

La participación política de los jóvenes uruguayos



Universidad
Católica del
Uruguay

Facultad de Ciencias Humanas
Departamento de Ciencias Sociales y Políticas



Konrad
Adenauer
Stiftung

La participación política de los jóvenes uruguayos

AUTORES

Pablo Mieres
Ignacio Zuasnabar

COLABORADORAS

María Inés Martínez
Valentina Pereira

Mieres, Pablo

La participación política de los jóvenes uruguayos / Pablo Mieres, Ignacio Zuasnabar; colaboradores María Jesús Martínez, Valentina Pereira. – Montevideo : Fundación Konrad Adenauer : Universidad Católica del Uruguay, 2012.

112 p.

ISBN 978-9974-8289-6-4

1. Participación política. 2. Jóvenes. 3. Uruguay. I. Título.
II. Zuasnabar, Ignacio.

CDD 323.352

© 2012 KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG e. V.,
UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL URUGUAY

KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG e. V.
Klingelhöferstr. 23
D-10785 Berlín
República Federal de Alemania
Tel.: (49-30) 269 96 453
Fax: (49-30) 269 96 555

FUNDACIÓN KONRAD-ADENAUER,
OFICINA URUGUAY
Plaza de Cagancha 1356, Oficina 804
11100, Montevideo
Uruguay
Tel.: (598) 2902 0943/ -3974
Fax: (598) 2908 6781
e-mail: info.montevideo@kas.de
www.kas.de

Editor responsable
Hans-Hartwig Blomeier

Asistente de redacción
Manfred Steffen

Diseño de tapa
Servicio Universitario de Información,
Secretaría de Comunicaciones, Universidad
Católica del Uruguay

Corrector
Alejandro Coto

Armado
Stella Fernández

Impreso y encuadernado
en **Mastergraf srl**
Gral. Pagola 1823 - Tel. 2203 4760
11800 Montevideo, Uruguay
e-mail: mastergraf@netgate.com.uy

Depósito Legal 360.783 - Comisión del Papel
Edición amparada al Dec. 218/96

ISBN 978-9974-8289-6-4

Impreso en Uruguay - Printed in Uruguay

Esta publicación se distribuye exclusivamente sin fines de lucro, en el marco de la cooperación internacional de la Fundación Konrad Adenauer. Los textos que se publican son de la exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento de los editores. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido con inclusión de la fuente.

Sumario

PRESENTACIÓN	9
PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN.....	13
I. LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA	
DESDE UNA PERSPECTIVA TEÓRICA.....	15
1. Contexto democrático y socialización política	
en América Latina.....	15
2. Participación política de los jóvenes.....	17
3. Participación política en Uruguay	19
II. LA METODOLOGÍA UTILIZADA.....	21
III. LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA	
DE LOS JÓVENES URUGUAYOS	23
1. Involucramiento político	24
2. Los valores políticos de los jóvenes	29
3. Actitudes y opiniones hacia los partidos políticos.....	37
4. Las formas de participación política de los jóvenes.....	43
5. Los jóvenes uruguayos y las redes sociales	51
IV. LA OPINIÓN DE LOS DIRIGENTES JUVENILES	
SOBRE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS JÓVENES...	61
1. Sobre las características y motivaciones	
de los dirigentes juveniles.....	61
2. Sobre la opinión de los dirigentes juveniles	
acerca del interés de los jóvenes en la política.....	63
3. Sobre la relación de los jóvenes y de los adultos	
con la política y sus similitudes y diferencias.....	65

4.	Sobre la participación de los jóvenes en comparación con otras sociedades.....	66
5.	Sobre la opinión de los jóvenes acerca de los partidos	63
6.	Sobre las alternativas de participación política de los jóvenes.....	70
7.	Sobre la política como tema de las relaciones sociales juveniles	74
8.	Sobre las redes sociales como forma de participación de los jóvenes.....	75
9.	Sobre cómo aumentar la participación política de los jóvenes.....	79
V.	LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS JÓVENES EN PERSPECTIVA INTERNACIONAL COMPARADA.....	85
1.	Involucramiento político	86
2.	Valoración de la democracia.....	88
3.	Valoración de los partidos políticos	91
4.	Fuentes de información	92
VI.	CONCLUSIONES	95
1.	Los jóvenes y la sociedad uruguaya	96
2.	Las diferencias entre los diferentes grupos de jóvenes	100
3.	Los jóvenes uruguayos y los jóvenes de la región	103
	BIBLIOGRAFÍA.....	105
	ANEXOS	
	ANEXO I: Preguntas de la encuesta.....	107
	ANEXO II: Pauta de entrevistas a dirigentes juveniles.....	111
	ANEXO III: Entrevistados	113

Presentación

Si entendemos la democracia como un sistema de gobierno y a su vez como una forma de convivencia, no cabe duda de que una condición fundamental para su funcionamiento es una ciudadanía activa, responsable y participativa. Analizar con rigor académico y visión política en qué medida esta participación es una realidad o tan solo un postulado se convierte entonces en un imperativo o una tarea imprescindible para poder entender y descifrar la sustentabilidad y fortaleza de esta democracia.

Es importante tener elementos de juicio que vayan más allá de impresiones subjetivas, prejuicios o meras *sensaciones térmicas* en esta materia, ya que el grado de participación activa, involucramiento y compromiso de la ciudadanía en la democracia son pilares fundamentales.

El enfoque de este estudio en los ciudadanos jóvenes agrega una componente más: analizar la participación política de los jóvenes es la mirada al futuro, es una especie de pronóstico de salud de la democracia: un mayor grado de desinterés o una menor participación de los jóvenes serían indicadores preocupantes en cuanto al vigor de la democracia y sus perspectivas de futuro mientras que jóvenes activos y comprometidos con la política —en todas sus dimensiones— permiten tener una cuota de razonable optimismo respecto a la capacidad de adaptación y desarrollo democrático.

El enfoque de este estudio cumple con ambos objetivos: el rigor académico está garantizado por el perfil de los investigadores, todos con reconocida y amplia trayectoria, y por la misma Universidad Católica, con la cual la Fundación Konrad Adenauer coopera en el Uruguay desde hace muchos años.

La visión política está contemplada en el enfoque del estudio, en las entrevistas realizadas y en las conclusiones descritas.

Con esta publicación ponemos el material sobre la mesa. La lectura, las conclusiones y acciones que desde allí deberían emprenderse son las tareas pendientes

que les corresponden a las instituciones y los líderes políticos, económicos y sociales, tanto adultos como jóvenes.

El Uruguay tiene una larga tradición democrática y los resultados de este estudio demuestran que también existe un fundamento sólido. Esto, sin embargo, no debería ser un indicador de despreocupación sino más bien un llamado a un renovado y constante esfuerzo tanto desde la dirigencia actual como para los jóvenes de hoy y mañana de hacer de esta democracia un bien común, un valor a cuidar y desarrollar con creatividad y dedicación permanente.

Hans-Hartwig Blomeier
Representante en Uruguay
Fundación Konrad Adenauer

Prólogo

Este libro aborda el problema de la participación política desde una perspectiva generacional y analiza los patrones de participación de los jóvenes uruguayos. La participación política es un tema central para la ciencia política en la academia internacional. La tendencia a la disminución lo convierte en un problema político prioritario en las democracias occidentales. En los países en que el voto o el registro para votar no son obligatorios, la participación política en general y de los jóvenes en particular muestra una preocupante disminución en las últimas décadas.

La extensa tradición democrática y el hecho de que tanto el registro para votar como el voto sean obligatorios, convierten al Uruguay en un estudio de caso teóricamente importante y empíricamente atractivo para comprender los comportamientos y tendencias de los jóvenes frente a al tema de su participación política. Aunque el país no presenta variación respecto de la participación política de los jóvenes, se observan variaciones respecto de intereses y preferencias en materia política. Al respecto, este libro ofrece un primer paso necesario e importante: una descripción exhaustiva, que se anima en cada capítulo, con prudencia científica y necesario rigor, a sugerir explicaciones preliminares que enriquecen nuestra capacidad para explicar los patrones de los fenómenos analizados.

El libro presenta el análisis desde diferentes ángulos que permiten un ejercicio comparativo rico e interesante. La comparación de los jóvenes con otros grupos de edad emula una comparación longitudinal para comenzar a comprender cómo los patrones de participación han cambiado de generación en generación en el país. La comparación con otros países latinoamericanos permite establecer las especificidades de los patrones de participación de los uruguayos y observar las diferencias en una región cuyos países tienen un récord democrático y, por ende, de participación política muy heterogéneo. Finalmente, el análisis desde la perspectiva de los dirigentes

políticos juveniles ofrece un abordaje interesante de las dinámicas y mecanismos políticos por detrás de la participación efectiva.

El Departamento de Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Católica destaca a los dos autores, profesores de la casa, por el esfuerzo riguroso en el abordaje de este tema, que constituye un paso más en una serie de volúmenes que se han editado con el indispensable y valioso apoyo de la Fundación Konrad Adenauer sobre diversos problemas políticos contemporáneos del Uruguay en perspectiva comparada. Esperemos que este esfuerzo se convierta en un aporte valioso al debate académico y político en el Uruguay y, por qué no, en la región.

Juan A. Bogliaccini

Departamento de Ciencias Sociales y Políticas
Universidad Católica del Uruguay

Introducción

Este estudio tiene como objetivo analizar la participación política de los jóvenes uruguayos. En tal sentido, se realiza un análisis de las principales actitudes políticas de los jóvenes uruguayos, sus valores políticos, las actitudes y vínculos con los partidos y la política, así como las motivaciones de su participación.

El estudio se organiza en torno a seis capítulos. En el primero de ellos se presenta una breve síntesis de los marcos teóricos utilizados para estudiar la participación política juvenil en la investigación académica contemporánea. En el segundo capítulo se detalla la metodología utilizada en esta investigación.

El tercer capítulo presenta los resultados de la encuesta aplicada a nivel nacional sobre la participación política de los jóvenes uruguayos. Se analizan el nivel de involucramiento político de los jóvenes uruguayos, sus valores políticos, las actitudes y opiniones hacia los partidos, las diversas formas y niveles de la participación política juvenil y la relación de los jóvenes uruguayos con las redes sociales.

Este análisis se organiza en dos partes: por un lado, las diferencias y similitudes entre los comportamientos y actitudes de los jóvenes con respecto a los demás grupos de edad y, por otro lado, las diferencias de comportamientos y actitudes entre los diferentes conjuntos de jóvenes, tomando como referencia las características socioeconómicas de estos, así como las propias conductas políticas.

El cuarto capítulo presenta la visión que los dirigentes juveniles de las organizaciones políticas y sociales poseen sobre la participación política de los jóvenes uruguayos. En este capítulo, los mismos temas que se analizaron mirando los resultados de la encuesta, se observan ahora desde la perspectiva y la opinión de los dirigentes juveniles.

En el quinto capítulo se realiza un breve análisis comparado de las conductas y actitudes de los jóvenes uruguayos respecto a las actitudes y conductas de los jóvenes latinoamericanos, tomados en conjunto.

Finalmente, el sexto capítulo se dedica a establecer las principales conclusiones de esta investigación y sus posibles consecuencias sobre las estrategias de los partidos políticos.

I. La participación política desde una perspectiva teórica

1. **Contexto democrático y socialización política en América Latina**

En América Latina la política y las formas de hacer política están cambiando profundamente.

Una de las dimensiones de este cambio tiene que ver con el proceso de consolidación democrática en la región, que ya lleva un cuarto de siglo ininterrumpido (lo cual es mucho para una región fuertemente convulsionada y con grandes oscilaciones democrático-autoritarias durante la mayor parte del siglo XX).

El arraigo de la democracia en la región tiene que ver con construcciones institucionales que lucen razonablemente sólidas (o en proceso de solidificación) en la mayoría de los países del continente. Pero fundamentalmente tiene que ver con rasgos culturales. Sin la expansión y consolidación de una cultura política democrática, la construcción institucional resultaría obviamente débil.

