esencialmente quienes se ubican en el 5, no tanto en el 6 que se aproxima al centro derecha). Un escenario, el del centro, donde PSOE, PP y Podemos también reciben entorno al 15% de

sus votos totales. Se asiste a una disputa electoral por el centro a cuatro bandas, donde ningún partido logra un destacado apoyo por encima del resto, pues el reparto de apoyos se riñe intensamente como no ocurre en ningún otro valor de la escala ideológica 1 a 10 utilizada en este trabajo. Así podemos comprobarlo más en detalle en las evidencias siguientes.

Gráficas. Recuerdo de voto el 20D entre quienes se ubican en el 5 y 6 de la escala.



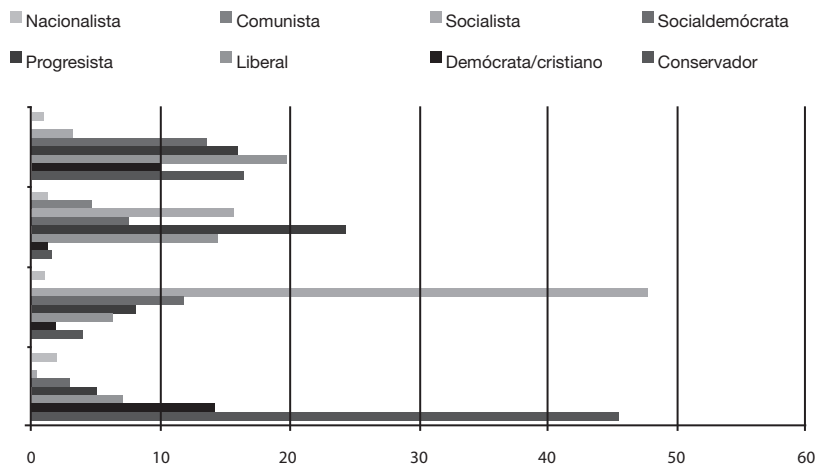
Fuente: encuesta postelectoral del CIS, mayo 2016. Elaboración propia.

Etiquetas ideológicas y voto

Pero si una variable más nos puede ser determinante para verificar la hipótesis planteada al inicio, es la referida a las etiquetas ideológicas o diferentes ideologías que la ciudadanía reconoce y se sabe atribuir en base a sus principios, creencias e ideas. En este sentido, el CIS de enero de 2016, pregunta a los sujetos encuestados sobre su etiqueta ideológica, además de la escala ideológica que vimos anteriormente. Al cruzar la variable de la identificación ideológica por etiqueta con su recuerdo de voto, obtenemos un resultado que nos permite una lectura clara, así lo detallamos en el gráfico 8⁶.

⁶ Es relevante destacar que ante este ítem de etiquetas ideológicas del CIS, el 12,8% de votantes el 20D dice “no saber” y el 4,6% “no responde” ante la pregunta planteada.

Gráfico 8. Etiqueta ideológica y recuerdo de voto en las elecciones generales de 2015⁷.



Fuente: CIS. Barómetro de enero de 2016. Estudio nº 3124. Pregunta 10 (primera respuesta, no se tiene en cuenta la segunda). Elaboración propia.

El votante del Partido Popular es en casi su mitad “conservador”, seguidos de demócratas cristianos/as y liberales. Por el contrario, la mitad del electorado del PSOE se considera socialista, siendo más de un 10% “socialdemócrata”, y progresistas la tercera ideología de la que emanan más votantes del PSOE. En el caso de Podemos, alrededor de un 25% de sus votantes se considera “progresista”, un 15% “socialista” y un 14% “liberal”. Ciudadanos posee un 20% de votantes considerados “liberales”, un 16,4% que se dicen “conservadores”, casi la misma cifra de quienes se consideran “progresistas” y unos puntos más atrás “socialdemócratas”.

Aunque en los casos de PP y PSOE son más comunes unas etiquetas ideológicas concretas, Ciudadanos y Podemos reciben un voto más repartido entre las diferentes etiquetas ideológicas, pero que no obstante responden también a las ideologías

⁷ Nótese que hemos dejado fuera de la gráfica otras etiquetas como “feminista”, “ecologista”, “otras respuestas” y “apolítico/a” sobre las que sí se pregunta.

derecha-izquierda. En el caso de Podemos predominan las corrientes que podrían ser estimadas de izquierdas (socialistas, comunistas, socialdemócratas y progresistas). En el caso de Ciudadanos, por el contrario, lo hacen mayormente aquellas que pueden ser encasilladas como de derechas (conservador/a, demócrata cristiano/a y liberal). No obstante cabe advertir la ambigüedad de algunas etiquetas como “progresista” o “liberal” que probablemente no sea entendida de igual manera por alguien más tendente hacia un eje ideológico que a otro⁸.