En este punto los países latinoamericanos presentan una gran heterogeneidad de punto de partida. Las *historias democráticas* del continente han sido muy diversas. Hay países como Uruguay, Chile o Costa Rica que tienen una trayectoria que ha permitido que los valores democráticos estén fuertemente extendidos en el entramado social. Hay otros en los cuales la democracia tiene una construcción formal, pero la mayor parte de los ciudadanos han vivido buena parte del tiempo bajo regímenes autoritarios, y para los cuales este *juego de la democracia* es una aventura relativamente reciente.

Sin embargo, más allá de la heterogeneidad de las historias y trayectorias del siglo XX, hay un punto de partida que puede considerarse común mirando hacia el futuro. En todos los países del continente existe hoy una generación que ha sido socializada en democracia, en un marco de mayores libertades políticas y, en general, en contextos de crecimiento económico. Esta es una homogeneidad actual que no se había registrado durante todo el siglo XX.

La interrogante que está por detrás de este asunto es determinar cuáles son los efectos de la socialización política *en democracia* sobre la construcción de valores políticos. ¿En qué medida esta nueva generación está desarrollando valores y rasgos de cultura política que puedan considerarse reforzadores de los avances democráticos? ¿Y cuáles son las principales amenazas?

De acuerdo con una de las teorías más extendidas sobre socialización política (Inglehart, 1997), el proceso de formación de valores se explica por dos hipótesis básicas: la hipótesis de la escasez (la tendencia a desarrollar valores orientados a las cosas que son escasas en el entorno) y la hipótesis de socialización (la tendencia a que los valores desarrollados en un contexto determinado tiendan a permanecer a lo largo del tiempo, incluso un buen tiempo después de que operen cambios en el contexto original).

Estas hipótesis son las que explican el proceso de cambio intergeneracional de valores. Si efectivamente los valores tienden a permanecer en el tiempo, entonces analizando las estructuras de valores de las nuevas generaciones se podrá tener una aproximación razonablemente buena del sentido en el que se puede mover la estructura de valores del conjunto de la sociedad en el futuro (o al menos del sentido y la intensidad en que contribuye el cambio intergeneracional al conjunto).

De aquí se deriva la relevancia que tiene para América Latina comenzar a interpretar cuáles son los valores y las actitudes hacia la política desarrollados por esta nueva generación de jóvenes. Y desde el punto de vista de las prácticas políticas es relevante comprender estos procesos para intervenir adecuadamente en ellos desde la comunicación, tanto en campañas electorales como de gobierno.

Algunos trabajos recientes han estudiado el efecto del contexto de socialización en algunos de los valores democráticos y han encontrado una asociación positiva al menos en la dimensión de tolerancia social (Catterberg y Zuasnabar, 2009). Pero, desde una perspectiva más amplia, los resultados parecen ser más ambiguos.

Este proceso de consolidación democrática de los últimos 25 años también ha incluido un conjunto importante de contradicciones. En varios países se han detectado procesos de *desilusión*, no solo con la democracia como forma de gobierno, sino fundamentalmente con sus resultados económicos.

Y también, estos años de vida democrática han registrado fuertes amenazas para algunos de los principales agentes políticos, como los propios partidos. En algunos países del continente (Venezuela, Argentina) los sistemas de partidos prácticamente implosionaron. En otros, se han enfrentado a problemas importantes para representar intereses de electorados cambiantes.

Pero en todos los casos estos cambios y desafíos (sobre todo pensando en el futuro) se asocian en buena medida a la juventud.

2. *Participación política de los jóvenes*

Desde hace algunas décadas, buena parte de la producción académica sobre la participación política de los jóvenes se ha basado en la premisa de que los jóvenes no participan en política, o que lo hacen más débilmente que las generaciones anteriores. Algunos autores han asumido posiciones *catastrofistas* (Martín, 2006), en línea con los trabajos de Putnam (1995, 2000) sobre el deterioro del capital social en distintos países, y vinculados a los procesos de desafección política (Torcal y Montero, 2006) que afectarían particularmente (aunque no exclusivamente) a los jóvenes.

Más recientemente, sin embargo, han comenzado a emerger trabajos que miran el proceso desde perspectivas más benévolas. Por ejemplo, el trabajo de Rossi (2010) analiza una buena cantidad de casos exitosos de participación juvenil a nivel global y discute entonces la idea extendida sobre la existencia de una apatía generalizada. En España, Galais afirma que:

las cohortes más jóvenes no están invariablemente más desinteresadas por la política, y que por el contrario [...] son capaces de presentar casi tanta predisposición a la curiosidad por lo público como las cohortes adultas [...]. Esto descarta que en un futuro el reemplazo generacional pueda llevarnos inevitablemente a un panorama de mayor desinterés político que el que existe actualmente. [Galais, 2012, pp. 15-16]

Otros trabajos centran el debate más bien en la noción de un cambio en las formas de participación política de los jóvenes. No es que los jóvenes no participen o que lo hagan menos que sus antecesores, sino que quizás lo hacen en formas diferentes.

Estas nuevas formas de participación tendrían algunas características particulares que, a veces, generan ciertos niveles de rechazo en las generaciones más adultas, que no logran decodificarlas como mecanismos válidos. Por ejemplo, en general las nuevas modalidades de participación juvenil implican una cierta aversión por lo institucional. De acuerdo con Carrano, «los jóvenes tienden a involucrarse más en causas que en instituciones» (Carrano, 2012, p. 24). Y en la misma línea Alejandro y Escobar expresan que:

[...] los jóvenes están buscando al margen de las instituciones los medios y las formas de expresar su sentir [...] parecen huir de los medios institucionales en tanto que los ubican como medios agresivos y lejanos a su realidad. [Alejandro y Escobar, 2009, p. 105]

¿Cuáles son los motivos de este aparente alejamiento de lo institucional? Algunos autores ponen énfasis en debilidades o características de las propias

instituciones. La escasa participación de los jóvenes no sería responsabilidad exclusiva de estos, sino que se explicaría porque los jóvenes no encuentran en las instituciones espacios adecuados para participar y quedan, así, relegados por la *adultocracia* (Aguiar, 2012).

Otros enfoques ponen énfasis en cambios culturales y de valores producidos en los propios jóvenes, que se expresan en distintos elementos. Por ejemplo, los jóvenes parecen tener una fuerte demanda por participación directa y horizontal en la toma de decisiones, cosa que en formatos institucionales tradicionales (jerárquicos, verticales) no siempre es posible. Por otro lado, los jóvenes están orientados a la búsqueda de resultados que tengan ciertos componentes de inmediatez: «adhieren a acciones colectivas que les permitan controlar los procesos decisorios, y cuyos resultados no sean postergados para un futuro lejano» (Carrano, 2012, p. 24),¹ cosa que tampoco parece frecuente en instituciones más tradicionales.

Pero, independientemente de las causas, estos cambios en las formas y en las prácticas implican, desde esta perspectiva, la necesidad de rediscutir y ampliar el concepto de participación política. La dicotomía entre participación *convencional* y *no convencional* parece superada, en la medida en que buena parte de las prácticas históricamente *no convencionales* empiezan a transformarse en *convencionales*, y viceversa. Y en este contexto parece más razonable tomar la idea de Martín que consiste en tratar la participación política con los criterios más amplios posibles de forma que incluya «todas las formas disponibles para los ciudadanos» (Martín, 2006, p. 4).

Esto no implica cejar en el esfuerzo por estructurar ciertas categorías de clasificación. El propio Hernández propone una clasificación de los tipos de participación juvenil en: a) electoral (voto); b) de *calle* (en manifestaciones o acciones directas); c) persuasiva (firma de peticiones, intentos de influir en políticos o en medios de comunicación); y d) partidos políticos (afiliación o militancia) (Hernández, 2006, p. 6). Sería interesante también incluir una participación *expresiva*, como forma de diferenciar espacios de participación virtuales (redes sociales, etc.) que hoy están cobrando fuerza en la juventud, aunque perfectamente esta participación *expresiva* podría ser una subcategoría de la *persuasiva* propuesta por Hernández.

Otra de las dimensiones relevantes para abordar un trabajo sobre participación política de los jóvenes tiene que ver con que, por lo general, se entiende a los jóvenes como una categoría homogénea, lo que constituye un error (Aguiar, 2012; Tellez, 2012). Por el contrario, la juventud esconde una heterogeneidad similar a la del conjunto de la población en innumerables variables. El uso de la categoría de modo genérico simplifica excesivamente una realidad que es mucho más diversa y,

¹ El éxito en participación juvenil de movimientos sociales como Un Techo para Mi País está asociado a estas dimensiones.

por tanto, empobrece el análisis. Más allá de analizar las diferencias de los jóvenes con el resto de la población, también es necesario profundizar en las heterogeneidades propias del segmento.

3. Participación política en Uruguay

Uruguay ha mostrado en los últimos 25 años algunos rasgos distintivos en el contexto latinoamericano en cuanto a la fortaleza de su cultura política y sus valores democráticos. Los estudios comparados de opinión pública como el Latinobarómetro o el LAPOP así lo han confirmado en todos sus estudios.

Sin embargo, el tema de la participación política de los jóvenes y, más globalmente, las actitudes políticas de los jóvenes, está en el tapete. Por un lado, se encuentra en Uruguay una actividad política *envejecida*, con espacios relativamente limitados para los jóvenes. Esto no es un problema exclusivo de la actividad política sino del conjunto de la sociedad (también se da, por ejemplo, en el mundo empresarial), pero quizá en la actividad política la situación sea más notoria.

Por otro lado, existe una creciente desmovilización de la población joven, que es visible en todos los partidos pero quizás mayormente en el Frente Amplio. Este partido, el de mayor crecimiento en el Uruguay en los últimos 25 años y actualmente en el gobierno, tiene una estructura de participación basada entre otras cosas en centros barriales llamados *comités de base*, que en la recuperación democrática (1984 en adelante) fueron núcleos centrales de la movilización política, en buena medida juvenil. Actualmente, sin embargo, la participación global en los comités de base ha disminuido significativamente y es casi inexistente en estos la participación de jóvenes.

Paralelamente, a través de los nuevos medios de comunicación (SMS y redes sociales) se han generado nuevas formas de comunicación y participación política, mayoritariamente impulsada por jóvenes.

No es claro que exista una disminución global en la aproximación de los jóvenes a la política o si más bien se trata de un cambio de mecanismos de participación e involucramiento, que se traslada desde los mecanismos tradicionales de participación con mucha actividad presencial hacia nuevos formatos que incluyen modalidades *a distancia* soportadas por los nuevos medios de comunicación.

Todos los partidos políticos uruguayos, más allá del propio Frente Amplio, se han mostrado particularmente preocupados en los últimos tiempos por buscar formas de contemplar estas nuevas formas de participación de las nuevas generaciones. Algunos han desarrollado mecanismos institucionales que incluyen competencia electoral (elección de jóvenes del Partido Nacional); otros lo hacen desde elementos más simbólicos que sustantivos. Pero en todos los casos la preocupación por la participación juvenil está presente.

El problema puede llegar a no ser menor. En países que también son considerados democracias estables, como Chile, se ha registrado en los últimos años un fuerte distanciamiento del electorado joven respecto a la política. Solo por citar un ejemplo, una proporción muy importante de los jóvenes chilenos directamente no está inscrita en el padrón electoral, por lo que la participación electoral del segmento es inferior a la del resto de la sociedad.

Tampoco está claro, en el caso chileno, en qué medida esto representa un alejamiento de la política en el sentido amplio, o se trata de un distanciamiento únicamente respecto a los partidos políticos o incluso, todavía más específicamente, del propio mecanismo de competencia a través de elecciones. Ello se debe a que, paralelamente a la baja inscripción en el padrón electoral, se han producido en Chile mecanismos de participación política no partidizados cuando se trata de movimientos en torno a temas puntuales (por ejemplo, el conflicto por la reforma educativa).

Desde el punto de vista de los partidos, entender bien el fenómeno de la relación entre los jóvenes y la política es central para evaluar la situación y tomar las medidas adecuadas. Si se trata de un problema de vínculo con la política en un sentido amplio, o de desconfianza en los partidos, o de cambio en las modalidades de participación, son situaciones diferentes que llevan a estrategias diferentes.