El eje ideológico frente a nuevas rupturas de comportamiento electoral

Desde la transición española, en el comportamiento electoral del electorado español ha estado latente de manera predominante la ruptura dual derecha-izquierda como factor fundamental explicativo del voto. En la actualidad, tras la llegada de nuevos partidos políticos, nuevos discursos y nuevos escenarios político sociales, parecen haber entrado en juego nuevos ejes de ruptura que pueden dar explicación a una parte importante del voto. Es el caso de “los de abajo frente a las de arriba”, “la casta frente al pueblo” o lo viejo frente a lo nuevo. Nuevas rupturas originadas también fruto de la brecha generacional que nos permiten comprender de manera más completa el comportamiento electoral del presente.

No obstante, pese a la aparición de estas nuevas rupturas, el eje izquierda-derecha no parece estar en orden de desaparecer; en todo caso dispuesto convivir con los nuevos ejes o rupturas que van a explicar el voto en este nuevo sistema de partidos. En este sentido, y continuando con los resultados vistos hasta ahora, el barómetro postelectoral del CIS de mayo de 2016 pregunta a los sujetos encuestados entre qué partidos dudó a la hora de decantar su voto. La tabla adyacente sintetiza las respuestas más

⁸ Si observamos la pregunta 10 del Barómetro del CIS enero 2016 por preguntas cruzadas por variable ideológica, hallamos el cruce de etiquetas ideológicas con la escala ideológica. Podemos comprobar que “progresistas” se consideran quienes tienen una ideología entre 1 y 5. Sin embargo, para liberales queda algo más repartida, pero no obstante predomina entre aquellos sujetos que se autoubican entre el 4 y el 7 de la escala ideológica. Ver: http://datos.cis.es/pdf/Es3124rei_A.pdf

frecuentadas entre ese 25%⁹ de la población que dudó entre varias formaciones políticas a la hora de decantar su voto final.

Tabla II. Partidos o coaliciones que más duda suscitaron al electorado a la hora de votar el 20D.

Partidos	Porcentaje y número de votantes estimados	Ítems ideológicos de la escala 1 a 10 donde más suscitó duda
PP/Ciudadanos	16,9% (852.000)	Ítems 6 a 10
PSOE/Podemos	11,6% (585.000)	Ítems 1 a 4
PSOE/Ciudadanos	9,6% (484.000)	Ítems 3 a 6
Podemos/IU	9,3% (469.000)	Ítems 1 a 3
Podemos/Ciudadanos	8,4% (438.000)	Ítems 3 a 5
PP/PSOE	6,2% (312.000)	Ítems 5 a 7

Fuente: Barómetro postelectoral del CIS de mayo de 2016. Pregunta 28a. Elaboración propia.

En vista de los resultados que la tabla II nos muestra, la duda de voto más frecuente fue originada en el bloque ideológico de la derecha, en concreto entre PP y Ciudadanos (ítems 6 a 10 de la escala). La segunda controversia a la hora de votar que más se dio entre los españoles y españolas se produjo en el bloque de la izquierda (entre PSOE y Podemos), fundamentalmente entre quienes se ubican en los ítems 1 a 4 de la escala ideológica. Este hecho viene a reforzar nuestra hipótesis inicial de trabajo, pues tienen que ver directamente con el eje ideológico como explicativo del voto e identificativo de las cuatro formaciones mayoritarias y su electorado. De igual modo responde al eje ideológico el 9,3% de votantes que dudó entre Podemos e IU. Sin embargo,

⁹ La pregunta 28ª del CIS postelectoral de mayo de 2016 fue respondida por 1650 sujetos de los 6242 entrevistados, lo que supone alrededor de un 25% de los mismos.

las dos últimas controversias expuestas en la tabla ya atienden a la ruptura nuevo-viejo.

DISCUSIÓN

Aunque para algunos autores (Alonso y Adell, 2011), las ideologías ya no sirvan como sustento para propuestas programáticas, ni tan siquiera para diferenciarse de los adversarios políticos, este trabajo vuelve a sentenciar que la procedencia del voto en nuestro país tiene una destacada motivación ideológica, también en el presente, pese a la llegada de nuevas fuerzas políticas y la configuración de un nuevo sistema de partidos.

A tenor de lo expuesto a lo largo de este trabajo, podemos extraer una serie de conclusiones o ideas generales que serán de utilidad para el planteamiento de nuevas estrategias electorales y futuros estudios políticos. Primeramente, ha quedado clarificado que la ciudadanía es capaz de autoubicarse ideológicamente y de ubicar a los partidos políticos en la escala ideológica. Además, hemos podido comprobar cómo el voto a cada partido en las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015, cabe explicado en base a un patrón ideológico concreto. Es decir, generalmente quien se considera de izquierdas votó a partidos de izquierdas, del mismo modo que ocurrió con votantes de derecha; quedando el centro en una disputa más reñida. Esto no es solo una pauta común en el voto, sino que al preguntar a la ciudadanía por la simpatía que le despiertan los diferentes partidos, el patrón de respuesta viene siendo el mismo que con el voto, incluso si se le pregunta por su intención de voto ante futuras elecciones generales¹⁰.