Este estudio, en suma, analiza algunas dimensiones básicas del vínculo entre jóvenes y política. La idea general es evaluar en qué medida la edad genera diferencias significativas en las orientaciones del público en estas distintas dimensiones.

Para el análisis de esta información se consideran cuatro segmentos de edad. La cohorte joven está determinada por las personas entre 18 y 29 años, la cohorte de adultos jóvenes es la que tiene entre 30 y 39 años, la generación intermedia es la que tiene entre 40 y 59 años, y los adultos mayores los que tienen 60 años y más.

La primera cohorte (18 a 29 años en 2012) está integrada por jóvenes nacidos de 1983 en adelante, por lo que es socializada políticamente ya en plena democracia. La recuperación democrática en Uruguay se produjo en 1984 con las elecciones presidenciales de octubre de ese año, y el primer gobierno de la nueva democracia asumió el 1.º de marzo de 1985. Esto significa que, en términos de socialización política, el grueso de los jóvenes actuales atravesó este proceso durante la década del noventa.

II. La metodología utilizada

El estudio se ha basado en la utilización de dos componentes metodológicos. Por un lado, la realización de encuestas de opinión a la población general y, por otro, la realización de entrevistas en profundidad a jóvenes dirigentes de organizaciones partidarias y sociales.

El diseño de investigación estableció la realización de una sucesión de encuestas de opinión que permitió medir las opiniones de los jóvenes en tres mediciones sucesivas a lo largo del año 2012.

Este diseño ha permitido aislar potenciales impactos de coyuntura, como por ejemplo cuando en mayo de 2012 el Partido Nacional realizaba una elección de autoridades jóvenes y pocas semanas después el Frente Amplio llevaba adelante una elección interna para elegir nuevas autoridades en las que podían votar personas de 14 años y más. La realización de encuestas en un único momento de tiempo podía estar cargada de efectos coyunturales.

Por ello se resolvió fragmentar el relevamiento en tres períodos durante el año 2012. El universo de estudio está constituido por todas las personas de 18 años y más, residentes en ciudades de diez mil habitantes o más de todo el país.

Los resultados acumularon tres mediciones construidas cada una de ellas con base en una muestra probabilística polietápica de alrededor de 700 casos, con control de cuotas de sexo y edad ² en la selección final del entrevistado.³ La encuesta fue realizada cara a cara en el propio domicilio de los entrevistados. Se aplicó un cuestionario constituido básicamente por preguntas cerradas que incluía, además de las variables centrales del estudio, otras variables de caracterización social política. Las preguntas

² La utilización de cuotas permite que la estructura de la muestra esté ajustada en términos etarios al parámetro poblacional y asegura que no se produzca una subrepresentación de la población joven.

³ El margen de error máximo esperado para una muestra de estas características es de 3,7% en más y en menos dentro de un intervalo de confianza de 95% para un escenario de $p = q = 50\%$.

utilizadas se transcriben en los cuadros correspondientes en el análisis de los resultados y en uno de los anexos se presenta el formulario aplicado.

La primera medición se realizó entre el 28 de abril y el 17 de mayo, la segunda se llevó a cabo entre el 2 y el 16 de julio, y la tercera entre el 29 de agosto y el 11 de setiembre de 2012.

En total se relevaron 2.123 casos (701 en la fase I, 712 en la fase II y 710 en la fase III), de los cuales 469 (22%) fueron jóvenes de 18 a 29 años.

El análisis que se presenta toma, por un lado, al conjunto de la muestra sumando las tres mediciones para la comparación entre los comportamientos de los jóvenes y del conjunto de la sociedad y toma la submuestra de jóvenes (18 a 29 años) como universo para estudiar las diferencias de comportamiento entre las diferentes categorías de jóvenes. Esta estrategia es consistente con el enfoque exploratorio y descriptivo de este estudio.

La investigación se completó con una serie de entrevistas a dirigentes juveniles de partidos políticos y de organizaciones sociales aplicando la técnica de entrevistas en profundidad. En los anexos aparece la pauta de entrevista aplicada y la lista de dirigentes juveniles entrevistados, así como sus organizaciones de pertenencia.

III. La participación política de los jóvenes uruguayos

A continuación se presentan los principales resultados de la encuesta aplicada, organizados en cinco capítulos. En cada uno de los temas analizados se incluye una comparación entre los comportamientos y actitudes de los jóvenes y del conjunto de la población uruguaya, a los efectos de determinar las diferencias o coincidencias. A su vez, se analizan los comportamientos y actitudes de los diferentes grupos de jóvenes, analizados desde el punto de vista de sus diferentes perfiles socioeconómicos y de sus actitudes y comportamientos políticos.

El primer capítulo analiza los niveles de involucramiento político de los jóvenes. En este sentido, se estudia el grado de interés que manifiestan los jóvenes en la política y mediante qué intermediarios se informan sobre los asuntos políticos.

El segundo capítulo recorre las posturas de los jóvenes uruguayos con respecto a un conjunto de valores políticos. En particular se releva la opinión de estos sobre la valoración de la democracia y se analiza el posicionamiento ideológico que tienen.

En el tercer capítulo se analizan las actitudes y opiniones de los jóvenes sobre los partidos políticos y otras organizaciones sociales. Se mide el grado de cercanía e identificación que tienen con los partidos y otras organizaciones, se registra su opinión sobre la actuación de los partidos políticos y se evalúa hasta qué punto creen que los partidos representan intereses de diferentes colectivos sociales.

En el cuarto capítulo se miden las formas de participación política de los jóvenes uruguayos. Se analizan las diferentes modalidades de participación y su frecuencia y también se comparan los diferentes grados de compromiso en la participación política de los jóvenes.

Finalmente, en el quinto capítulo se pone el énfasis en el uso de las redes sociales por los jóvenes a la hora de informarse y participar de asuntos o cuestiones políticas.

1. *Involucramiento político*

El involucramiento político es evaluado básicamente a través del interés en la política. Casi un quinto de los jóvenes uruguayos (19 %) manifiestan *mucho* o *bastante* interés en la política, mientras que casi la mitad asumen que el interés que sienten es *poco* (49 %) y casi un tercio (31 %) directamente afirman que no tienen ningún interés en política.

Cuando se compara el nivel de interés con el del resto de las generaciones se aprecia una diferencia significativa. En las tres generaciones de edades mayores —de 30 a 39 años, de 40 a 59 años y de 60 y más años— los niveles de interés que se registran son mayores. Si se suman las categorías *mucho interés* y *bastante interés*, los valores alcanzan al 28 % en el grupo de edad de 30 a 39 años y 34 % en los dos grupos de mayor edad.

Estos datos expresan que, entre los jóvenes, aquellos que manifiestan interés en política son alrededor de diez puntos porcentuales menos que los interesados en los restantes grupos de edad.

Es posible señalar dos reflexiones respecto a estos datos. En primer lugar, que la relación del interés con la política y la edad no es lineal. Existe una clara diferencia entre los niveles de interés en la generación más joven y el resto de los grupos de edad, pero entre estos los niveles de interés son prácticamente similares.

En segundo lugar, los resultados alcanzados a nivel general indican que el grado de interés en la política en nuestro país no es muy elevado. La sociedad uruguaya en su conjunto no muestra porcentajes muy altos de ciudadanos con interés político: solo tres de cada diez uruguayos declara tener mucho o bastante interés en política.

Pero, de todos modos, los resultados indican que esta situación se hace más aguda entre los jóvenes, con una diferencia de alrededor de diez puntos porcentuales que es significativa.⁴

⁴ Es posible que esta distancia sea meramente *declarativa*. Históricamente la sociedad uruguaya es vista como una sociedad *politizada*. Fútbol y política son las dos principales pasiones nacionales. La política es parte de la identidad de los uruguayos. Estudios de opinión muestran que en general los niveles de información política de los uruguayos son relativamente altos, cosa que contrasta con la declaración de niveles relativamente bajos de interés en el tema. Sin embargo, los eventuales motivos por los cuales los uruguayos subdeclararían sus verdaderos niveles de interés en política no están claros.

CUADRO 1. INTERÉS EN LA POLÍTICA SEGÚN EDAD

Pregunta: «Personalmente, ¿la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Mucho	7	7	9	13	9
Bastante	12	21	25	21	21
Poco	49	44	36	32	39
Nada	31	25	28	33	30
Ns/Nc	1	2	1	1	1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta nacional de Equipos-MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

1.1. El interés en política según el perfil socioeconómico de los jóvenes

Los niveles de interés en la política no son homogéneos entre las diferentes categorías de jóvenes. El nivel educativo muestra actitudes muy diferentes: entre aquellos de menor educación, el interés en la política apenas alcanza al 6%, mientras que entre los jóvenes de educación terciaria el interés alcanza al 46%. Entre los jóvenes de educación media el interés en política se sitúa entre el 11 y 20%, según se trate del ciclo básico o el segundo ciclo.

CUADRO 2. INTERÉS DE LOS JÓVENES EN LA POLÍTICA, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

Pregunta: «Personalmente, ¿la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?»

	PRIMARIA O MENOS	SECUNDARIA CICLO BÁSICO	SECUNDARIA SEGUNDO CICLO	TERCIARIA O UNIVERSITARIA	TOTAL
Mucho	4	3	8	17	7
Bastante	2	8	12	29	12
Poco	46	49	58	41	49
Nada	47	39	21	12	31
Ns/Nc	1	1	1	1	1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta nacional de Equipos-MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer

La misma tendencia se registra, como era de esperar, cuando se analiza el interés en la política de los jóvenes distinguiendo el nivel socioeconómico. Los jóvenes de NSE bajo que se manifiestan interesados en la política son el 9%, mientras que entre los de NSE alto alcanzan al 41% y los de sectores medios registran el 23%.

También existe una diferencia en los resultados cuando se analiza el interés en la política entre los jóvenes de Montevideo y del interior del país, aunque esta diferencia es menos acentuada que en el caso de las dos variables anteriores. Entre los jóvenes montevideanos el 24% manifiestan tener mucho o bastante interés en la política, mientras que este porcentaje se reduce al 15% entre los jóvenes del Interior.

CUADRO 3. INTERÉS DE LOS JÓVENES EN LA POLÍTICA, SEGÚN GÉNERO Y ÁREA DE RESIDENCIA

Pregunta: «Personalmente, ¿la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?»

	MASCULINO	FEMENINO	MONTEVIDEO	INTERIOR URBANO	TOTAL
Mucho	8	5	9	5	7
Bastante	13	12	15	10	12
Poco	52	46	45	51	49
Nada	26	36	29	33	31
Ns/Nc	1	1	1	1	1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta nacional de Equipos-MORI. Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer

Finalmente, la diferencia por género es prácticamente inexistente. Entre los varones jóvenes el interés en la política alcanza al 21%, mientras que entre las mujeres jóvenes se registra el 17%.

1.2. Los medios de información política

Los medios por los que los jóvenes se informan tienen similitudes pero también diferencias con los del resto de la sociedad. En el conjunto de la población uruguaya la televisión es la principal fuente de información política: es mencionada por cuatro de cada cinco uruguayos (81%). En un segundo lugar aparece la radio con 46%, significativamente más abajo pero igualmente ocupando un lugar de preeminencia. Esto muestra que los medios tradicionales están lejos de haber sido sustituidos como principales mecanismos de información política en la sociedad actual. Reafirmando lo anterior, en el cuarto lugar, apenas levemente detrás de la familia (28%) se ubican

los diarios y revistas, mencionados como fuente de información política por un 25 % de los ciudadanos.

Por debajo de estos medios surge Internet (18 %) y aparecen algunos grupos secundarios: los amigos (20 %), los compañeros de trabajo (11 %), los compañeros de estudio (3 %), y en esta misma dimensión las redes sociales (6 %).

Estos datos demuestran que la red de relaciones interpersonales continúa siendo un ámbito de intermediación política relevante, en la medida que los diferentes interlocutores interpersonales aparecen con frecuencias más o menos importantes.