Por bloques ideológicos, hemos comprobado con diferentes datos cómo el centro derecha español se comienza a disputar entre PP y Ciudadanos aunque en menor medida respecto del liderazgo por la izquierda española, que es una clara pugna entre PSOE y Podemos. Por el contrario, el centro ideológico no se rige por el predominio de ningún partido, sino que se reparte casi en partes alcuotas entre los cuatro principales partidos. Lo llamativo de este análisis es que la suma de Podemos y PSOE por la

¹⁰ Para esta última cuestión, puede verse la pregunta 16 del Barómetro del CIS de enero de 2016. Estudio nº 3124

izquierda, y PP-Ciudadanos por la derecha, dibuja dos bloques que se asemejan bastante a los existentes anteriormente en la etapa bipartidista.

En síntesis, los datos extraídos de este trabajo constatan que el eje izquierda-derecha en nuestro país no ha desaparecido con la llegada de las nuevas fuerzas políticas, sino más bien se ha reestructurado, verificando así nuestra hipótesis de partida. La aparición de nuevas rupturas como lo “nuevo” frente a lo “viejo” convive ya con la tradicional ruptura de izquierda y derecha tan presente en nuestro país. El nuevo sistema de partidos resultante en las urnas ha sido encajado por la propia ciudadanía en el modelo ideológico del voto característico de nuestro comportamiento electoral. De esta manera observamos que nuevos partidos se han sumado a los bloques ideológicos, circunstancia que podría reconducir la volatilidad electoral en España, para futuras convocatorias electorales, a pasar de ser interbloque (de PP a PSOE y viceversa) a un futuro *intrabloque*, donde votantes de una ideología tienen la opción de escoger entre más de un partido dentro de su bloque ideológico. El centro político permanece siendo la gran incógnita, pues no parece que ningún partido consiga destacar significativamente por encima del resto, ni siquiera Ciudadanos que persigue tal pretensión.

Los resultados del trabajo podrían conducir a replantear las estrategias electorales de cara a la conquista del voto mayoritario de entre quienes se ubican en un mismo bloque ideológico, sin olvidar intentar atraer al votante de centro, que siempre resultó decisivo para las grandes victorias electorales en nuestro país. En cualquier caso, este *paper* ha evidenciado que, en España, pese al cambio de sistema de partidos y la consolidación de nuestra democracia, la ideología todavía mantiene pese y sentido, cuanto menos, política y electoralmente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, M. A. y Adell, A. (2011). *Marketing Político 2.0. Lo que todo candidato necesita saber para ganar las elecciones*. Barcelona: Gestión 2000.
- Anduiza, E. y Bosch, A. (2009). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Ariel.

- Gastromil, A. R. (2008). Treinta años de elecciones democráticas (1977-2004): ¿Cómo votan los españoles? *IX Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*, Murcia: 17-19 de septiembre de 2008.
- Campbell, A., Guring, G. y Miller, W. E. (1954). *The Voter Decides*. Row: Evaston: Peterson & Co.
- Campbel, A. Converse, P. Warren, E. Miller y Stokes, D. (1960). *The American voter*. Nueva York, Wiley&Sons.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York: Harper and Row.
- González, J. J. y Bouza, F. (2009). *Las razones de voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Hinich, M. J. y Munger, M.C. (1994). *Ideology and the Theory of Political Choice*. Ann Arbor: University Of Michigan Press.
- Holm, J. D. y Robinson, J.P. (1978): "Ideological Identification and the American Voter". *The Public Opinion Quarterly*, Vol.42 n° 2.
- Lipset, S. M y Rokkan, S. (2001, v.o 1967). "Cleavage structures, party systems and voter alignments", en Lipset, S.M y Rokkan, S. (eds.) *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. Nueva York: The Free Press.
- Likjphart, A. (1994). *Electoral Systems and Party Systems*. Oxford: Oxford University Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. y Hazel G. (1944 3a ed. 1968). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Nueva York: Columbia University Press.
- Martín, L. (2002). *Márketing político. Arte y Ciencia de la persuasión*. Barcelona: Paidós.
- Moreno, A. (1999). Ideología y voto: dimensiones de competición política en México. *Política y Gobierno*, vol.VI, núm.1.pp.45-81.
- Popkin, Samuel L. (1994): *The Reasoning Voting. Communication and Persuasion in Presidential Campaign*. Chicago: The University of Chicago Press
- Sartori, G. (2005 v. o 1976): *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*. Madrid: Alianza