Por su parte, las redes sociales, que parecen tener un gran impacto en la agenda política, tienen un efecto por ahora marginal como mecanismo de información política. Apenas uno de cada veinte uruguayos lo utiliza actualmente como un recurso de información en la materia.

Entre los jóvenes la situación presenta algunos matices, aunque no grandes cambios.

La televisión es, con igual intensidad que en el conjunto de la población, el medio más utilizado (80 %). Pero la radio (33 %) comparte el segundo lugar con la familia (33 %) e Internet (27 %).

De hecho, una de las diferencias más fuertes entre los jóvenes y el resto de la población está dada precisamente por el uso de la radio como fuente de información política. Existe una fuerte relación lineal en el uso de la radio como fuente de información política: a medida que aumenta la edad, aumenta la importancia de la radio en esta materia. La relación es tan intensa que en la generación de mayor edad (60 y más) el porcentaje alcanza al 55 %, se reduce al 51 % en el grupo de 40 a 59 años y desciende fuertemente al 37 % entre los de 30 a 39 años para llegar al 33 % entre los jóvenes.

En síntesis, no es que la radio no sea un componente importante en la información política de los jóvenes (de hecho se encuentra compartiendo el segundo lugar). Pero no tiene un lugar tan fuerte como entre las generaciones anteriores.

La otra diferencia significativa tiene que ver con el uso de Internet. Entre los jóvenes, algo más de uno de cada cuatro (27 %) utilizan Internet como mecanismo de información política, mientras que el porcentaje cae a menos de la mitad (11 %) entre los adultos mayores. En este caso, también existe una relación lineal, pero en sentido inverso al de la radio; en los grupos de edad intermedia declaran que usan Internet como instrumento de información política un 22 % de los que tienen entre 30 y 39 años y un 16 % de aquellos entre 40 y 59 años.

El contraste entre el peso de la radio e Internet entre los dos grupos de edad más extremos es notorio. Entre las personas de mayor edad la frecuencia del uso de la radio como fuente de información política es cinco veces mayor al de Internet (55 % y 11 % respectivamente), mientras que entre los jóvenes ambos medios se presentan casi al mismo nivel (33 % radio, 27 % Internet).

El uso de las redes sociales como fuente de información política sigue la misma tendencia que el uso de Internet. Está fuertemente asociada a la edad en sentido inverso: a mayor edad, menor uso de estos medios. Uno de cada diez jóvenes (11 %) afirma informarse políticamente a través de las redes sociales Twitter o Facebook, mientras que este porcentaje desciende a 3 % entre los de 60 años y más.⁵

CUADRO 4. FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE POLÍTICA, SEGÚN EDAD (% QUE MENCIONA)

Pregunta: «¿Cómo se informa usted de los asuntos políticos?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Con la familia	33	29	28	24	28
Con los amigos	19	19	22	20	20
Con mis compañeros de trabajo	11	17	15	5	11
Con mis compañeros de estudio	8	3	3	1	3
Por la radio	33	37	51	55	46
Por los diarios/revistas	23	21	25	28	25
Por Internet	27	22	16	11	18
Por la televisión	80	81	80	82	81
Por las redes sociales (Twitter, Facebook)	11	7	6	3	6
Otros	0	0	1	1	1
Ninguno	4	2	1	1	2

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

1.3. Los tipos de fuentes de información política de los jóvenes

Si clasificamos las fuentes de información política en categorías más generales, se observa que el 40 % de los jóvenes solo se informan a través de los medios de comunicación tradicionales; un 21 % adicional se informan a través de las relaciones interpersonales y de los medios de comunicación tradicionales, y un 5 % solo se informan a través de las relaciones interpersonales.

⁵ También desciende, entre los de mayor edad, la proporción de los que se informan políticamente a través de compañeros de estudio o de trabajo, pero esto tiene que ver básicamente con que en este segmento hay una proporción mucho menor de personas que estudian o que trabajan (jubilados).

De modo que dos tercios de los jóvenes uruguayos se informan de política a través de los medios de comunicación tradicionales o de sus relaciones interpersonales.

Apenas el 1 % de los jóvenes se informan exclusivamente a través de las nuevas tecnologías (Internet, Facebook o Twitter) y un 2 % adicional combinan las nuevas tecnologías con las relaciones interpersonales. Finalmente, el 16 % de los jóvenes recogen información de todas las fuentes relevadas.

El análisis por el perfil socioeconómico de los jóvenes presenta algunas peculiaridades. Los jóvenes de mayor educación tienden a diversificar más las nuevas tecnologías y a utilizar todas las fuentes de información política, mientras que los de educación más baja se concentran en las relaciones interpersonales y los medios de comunicación tradicionales (83 %). Los jóvenes con formación terciaria o universitaria usan más las nuevas tecnologías (52 %) y declaran usar todas las fuentes de información (37 %).

Algo similar ocurre con el nivel socioeconómico. El 54 % de los jóvenes de NSE bajo solo se informan a través de las relaciones interpersonales o de los medios de comunicación tradicionales, mientras que este porcentaje se reduce entre los jóvenes de NSE alto a 22 %. Mientras que entre los jóvenes de NSE alto el uso de las nuevas tecnologías alcanza al 57 %, entre los jóvenes de NSE bajo el porcentaje se reduce a 38 %.

2. Los valores políticos de los jóvenes

Para la evaluación de los valores políticos se considera, en primer lugar, la clásica pregunta de Juan Linz de apoyo a la democracia. Consistentemente con lo que muestran los estudios comparados de opinión pública, la democracia alcanza un fuerte consenso entre los uruguayos. Tres de cada cuatro (75 %) afirman que *la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno*. Casi uno de cada siete (13 %), por el contrario, apoyarían un gobierno autoritario *en algunas circunstancias* y una minoría (9 %) asumen la posición escéptica: *a la gente como yo nos da lo mismo un régimen democrático o no democrático*.

No existen prácticamente diferencias de opinión entre los diferentes grupos de edad. Entre los jóvenes el apoyo a la democracia se ubica en el 72 % mientras que un 11 % podrían preferir un régimen autoritario y el 13 % se manifiestan indiferente ante esta disyuntiva.

El análisis comparado por grupos de edad confirma que no existen diferencias significativas de opinión sobre este tema en la sociedad uruguaya. Solo podría afirmarse que existe un leve incremento de la posición escéptica entre los más jóvenes, que alcanza al 13 %, mientras que entre los de mayor edad ese porcentaje desciende al 6 %, pero no se trata de diferencias significativas.

En términos generales, estos datos ratifican la información del fuerte apoyo al sistema democrático que impera en todos los sectores de la sociedad uruguaya.

CUADRO 5. ACTITUDES HACIA LA DEMOCRACIA, SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno	72	76	74	79	75
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser	11	11	16	12	13
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	13	9	8	6	9
Ns/Nc	4	3	3	3	3
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

2.1. Actitud hacia la democracia según el perfil socioeconómico de los jóvenes

La opinión de los jóvenes sobre el valor de la democracia muestra diferencias según el nivel educativo. La valoración de la democracia aumenta con el nivel educativo de manera significativa; pasa del 58 % entre los de menor educación al 83 % entre los de educación terciaria.

Si bien en todos los grupos de jóvenes la mayoría tiene una valoración positiva de la democracia, entre los de menor educación la suma de los que dicen no tener preferencia y los que están dispuestos a aceptar un gobierno autoritario supera el tercio (36 %). En los restantes niveles educativos los resultados se alinean en forma más contundente a favor del valor positivo de la democracia.

CUADRO 6. ACTITUDES HACIA LA DEMOCRACIA
SEGÚN NIVEL EDUCATIVO DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?»

	PRIMARIA O MENOS	SECUNDARIA CICLO BÁSICO	SECUNDARIA SEGUNDO CICLO	TERCIARIA Y UNIVERSITARIA	TOTAL
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno	58	70	77	83	72
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser	16	13	5	10	11
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	20	14	14	5	13
Ns/Nc	6	3	4	2	4
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/ Fundación Konrad Adenauer.

Las opiniones son mucho menos diferentes cuando analizamos a los jóvenes según su nivel socioeconómico. Con la excepción del NSE alto, en donde el apoyo a la democracia alcanza a 89 %, entre los jóvenes de NSE bajo y medio no se registran diferencias significativas y sus respuestas son casi idénticas a las del conjunto de los jóvenes. Siete de cada diez apoyan la opción democrática y solo uno de cada diez admite la alternativa autoritaria.

CUADRO 7. ACTITUDES HACIA LA DEMOCRACIA,
SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?»

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno	72	71	89	72
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser	13	11	4	11
A la gente como uno nos da lo mismo un régimen democrático	10	16	4	13
Ns/Nc	5	3	4	4
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Tampoco se registran diferencias de opinión en este tema entre las mujeres y los varones jóvenes. Entretanto, la distinción Montevideo-Interior no presenta grandes diferencias con respecto a los niveles de apoyo a la democracia, pero se registra una diferencia entre los indiferentes: esta actitud es más frecuente entre los jóvenes montevideanos (17%) que entre los jóvenes del Interior (10%).

**CUADRO 8. ACTITUDES HACIA LA DEMOCRACIA
SEGÚN GÉNERO Y LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS JÓVENES**

Pregunta: «¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?»

	MASCULINO	FEMENINO	MONTEVIDEO	INTERIOR	TOTAL
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno	72	72	70	73	72
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser	14	9	9	13	11
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	12	14	17	10	13
Ns/Nc	2	5	4	2	4
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta nacional de Equipos MORI. Universidad Católica del Uruguay/ Fundación Konrad Adenauer.

La valoración de la democracia entre los jóvenes uruguayos también está asociada al interés en la política. En efecto, entre los jóvenes que manifiestan interés en la política el apoyo a la democracia alcanza valores superiores al 80%, mientras que entre los que no poseen interés en la política este porcentaje se reduce al 65%. Justamente, entre los jóvenes no interesados en política las opiniones de indiferencia crecen hasta el 20%.

2.2. La identificación ideológica

El otro componente de valores políticos evaluado en la investigación es el de la autoidentificación ideológica, utilizando la clásica pregunta que solicita al encuestado que se ubique en una escala de 1 a 10, en la que el valor 1 corresponde a la izquierda y 10 a la derecha.

Una primera lectura de la información tiene que ver con las distribuciones ideológicas en sí mismas. Como se puede apreciar, las generaciones más jóvenes (tanto la joven como la de adultos jóvenes) tiene una orientación más izquierdista que el resto de la población. Estos cambios ideológicos son el trasfondo de los cambios

en el sistema de partidos uruguayo de las últimas décadas, han sido frecuentemente analizados por la academia y no constituyen en este punto un hallazgo sobre el que corresponda profundizar en este momento.⁶

Pero, a los efectos de esta investigación, la hipótesis preexistente no tenía que ver con la dirección de las orientaciones ideológicas, sino fundamentalmente con su existencia o no. Si la idea del distanciamiento de los jóvenes con la política es correcta, una de las dimensiones donde este distanciamiento podría expresarse es la ideología.

¿Son los jóvenes uruguayos menos «ideologizados» que el resto de la sociedad? A la luz de la información aquí presentada, no aparece evidencia que apoye esta idea. El porcentaje de jóvenes que resiste a identificarse ideológicamente (10%) es igual al del resto de los grupos de edad. El 90% de los jóvenes manifiesta algún tipo de orientación ideológica, proporción que es muy similar a la de la población total y a la del resto de las generaciones.

Ocasionalmente se asume como hipótesis que una parte de los electores que se ubican en el *centro* de la escala en realidad son electores más bien desideologizados que resisten las ubicaciones extremas y que encuentran en el centro de la escala una respuesta socialmente más aceptable que la desideologización. Pero nuevamente, cuando se compara la proporción de jóvenes que se autodefinen de *centro* con el promedio de la población del país, los resultados son muy similares (29% de los jóvenes y 28% del total de la población).

⁶ Una de las teorías más difundidas sobre el crecimiento del Frente Amplio en Uruguay tenía que ver con el reemplazo intergeneracional: en la medida en que las generaciones más jóvenes eran más «frentistas» que las anteriores y, por contrapartida, las generaciones mayores (que gradualmente iban desapareciendo) eran fundamentalmente votantes de partidos tradicionales, el simple reemplazo generacional significaba un impulso fuerte al crecimiento de la izquierda. A su vez, puede agregarse el efecto «clima político» en la medida que las nuevas generaciones se socializan en un ambiente político predominantemente frenteamplista, particularmente en la última década (Mieres, 2010).

CUADRO 9. AUTOIDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA, SEGÚN EDAD

Pregunta: «A continuación le voy a mostrar una tarjeta con una escala de izquierda a derecha donde 1 es izquierda y 10 es derecha. Usted puede utilizar cualquier casillero en función de dónde se ubique políticamente. ¿Dónde se ubicaría en esta escala?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Izquierda	14	13	13	12	13
Centroizquierda	26	28	23	16	22
Centro	29	30	30	26	28
Centroderecha	16	13	16	17	16
Derecha	5	7	11	19	12
Ns/Nc	10	9	7	10	9
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Por lo tanto, los jóvenes uruguayos no se diferencian del resto de la población en sus niveles de ideologización; tanto los porcentajes de los que resisten ubicarse ideológicamente como los que se ubican en el centro son prácticamente iguales a los que registran los otros grupos de edad.

Sin embargo, existen diferencias apreciables referidas al tipo de preferencias ideológicas de los jóvenes. En efecto, el 40% de los jóvenes se ubican a la izquierda o centroizquierda del espectro ideológico, igual que el grupo de edad de 30 a 39 años (41%); mientras que en los dos grupos de mayor edad este porcentaje se reduce a 36% entre los de 40 a 59 años y al 28% entre los mayores de 60 años. La situación inversa ocurre entre los que se identifican a la derecha del espectro ideológico, entre los jóvenes son solo el 21%, igual que los de 30 a 39 años (20%) mientras que entre los de 40 a 59 años aumentan levemente al 27% y crecen más fuertemente entre los mayores de 60 años alcanzando el 36%.

2.3. La identificación ideológica según el perfil socioeconómico de los jóvenes

El análisis de la identificación ideológica según las diferentes categorías de jóvenes indica que la identificación hacia la izquierda es mayor entre los jóvenes de menor nivel educativo (51%) y se reduce entre los jóvenes de los restantes niveles educativos; en el mismo sentido, los jóvenes que se identifican a la derecha del espectro ideológico se reducen sustantivamente entre los jóvenes de menor nivel educativo (8%). Por otro

lado, los porcentajes de jóvenes que se identifican en el centro del espectro ideológico aumentan entre aquellos de mayor nivel educativo (34% y 31% respectivamente).

CUADRO 10. AUTOIDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA DE LOS JÓVENES SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

Pregunta: «A continuación le voy a mostrar una tarjeta con una escala de izquierda a derecha donde 1 es izquierda y 10 es derecha. Usted puede utilizar cualquier casillero en función de dónde se ubique políticamente. ¿Dónde se ubicaría en esta escala?»

	PRIMARIA O MENOS	SECUNDARIA CICLO BÁSICO	SECUNDARIA SEGUNDO CICLO	TERCIARIA Y UNIVERSITARIA	TOTAL
Izquierda	20	13	17	7	14
Centroizquierda	31	25	13	36	26
Centro	25	28	34	31	29
Centroderecha	6	19	20	16	16
Derecha	2	7	6	3	5
Ns/Nc	16	8	10	7	10
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Esta estructura de opiniones se mantiene en el análisis según el NSE de los jóvenes. En efecto, tal como ocurre con la educación, las identificaciones con la izquierda son sensiblemente más altas entre los jóvenes de NSE bajo (46%), mientras que se reducen sustancialmente entre los jóvenes de NSE alto (26%).

Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre con el nivel educativo, entre los jóvenes de NSE alto las identificaciones con las posiciones de centroderecha son muy altas (37%); mientras que los jóvenes de sectores medios se ubican más hacia el centro del espectro ideológico (32%).

CUADRO 11. AUTOIDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA DE LOS JÓVENES SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO

Pregunta: «A continuación le voy a mostrar una tarjeta con una escala de izquierda a derecha donde 1 es izquierda y 10 es derecha. Usted puede utilizar cualquier casillero en función de dónde se ubique políticamente. ¿Dónde se ubicaría en esta escala?»

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Izquierda	20	11	4	14
Centroizquierda	26	26	22	26
Centro	24	32	30	29
Centroderecha	12	16	37	16
Derecha	4	7	4	5
Ns/Nc	14	8	4	10
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI. Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Las tendencias también se observan al analizar las variables de género y lugar de residencia. Los jóvenes varones muestran porcentajes de identificación hacia la izquierda diez puntos más altos (45%) que las jóvenes mujeres (35%) y los jóvenes de Montevideo también registran posturas de identificación ideológica más altas hacia la izquierda (45%) con respecto a los jóvenes del Interior (36%).

CUADRO 12. AUTOIDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA DE LOS JÓVENES SEGÚN GÉNERO Y LUGAR DE RESIDENCIA

Pregunta: «A continuación le voy a mostrar una tarjeta con una escala de izquierda a derecha donde 1 es izquierda y 10 es derecha. Usted puede utilizar cualquier casillero en función de dónde se ubique políticamente. ¿Dónde se ubicaría en esta escala?»

	MASCULINO	FEMENINO	MONTEVIDEO	INTERIOR	TOTAL
Izquierda	15	13	15	13	14
Centroizquierda	30	22	29	23	26
Centro	26	31	30	28	29
Centroderecha	15	18	14	18	16
Derecha	7	4	5	6	5
Ns/Nc	8	11	7	12	10
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI. Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

La estructura de opiniones en los indicadores sociales permite establecer que las identificaciones ideológicas de izquierda son más fuertes entre los jóvenes de NSE y educación bajos, de género masculino y de Montevideo. Mientras que estas identificaciones se reducen en forma significativa entre los jóvenes de educación y NSE altos, de género femenino y del Interior del país.

3. Actitudes y opiniones hacia los partidos políticos

En la dimensión de actitudes y opiniones hacia los partidos políticos se utilizaron tres indicadores básicos. Por un lado, la fortaleza de las identidades partidarias, en segundo lugar una tipología de identificación partidaria construida a partir de las escalas de cercanía a los distintos partidos y, finalmente, un indicador de confianza en organizaciones políticas y sociales.

3.1. Fortaleza de las identidades partidarias

Consultados los uruguayos sobre el grado en que se identifican con algún partido político, el escenario parece dividirse en tres tercios algo desiguales. El menor de los tercios (29%) está compuesto por aquellos que se sienten *simpatizantes fuertes* de algún partido, el tercio intermedio (35%) por los que se manifiestan *simpatizantes a secas*, y el otro tercio (35%) manifiestan que no tienen simpatías definidas por ningún partido político en particular.

Cuando se analizan estos datos en función de la edad de los entrevistados, las diferencias son importantes. Entre los jóvenes es una minoría de 19% (casi uno de cada cinco) los que tienen identificación fuerte con algún partido político. La proporción de identificados fuertes aumenta linealmente con la edad, y casi se duplica en la generación mayor (35%). De hecho entre los mayores constituye el tercio más grande, mientras que entre los más jóvenes apenas llega a un quinto.

Por el contrario, entre los jóvenes la proporción de ciudadanos sin identificación (43%) es el porcentaje más alto y este va disminuyendo en la medida que aumenta la edad, hasta un 29% entre los mayores de 60 años.

La conclusión es clara. Los niveles de identificación de los jóvenes con los partidos son significativamente menores que los del promedio del electorado y particularmente menores con respecto a los que registra la generación de más edad.

CUADRO 13. FORTALEZA DE LAS IDENTIDADES PARTIDARIAS SEGÚN EDAD

Pregunta: «Sin importar del partido que se trate, ¿Usted se considera simpatizante fuerte de algún partido, simpatizante a secas o no tiene simpatías definidas por ningún partido?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Simpatizante fuerte	19	27	29	35	29
Simpatizante a secas	37	31	36	34	35
No tiene simpatías definidas	43	39	34	29	35
Ns/Nc	1	3	1	2	2
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

3.2. Fortaleza de las identidades partidarias según perfil socioeconómico de los jóvenes

El análisis de la fortaleza de las identidades partidarias entre los jóvenes permite concluir que estas no varían significativamente entre las diferentes categorías sociales.

En efecto, los niveles de identificación con los partidos se mantienen en forma bastante pareja entre los diferentes niveles educativos y de NSE. Tampoco existen diferencias de comportamiento en este aspecto según género ni según el lugar de residencia. Solo es posible indicar que entre los jóvenes de NSE más alto se expresan niveles de simpatía con los partidos más elevados que en los demás grupos sociales; en efecto el porcentaje de los que no manifiestan simpatía se reduce al 25% en ese grupo de jóvenes.

3.3. Tipología de las identificaciones partidarias

Una tipología construida a partir de escalas de cercanía independientes para los distintos partidos políticos permite evaluar que la proporción de jóvenes *no cercanos* a ningún partido político es de 30%, bastante superior a la proporción que se encuentra en la generación de 60 años y más (20%).⁷

⁷ El análisis de los resultados por partido es consistente con los cambios en el electorado ya mencionados cuando se analizaron las orientaciones ideológicas: mayor cercanía a la izquierda (Frente Amplio) entre los jóvenes y esta disminuye significativamente entre las generaciones mayores. Lo contrario ocurre con los partidos históricos.

Sin embargo, a diferencia de lo que ocurría con las simpatías partidarias, en este caso no existe una tendencia lineal entre los grupos de edad. En efecto, los porcentajes de encuestados que manifiestan no sentirse cercanos a ningún partido son prácticamente idénticos entre los jóvenes que entre los grupos de edad intermedia, 29 % en ambos grupos (30 a 39 años y 40 a 59 años).

CUADRO 14. TIPOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Usted se siente muy cercano, cercano, ni cercano ni lejano, lejano o muy lejano del Partido Colorado? ¿Y del Partido Nacional? ¿Y del Frente Amplio?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Cercano solo al PC	6	8	9	16	10
Cercano solo al PN	16	15	17	21	18
Cercano solo al FA	40	42	35	28	35
Cercanías múltiples (más de un partido)	9	7	11	15	11
No cercanos	30	29	29	20	26
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

A su vez, la manifestación de cercanía hacia los diferentes partidos muestra que entre los jóvenes y los adultos jóvenes predomina la cercanía hacia el Frente Amplio (40 y 42 % respectivamente), mientras que la cercanía hacia los partidos históricos se ubica en 22 y 23 % respectivamente.

Por el contrario, entre los mayores de 60 años los porcentajes se invierten, la cercanía hacia el Frente Amplio se reduce al 28 % y con respecto a los partidos históricos llega a 37 %.

Entre los diferentes grupos socioeconómicos de jóvenes no se observan mayores diferencias, con la excepción del grupo de jóvenes de menor educación en los que se observa un porcentaje más alto de cercanía al Frente Amplio (54 %) y en sentido contrario entre los jóvenes de NSE alto, en que los niveles de cercanía se reducen por debajo del promedio (32 %).

3.4. Confianza en los partidos políticos

El estudio también interrogó a los ciudadanos sobre el nivel de confianza que depositan en los partidos políticos y en otras organizaciones.

Los partidos políticos no parecen ser actores principales en el espacio simbólico de la confianza institucional de los uruguayos. Aunque estudios comparados muestran que esto es así en buena parte del planeta y particularmente en América Latina, incluso con mayor intensidad que en Uruguay, lo cierto es que cuando uno mira la realidad uruguaya en sí misma hay otros actores que son depositarios de más confianza que los partidos políticos.

Los medios de comunicación (42%) y las organizaciones sociales (41%) son los dos tipos de actores que reciben mayores niveles de confianza, seguidos en un segundo plano por la Iglesia (33%) y más atrás los partidos políticos (24%) e Internet (24%).

Sin embargo, el análisis por grupos de edad muestra algunas diferencias importantes en la estructura de confianza.

Entre los jóvenes la confianza en los medios de comunicación alcanza también el primer lugar con el 38%, proporción levemente inferior a la del conjunto de la sociedad. Pero las organizaciones sociales reciben una confianza menor al conjunto (36% contra 41%), y además tiene una preeminencia mucho mayor Internet, que alcanza casi la misma línea que las organizaciones sociales con un 33%. La confianza en los partidos (17%) y en la Iglesia (25%) es sensiblemente más baja entre los jóvenes que entre el conjunto de la población.

Por el contrario, entre los de mayor edad tres de las cinco instituciones obtienen altos y parejos niveles de confianza: los medios de comunicación (46%), la Iglesia (44%) y las organizaciones sociales (44%). Los partidos reciben la confianza del 29% de los mayores de edad (es el grupo en donde obtienen más confianza) e Internet ocupa el último lugar con apenas 16%.

Como se puede apreciar, entre los jóvenes la situación es exactamente inversa.⁸

Particularmente con relación a los partidos políticos, objeto de esta investigación, aunque no se detecta una relación lineal, la confianza en estos disminuye conjuntamente con la edad. Entre los jóvenes alcanza al 17%, doce puntos por debajo de la que se registra en la generación de adultos mayores (29%), mientras que es creciente entre los grupos de edad intermedia (19 y 23% respectivamente).

⁸ Se podría ilustrar el contraste diciendo que los adultos mayores pasan cierto tiempo en la Iglesia y rara vez entran a Internet, y que los jóvenes pasan mucho tiempo en Internet y rara vez entran en la Iglesia.

CUADRO 15. CONFIANZA EN PARTIDOS POLÍTICOS Y OTRAS ORGANIZACIONES (% DE *MUCHO* + *BASTANTE*), SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Usted diría que confía mucho, bastante, poco o nada en...»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Partidos políticos	17	19	23	29	24
Medios de comunicación	38	44	38	46	42
La Iglesia	25	30	33	44	33
Las organizaciones sociales	35	41	43	44	41
Internet	33	25	23	16	24

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Por último, más allá de las diferencias específicas de confianza en cada uno de estos actores, hay variaciones importantes en la confianza promedio. Salvo en el caso de Internet, la generación mayor es más confiada que la más joven en todas las instituciones y actores mencionados. En sentido contrario, los más jóvenes registran niveles de confianza más bajos que el total en todos los casos con la excepción de Internet. Por lo tanto, los jóvenes parecen más descreídos que las generaciones anteriores, con la excepción de Internet que, significativamente, es la institución contemporánea de los propios jóvenes.

3.5. *La confianza en los partidos según el perfil socioeconómico de los jóvenes*

La confianza en los partidos aumenta con el nivel educativo de los jóvenes. Solo el 13 % de los jóvenes con educación primaria confían en los partidos, mientras que ese porcentaje llega al 21 % entre los jóvenes con educación terciaria o universitaria.

Las diferencias por NSE, género y lugar de residencia son mínimas y, en términos generales, los niveles de confianza de los jóvenes en los partidos son bajos en todos los perfiles de jóvenes.

Sin embargo, la confianza de los jóvenes en los partidos presenta ciertas diferencias según el tipo de identificación política y el interés en la política que manifiestan.

CUADRO 16. CONFIANZA DE LOS JÓVENES EN PARTIDOS POLÍTICOS SEGÚN TIPOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

Pregunta: «¿Usted diría que confía mucho, bastante, poco o nada en...»

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA	TOTAL
Cercano solo al PC	4	8	68	20	100
Cercano solo al PN	8	16	54	21	100
Cercano solo al FA	8	16	58	17	100
Cercanías múltiples (más de un partido)	13	15	67	5	100
No cercanos	0	3	47	46	100
Total	6	12	56	25	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI. Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

En un cuadro general de baja confianza en los partidos, los que no se sienten cercanos a ningún partido son, obviamente, los que menos confianza sienten por estas organizaciones políticas. Apenas el 3% manifiesta tener mucha o bastante confianza y el 93% señala que tiene poca o ninguna confianza en los partidos.

El interés en la política discrimina con mayor fuerza la opinión sobre la confianza en los partidos políticos. Entre los jóvenes que manifiestan tener mucho interés en la política la confianza en los partidos llega al 48%, pero se reduce radicalmente entre los que tienen bastante o poco interés en la política ubicándose en el 19% y 18% respectivamente, para llegar al 8% entre los que no tienen ningún interés en política.

Justamente, el 90% de los que no tienen ningún interés en la política tampoco tienen confianza en los partidos; mientras que entre los que tienen mucho interés en política el porcentaje de los que no confían en los partidos se reduce al 53%.

De todos modos, vale subrayar que aun entre los más interesados en política las opiniones críticas sobre la confianza en los partidos (53%) son más que las opiniones favorables (48%), lo que prueba la poca confianza que poseen los jóvenes en los partidos políticos.

3.6. Representatividad de los partidos políticos

Finalmente, se relevó en qué medida los partidos políticos representaban los intereses de ciertos grupos sociales. Los resultados muestran que para casi dos tercios de los encuestados los partidos políticos representan *poco o nada* el interés de los jóvenes (60%), las mujeres (57%) o las personas de tercera edad (65%). Las opiniones

son prácticamente iguales cuando se observan los diferentes grupos de edad. El 63 % de los jóvenes creen que los partidos no los representan y el 67 % de las personas de tercera edad creen lo mismo sobre su propio grupo de edad.

De modo que la evaluación negativa sobre la capacidad de representación de intereses de grupos sociales por los partidos es elevada, con independencia de los diferentes grupos de edad.

CUADRO 17. OPINIÓN SOBRE EL GRADO EN QUE LOS PARTIDOS REPRESENTAN INTERESES DE DIFERENTES GRUPOS SOCIALES (% DE POCO + NADA), SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Usted diría que los partidos políticos uruguayos representan mucho, bastante, poco o nada los intereses políticos de..?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Los jóvenes	63	59	61	57	60
Las mujeres	59	53	58	56	57
Las personas de la tercera edad	63	59	69	67	65

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

4. Las formas de participación política de los jóvenes

Los niveles de participación política se han evaluado utilizando una batería de tipos de actividades que implican diferentes niveles de involucramiento político.

Hablar de política con los amigos es una actividad que el 35 % de los uruguayos realizan frecuentemente (*mucho y bastante*). Por su parte, uno de cada cinco (20 %) dice que con frecuencia trabaja por un tema que lo afecta personalmente o a la comunidad, o que trata de convencer a alguien de lo que piensa políticamente (18 %), mientras que una proporción sensiblemente menor (9 %) trabajan para algún partido o candidato.

Cuando se comparan los jóvenes con el resto de la población, hay diferencias importantes en cuanto a la frecuencia con que se habla de política con los amigos. La proporción entre los jóvenes es de 23 %, es decir doce puntos más baja que en el promedio de la población.

Pero, en cambio, no hay diferencias apreciables cuando se comparan las otras tres actividades evaluadas. La proporción de jóvenes que trabajan por temas de preocupación comunitarios o individuales es de 18 %, los jóvenes que tratan de convencer políticamente a otros representan el 22 % y los que trabajan para un partido

son 7 %. En todos los casos los resultados son prácticamente iguales entre los jóvenes y en el conjunto de la población.

Entonces, salvo en el aspecto del diálogo con amigos, en los indicadores más *duros* que implican niveles de involucramiento más activos no parece haber diferencias significativas, lo que cuestiona algunos de los supuestos básicos sobre la existencia de una mayor desafección política entre los jóvenes.

En definitiva, los jóvenes están menos interesados en política y hablan menos de este tema con sus amigos, pero el subconjunto de jóvenes que participan más activamente en política es porcentualmente similar al del resto de la población.

CUADRO 18. DISTINTAS MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA (% DE *MUY FRECUENTEMENTE* + *FRECUENTEMENTE*), SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Con qué frecuencia hace usted cada una de las siguientes cosas?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Habla de política con los amigos	23	35	38	33	35
Trata de convencer a alguien de lo que usted piensa	22	17	15	14	18
Trabaja para un partido o candidato	7	7	10	7	9
Trabaja por un tema que lo afecta a usted o a su comunidad	18	21	24	15	20

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

4.1. *La frecuencia con que los jóvenes hablan de política, según su perfil socioeconómico*

Veamos ahora las características de los jóvenes uruguayos con respecto a cada uno de los indicadores de participación política.

Como es posible apreciar, los porcentajes de jóvenes que declaran hablar de política *muy frecuentemente* o *frecuentemente* son sustancialmente más elevados entre los jóvenes de nivel educativo alto (42 %), y se reducen a menos de la mitad entre los jóvenes de menor educación (18 y 16 % respectivamente).

CUADRO 19. HABLA DE POLÍTICA (% DE MUY FRECUENTEMENTE + FRECUENTEMENTE), SEGÚN PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Primaria y menos	18
Secundaria ciclo básico	16
Secundaria segundo ciclo	22
Terciaria y universitaria	42
NSE bajo	14
NSE medio	25
NSE alto	57
Masculino	29
Femenino	18
Montevideo	26
Interior	20
Total	23

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Lo mismo ocurre de manera más acentuada cuando se analiza este comportamiento según el NSE. Entre los jóvenes de NSE alto, el porcentaje de los que hablan de política con frecuencia llega al 57 %, mientras que entre los de NSE bajo se reduce al 14 %.

También se observan diferencias de género. Los jóvenes varones hablan con frecuencia de política (29 %) diez puntos más que las jóvenes mujeres (18 %). Las diferencias entre Montevideo e Interior son muy poco relevantes.

Hablar de política con frecuencia también presenta diferencias sustanciales según el interés en política de los jóvenes. Más del 50 % de los que manifiestan tener mucho o bastante interés en política declaran que hablan frecuentemente de política. Estos porcentajes se reducen al 21 % entre los que tienen poco interés en política y prácticamente desaparece (8 %) entre los que dicen no tener ningún interés en política.

Sin embargo, la cercanía a los partidos no discrimina las conductas sobre la frecuencia en hablar en política.

4.2. Trata de convencer a terceros sobre política, según perfil socioeconómico de los jóvenes

Los jóvenes de mayor nivel educativo y NSE tratan de convencer a terceros sobre cuestiones políticas con mayor frecuencia que los de menor nivel educativo y NSE; sin embargo, las diferencias son menos pronunciadas que las que se observan con respecto a la frecuencia con la que hablan de política.

Entre los jóvenes con educación terciaria y NSE alto, esta conducta alcanza a un tercio de ellos, mientras que entre los de baja educación y NSE esta conducta se reduce a menos del 20%. No existen diferencias de comportamiento por género o lugar de residencia.

CUADRO 20. TRATA DE CONVENCER A TERCEROS (% DE MUY FRECUENTEMENTE + FRECUENTEMENTE), SEGÚN PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Primaria y menos	17
Secundaria ciclo básico	18
Secundaria segundo ciclo	23
Terciaria y universitaria	34
NSE bajo	17
NSE medio	24
NSE alto	32
Masculino	23
Femenino	21
Montevideo	25
Interior	20
Total	22

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

La cercanía a partidos muestra diferencias de comportamiento. Entre los que declaran no sentirse cerca de ningún partido, la conducta de intentar convencer a terceros, como es previsible, se reduce al 11% y entre los que manifiestan cercanía con al menos un partido, los porcentajes oscilan entre 23 y 32%.

El interés en la política discrimina con mayor fuerza la frecuencia de tratar de convencer a terceros sobre asuntos políticos. Entre los que manifiestan mucho interés en política, el 53 % declara tratar de convencer a terceros; este porcentaje se reduce al 41 % entre los que tienen bastante interés en política y baja al 18 y 16 % respectivamente entre los que tienen poco o ningún interés en política.

4.3. *Trabaja por un tema que lo afecta o afecta a la comunidad, según perfil socioeconómico de los jóvenes*

En este caso, se trata de una conducta que no necesariamente posee una connotación política pero implica un indicador de preocupación por asuntos colectivos o comunitarios.

Las diferencias en los comportamientos son menos acentuadas. De hecho, la única variable que diferencia las conductas de los jóvenes es el nivel educativo. En efecto, los jóvenes de nivel educativo terciario o universitario manifiestan trabajar por temas que los afectan o que afectan a la comunidad en un nivel de 37 %, que duplica la frecuencia general registrada entre los jóvenes.

En las restantes variables las diferencias son de poca significación.

CUADRO 21. TRABAJA POR UN TEMA QUE LO AFECTA O AFECTA A LA COMUNIDAD (% DE MUY FRECUENTEMENTE + FRECUENTEMENTE), SEGÚN PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Primaria y menos	11
Secundaria ciclo básico	12
Secundaria segundo ciclo	18
Terciaria y universitaria	37
NSE bajo	13
NSE medio	20
NSE alto	22
Masculino	19
Femenino	17
Montevideo	22
Interior	15
Total	18

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

También se puede registrar una diferencia significativa entre los jóvenes que no manifiestan cercanía a ningún partido. Entre ellos, el trabajo por un asunto de interés personal o de la comunidad se reduce al 10%, mientras que entre los que manifiestan cercanía por uno o varios partidos los porcentajes se ubican entre 18 y 29%.

El interés en la política también permite distinguir los comportamientos de los jóvenes. Un 32% de los que tienen mucho o bastante interés en política manifiestan que trabajan por temas de su interés o de interés de la sociedad, mientras que el porcentaje se reduce a 15 o 14% entre los que tienen poco o ningún interés en política.

4.4. Trabaja para un partido o candidato

El análisis de esta conducta según los perfiles socioeconómicos de los jóvenes no registra diferencias significativas. La frecuencia de los casos de jóvenes que trabajan para un partido o candidato es baja (7%) y las variaciones se mantienen dentro de los márgenes de error para el tamaño muestral registrado.

No es posible establecer ninguna tendencia por perfil socioeconómico, lo que en sí mismo es una novedad porque indica que esta conducta, que es la de mayor involucramiento político, no está asociada a ninguna de las características sociales de los jóvenes y altera las tendencias que se registraban en los comportamientos anteriormente analizados.

CUADRO 22. TRABAJA PARA UN PARTIDO O CANDIDATO (% DE MUY FRECUENTEMENTE + FRECUENTEMENTE), SEGÚN PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Primaria y menos	5
Secundaria ciclo básico	6
Secundaria segundo ciclo	9
Terciaria y universitaria	9
NSE bajo	6
NSE medio	7
NSE alto	0
Masculino	6
Femenino	7
Montevideo	4
Interior	9
Total	7

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Sin embargo, ocurre otra cosa cuando se analiza esta conducta con respecto a las variables políticas. En efecto, tanto la cercanía a los partidos como el interés en la política son variables incidentes en la propensión a trabajar para un partido o candidato. Efectivamente, entre los que no se sienten cercanos a los partidos el porcentaje de los que declaran que trabajan para un partido o candidato se reducen al 1 %.

Por su parte, entre los que tienen mucho interés en política un 19 % declaran que trabajan para un candidato o partido, este porcentaje baja a 14 % entre los que tienen bastante interés en política, se ubica en el 6 % entre los que tienen poco interés en política y llega al 2 % entre los que no tienen ningún interés en política.

A su vez, como no podía ser de otra manera, también existe una fuerte correlación entre quienes declaran que trabajan para un candidato o partido y quienes suelen hablar de política con otros o tratan de convencer a terceros sobre asuntos políticos.

CUADRO 23. TRABAJA PARA UN PARTIDO O CANDIDATO (% DE MUY FRECUENTEMENTE + FRECUENTEMENTE), SEGÚN FRECUENCIA DE HABLA DE POLÍTICA

HABLA DE POLÍTICA	TRABAJA PARA UN PARTIDO			TOTAL
	MUY FRECUENTEMENTE O FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA O NUNCA	NO SABE O NO CONTESTA	
Muy frecuentemente y frecuentemente	71	20	18	23
Casi nunca o nunca	29	80	9	75
No sabe o no contesta	0	0	73	2
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI. Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

En efecto, siete de cada diez jóvenes que declaran trabajar para un partido o candidato en forma frecuente, también hablan frecuentemente de política y tratan de convencer a otros sobre temas políticos; mientras que ocho de cada diez de los que no trabajan para un partido o candidato tampoco hablan de política ni tratan de convencer a otros.

CUADRO 24. TRABAJA PARA UN PARTIDO O CANDIDATO (% DE *MUY FRECUENTEMENTE* + *FRECUENTEMENTE*), SEGÚN TRATA DE CONVENCER A TERCEROS SOBRE POLÍTICA

TRATA DE CONVENCER A TERCEROS	TRABAJA PARA UN PARTIDO			TOTAL
	MUY FRECUENTEMENTE O FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA O NUNCA	NO SABE O NO CONTESTA	
Muy frecuentemente y frecuentemente	70	19	9	22
Casi nunca o nunca	30	81	18	76
No sabe o no contesta	0	0	73	2
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
 Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Finalmente, también existe una asociación entre trabajar para un partido o candidato y la adhesión a la democracia. En efecto, entre los que trabajan para un partido o candidato el porcentaje de los que entienden que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno es del 90 % y no se registra ningún caso que admita la posibilidad de un gobierno autoritario; mientras que entre los que no trabajan para un partido los porcentajes de apoyo a la democracia disminuyen un poco y crecen las otras dos alternativas a 12 y 14 % respectivamente. De cualquier forma, los porcentajes de apoyo a la democracia siguen siendo fuertemente mayoritarios en todas las categorías.

CUADRO 25. TRABAJA PARA UN PARTIDO O CANDIDATO (% DE *MUY FRECUENTEMENTE* + *FRECUENTEMENTE*), SEGÚN OPINIÓN SOBRE LA DEMOCRACIA

OPINIÓN SOBRE LA DEMOCRACIA	TRABAJA PARA UN PARTIDO			TOTAL
	MUY FRECUENTEMENTE O FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA O NUNCA	NO SABE O NO CONTESTA	
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno	90	70	91	72
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser	0	12	0	11
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	10	14	0	13
No sabe o no contesta	0	4	9	4
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
 Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

5. Los jóvenes uruguayos y las redes sociales

Por último, el trabajo también evaluó la importancia que tienen las redes sociales para la información y comunicación política. Estos datos complementan el análisis realizado en el primer punto de este estudio, con preguntas más específicas sobre el uso de Twitter y Facebook en dos dimensiones: como herramienta para informarse sobre política y como herramienta para expresarse políticamente.

Los hallazgos confirman lo manifestado anteriormente: el uso de estas herramientas para finalidades políticas es aún minoritario. Un 11 % de la población ha utilizado Facebook para *informarse* políticamente, y solo un 2 % ha utilizado Twitter para lo mismo. Los porcentajes son aun más bajos cuando se consulta sobre estos instrumentos para *compartir ideas políticas*: 8 % lo ha hecho a través de Facebook y 1 % a través de Twitter.

Sin embargo, el uso crece a medida que disminuye la edad. En el caso de Facebook por ejemplo, casi uno de cada cinco jóvenes (19%) lo han utilizado para informarse sobre política y un 14 % para expresarse políticamente, proporciones mucho más altas que para el promedio de la población. Y en el caso de Twitter, 6 % declaran haber utilizado esta herramienta para informarse y un 4 % para expresar posiciones políticas.

El análisis por los diferentes grupos de edad muestra que el uso se incrementa en forma inversa a la edad, pero además también se registra una significativa reducción del uso de estos instrumentos entre los de mayor edad.

Sin embargo, a pesar de este aumento de uso de las redes sociales en las edades más bajas, se trata aún de fenómenos minoritarios.

CUADRO 26. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN EDAD

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Facebook	19	13	12	4	11
Twitter	6	4	1	1	2

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Facebook	14	9	8	3	8
Twitter	4	1	0	1	1

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.

Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Si se considera el uso de Facebook y Twitter en forma conjunta, se observa que el 20 % de los jóvenes uruguayos utilizan alguna o ambas redes sociales para informarse de política. De ellos, el 14 % solo utiliza Facebook y el 1 % solo usa Twitter, mientras que el 5 % restante declara utilizar ambas redes sociales.

A su vez, un porcentaje menor (15 %) declaran que utilizan alguna de las redes sociales para compartir ideas políticas. El 10 % usan solo Facebook, el 1 % solo Twitter y el 4 % restante usan estas dos redes sociales.

Del 20 % de los jóvenes que usan las redes sociales, un poco más de un tercio (7 %) usan Facebook solo para informarse, mientras que otro tercio (7 %) usan Facebook también para compartir ideas. Por su parte, un 2 % solo se informan aunque por ambas redes sociales y un 3 % se informan y, además, comparten ideas a través de las dos redes sociales.

5.1. La política a través de las redes sociales según el perfil socioeconómico de los jóvenes

La frecuencia en el uso de las redes sociales, tanto para informarse como para compartir ideas políticas, aumenta con el nivel educativo. Entre los jóvenes con instrucción primaria, menos del 5 % usan las redes sociales para informarse o para intercambiar ideas políticas.

Este porcentaje aumenta con el nivel educativo: un tercio de los jóvenes con nivel educativo terciario o universitario se informan de política a través de las redes sociales y un 23 % intercambian ideas políticas por esos medios.

En todos los casos es mayor la frecuencia de uso del Facebook que del Twitter.

CUADRO 27. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	PRIMARIA	SECUNDARIA CICLO BÁSICO	SECUNDARIA SEGUNDO CICLO	TERCIARIA Y UNIVERSITARIA	TOTAL
Usa Facebook	4	13	17	22	14
Usa Twitter	0	0	2	1	1
Usa ambas redes sociales	2	5	3	10	5
No usa	94	82	77	67	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	PRIMARIA	SECUNDARIA CICLO BÁSICO	SECUNDARIA SEGUNDO CICLO	TERCIARIA Y UNIVERSITARIA	TOTAL
Usa Facebook	2	6	18	17	10
Usa Twitter	1	0	1	1	1
Usa ambas redes sociales	0	5	3	5	4
No usa	96	89	77	77	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

La misma tendencia se registra al analizar el comportamiento de los jóvenes uruguayos según su nivel socioeconómico. En efecto, el uso de las redes sociales tanto para informarse sobre política como para intercambiar ideas políticas aumenta con el NSE; entre los jóvenes de NSE bajo, menos del 10 % utilizan las redes sociales para informarse o compartir ideas políticas, mientras que entre los jóvenes de NSE alto, un 29 % dicen informarse por esas vías y un 25 % intercambian información política por Twitter o Facebook.

CUADRO 28. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	NSE BAJO	NSE MEDIO	NSE ALTO	TOTAL
Usa Facebook	7	17	25	14
Usa Twitter	1	0	4	1
Usa ambas redes sociales	1	8	0	5
No usa	91	74	71	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	NSE BAJO	NSE MEDIO	NSE ALTO	TOTAL
Usa Facebook	5	12	21	10
Usa Twitter	1	1	0	1
Usa ambas redes sociales	1	5	4	4
No usa	92	82	75	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Por el contrario, no se registran diferencias de comportamiento entre varones y mujeres ni entre jóvenes del Interior o de Montevideo.

CUADRO 29. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN GÉNERO Y LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	MASCULINO	FEMENINO	MONTEVIDEO	INTERIOR	TOTAL
Usa Facebook	16	13	13	15	14
Usa Twitter	1	1	2	0	1
Usa ambas redes sociales	4	6	6	4	5
No usa	79	80	79	80	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	MASCULINO	FEMENINO	MONTEVIDEO	INTERIOR	TOTAL
Usa Facebook	9	11	13	8	10
Usa Twitter	1	1	2	0	1
Usa ambas redes sociales	4	3	6	2	4
No usa	85	85	80	90	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
 Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

5.2. La política a través de las redes sociales según el comportamiento político de los jóvenes

El interés de los jóvenes en política distingue la frecuencia del uso de las redes sociales para informarse e intercambiar opiniones políticas. En efecto, un tercio de los que manifiestan tener mucho o bastante interés en política utilizan las redes sociales, mientras que este porcentaje se reduce sensiblemente entre los que no tienen interés en política.

Solo 15% de los que no tienen interés en política usan las redes sociales para informarse de asuntos políticos y solo un 10% usan las redes sociales para intercambiar opiniones políticas.

CUADRO 30. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN INTERÉS EN LA POLÍTICA DE LOS JÓVENES

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	MUCHO/BASTANTE	POCO/NADA	TOTAL
Usa Facebook	26	11	14
Usa Twitter	0	1	1
Usa ambas redes sociales	10	4	5
No usa	64	84	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	MUCHO/BASTANTE	POCO/NADA	TOTAL
Usa Facebook	25	7	10
Usa Twitter	0	1	1
Usa ambas redes sociales	8	2	4
No usa	67	90	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

La opinión sobre la democracia, en cambio, no presenta grandes diferencias. Los porcentajes de uso de las redes sociales no varían sustancialmente entre los que valoran la democracia y los que tienen posturas de indiferencia o de justificación del autoritarismo en algunas circunstancias.

CUADRO 31. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN OPINIÓN SOBRE LA DEMOCRACIA

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook/Twitter) para informarse sobre política?»

	LA DEMOCRACIA ES PREFERIBLE A CUALQUIER FORMA DE GOBIERNO	EN ALGUNAS CIRCUNSTANCIAS, UN GOBIERNO AUTORITARIO PUEDE SER ACEPTABLE	A LA GENTE COMO UNO, NOS DA LO MISMO UN RÉGIMEN DEMOCRÁTICO	TOTAL
Usa Facebook	16	10	10	14
Usa Twitter	1	0	0	1
Usa ambas redes sociales	5	10	5	5
No usa	78	80	85	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	LA DEMOCRACIA ES PREFERIBLE A CUALQUIER FORMA DE GOBIERNO	EN ALGUNAS CIRCUNSTANCIAS, UN GOBIERNO AUTORITARIO PUEDE SER ACEPTABLE	A LA GENTE COMO UNO, NOS DA LO MISMO UN RÉGIMEN DEMOCRÁTICO	TOTAL
Usa Facebook	11	10	10	10
Usa Twitter	1	0	0	1
Usa ambas redes sociales	3	10	0	4
No usa	85	80	90	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Tampoco se registran diferencias relevantes entre los jóvenes que tienen confianza en los partidos y los que no la tienen, con respecto a la frecuencia de informarse de política; pero sí existe diferencia con respecto a intercambiar opiniones políticas. Estos llegan al 28 % entre los que confían en los partidos, mientras que se reduce al 12 % entre los que no confían en los partidos.

CUADRO 32. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN CONFIANZA DE LOS JÓVENES EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook / Twitter) para informarse sobre política?»

	MUCHO/BASTANTE	POCO/NADA	TOTAL
Usa Facebook	19	13	14
Usa Twitter	1	1	1
Usa ambas redes sociales	1	6	5
No usa	79	81	80

«¿Y para compartir ideas políticas?»

	MUCHO/BASTANTE	POCO/NADA	TOTAL
Usa Facebook	24	7	10
Usa Twitter	1	1	1
Usa ambas redes sociales	1	4	4
No usa	73	88	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Sin embargo, las conductas políticas más activas presentan una asociación relevante con respecto al uso de las redes sociales. Tanto los que hablan más frecuentemente de política como los que tratan de convencer a terceros sobre asuntos políticos y los que trabajan para un partido o candidato en forma frecuente usan las redes sociales en mucha mayor proporción que los que expresan conductas menos activas con respecto a la política.

En efecto, el 40 % de los que más hablan de política usan las redes sociales para informarse sobre estos temas y el 36 % las usan para intercambiar ideas políticas. A su vez, entre los que más frecuentemente tratan de convencer a terceros sobre asuntos políticos el uso de las redes sociales alcanza a 31 % para informarse y aumenta a 33 % entre los que intercambian opiniones políticas a través de las redes sociales.

En sentido inverso, solo el 14 % de los que no hablan de política usa las redes sociales para informarse y el 9 % usa las redes sociales para compartir opiniones políticas. A su vez, sólo el 17 % de los que no suelen tratar de convencer a terceros sobre asuntos políticos declaran usar las redes sociales para informarse y este porcentaje se reduce al 10 % cuando se trata de usar esas redes para compartir opiniones políticas.

CUADRO 33. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN FRECUENCIA CON LA QUE LOS JÓVENES HABLAN DE POLÍTICA

Pregunta: “¿Alguna vez ha usado (Facebook / Twitter) para informarse sobre política? ¿Y para compartir ideas políticas?”»

	MUY FRECUENTEMENTE/ FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA/ NUNCA	TOTAL
Usa Facebook	27	10	14
Usa Twitter	2	0	1
Usa ambas redes sociales	10	4	5
No usa	60	86	80

¿Y para compartir ideas políticas?

	MUY FRECUENTEMENTE/ FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA/ NUNCA	TOTAL
Usa Facebook	27	5	10
Usa Twitter	2	1	1
Usa ambas redes sociales	7	3	4
No usa	64	91	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

CUADRO 34: FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN FRECUENCIA CON LA QUE LOS JÓVENES TRATAN DE CONVENCER A TERCEROS

Pregunta: “¿Alguna vez ha usado (Facebook / Twitter) para informarse sobre política? ¿Y para compartir ideas políticas?”»

	MUY FRECUENTEMENTE/ FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA/ NUNCA	TOTAL
Usa Facebook	21	12	14
Usa Twitter	1	1	1
Usa ambas redes sociales	10	4	5
No usa	69	83	80

¿Y para compartir ideas políticas?

	MUY FRECUENTEMENTE/ FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA/ NUNCA	TOTAL
Usa Facebook	24	6	10
Usa Twitter	2	1	1
Usa ambas redes sociales	7	3	4
No usa	67	90	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

Finalmente, las diferencias son aun más acentuadas al comparar el uso de las redes sociales entre los jóvenes que declaran trabajar en política para un candidato o partido y aquellos que no lo hacen.

Entre los primeros la mitad usa las redes sociales tanto para informarse como para intercambiar opiniones políticas, mientras que entre los que no trabajan para un partido o candidato los porcentajes se reducen al 18 % entre los que se informan políticamente a través de las redes sociales y al 13 % entre los que usan esas redes para intercambiar opiniones políticas.

CUADRO 35: FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES PARA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA, SEGÚN JÓVENES QUE TRABAJAN PARA UN PARTIDO O CANDIDATO

Pregunta: «¿Alguna vez ha usado (Facebook / Twitter) para informarse sobre política? ¿Y para compartir ideas políticas?»

	MUY FRECUENTEMENTE/ FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA/ NUNCA	TOTAL
Usa Facebook	33	12	14
Usa Twitter	0	1	1
Usa ambas redes sociales	13	5	5
No usa	53	82	80

¿Y para compartir ideas políticas?

Usa Facebook	40	8	10
Usa Twitter	0	1	1
Usa ambas redes sociales	10	3	4
No usa	50	87	85

Fuente: Encuesta Nacional de Equipos MORI.
Universidad Católica del Uruguay/Fundación Konrad Adenauer.

De modo que existe una fuerte asociación entre el uso de las redes sociales, tanto para informarse como para compartir opiniones políticas entre aquellos jóvenes que expresan conductas activas de participación política, mientras que el uso de las redes se reduce sustancialmente entre los que no manifiestan conductas de participación política activa.

IV. La opinión de los dirigentes juveniles sobre la participación política de los jóvenes

En este capítulo se analizan las opiniones de los dirigentes juveniles de partidos y organizaciones sociales sobre la participación política de los jóvenes uruguayos.⁹

La estructura de este capítulo guarda una relación de simetría con la primera parte del estudio a efectos de permitir su comparabilidad.

Así, se analizan en primer lugar las características y motivaciones de los dirigentes juveniles entrevistados, luego se presentan las opiniones de los dirigentes sobre las posturas e interés de los jóvenes uruguayos en la política. En el tercer punto se analizan las diferencias señaladas por los entrevistados entre las posturas de los jóvenes y de los adultos.

En el cuarto punto se señalan las diferencias que los entrevistados encuentran entre las actitudes de los jóvenes uruguayos con respecto a la política y lo que ocurre con los jóvenes de otros países. El quinto punto se dedica a estudiar las opiniones de los entrevistados sobre el papel de los partidos políticos y su relación con los jóvenes.

Luego se indaga sobre las alternativas de participación política de los jóvenes. En el punto séptimo se estudia la presencia de la temática política en las relaciones sociales de los jóvenes. Más adelante, se analizan las redes sociales como forma de participación de los jóvenes y el punto noveno presenta las sugerencias de los entrevistados para aumentar la participación política de los jóvenes, así como se señalan sus motivaciones y los obstáculos existentes.

⁹ Las entrevistas a los dirigentes juveniles y la primera versión de este capítulo fueron realizadas por María Inés Martínez; posteriormente los autores incorporaron algunos ajustes.

1. *Sobre las características y motivaciones de los dirigentes juveniles*

Los cinco dirigentes políticos juveniles entrevistados pertenecen respectivamente a los cuatro partidos con representación parlamentaria: dos de ellos al Frente Amplio y uno a cada uno de los tres partidos restantes.

En tres casos se trata de jóvenes en la última etapa de la juventud (29 o 30 años), mientras que las dos restantes son mujeres y sensiblemente más jóvenes (21 y 22 años). Sin embargo, en todos los casos su vinculación con la actividad política se inició a muy temprana edad. Todos los entrevistados manifestaron haber comenzado a participar de la actividad político partidaria entre los 14 y 16 años de edad.

El peso de la familia aparece presente en la opción política de al menos dos de los cinco casos. En otros, el énfasis está puesto en la vocación política propia y señalan incluso la ausencia de interés político en su familia de origen. En algún caso aparece el grupo de pares y la socialización en el nivel estudiantil como impulsores hacia el compromiso partidario.

En el caso de los dirigentes de organizaciones sociales también se observan diferencias de edades. Dos de los cinco se ubican en la etapa final de la juventud (alrededor de 29 años), mientras que uno de ellos se ubica en una situación intermedia (26 años) y los dos restantes en el entorno de los 20 años.

Del mismo modo que lo señalado con respecto a los dirigentes juveniles partidarios, los dirigentes de las organizaciones sociales reconocen que comenzaron a militar desde muy jóvenes, a los 15 o 16 años.

En dos de los cinco casos los dirigentes manifestaron la coexistencia de militancia social y partidaria. En uno de ellos la militancia partidaria fue anterior a la militancia social y en el otro fue posterior. En ambos casos se trata de militancia en partidos de izquierda. Nuevamente aparece el factor familiar y del grupo de amigos como elemento presente en las opciones de actividad política de algunos de los dirigentes entrevistados.

En dos de los tres casos restantes se hace expresa referencia a la ausencia de militancia política, señalando que su actividad es exclusivamente dedicada a la organización social que dirige.

En definitiva, parecen existir ciertas líneas de vinculación entre la opción militante en organizaciones sociales y en los partidos. Al menos dos de los dirigentes de organizaciones sociales poseían militancia partidaria (que había surgido antes o después de la militancia social) y al menos tres de los dirigentes partidarios señalaron haber tenido militancia social anterior a su compromiso político.

Por tanto, es posible indicar que los factores que motivan la militancia política o social parecen estar vinculados y la vocación por la acción pública se expresa en los jóvenes dirigentes de forma tal que admite la combinación de los dos campos de participación.

2. Sobre la opinión de los dirigentes juveniles acerca del interés de los jóvenes en la política

De acuerdo con la opinión de los entrevistados, existe un alejamiento cada vez mayor de los jóvenes con respecto a la política. En general consideran que la opinión que los jóvenes tienen de la política es de «desinterés, desencanto, de pérdida de legitimidad y credibilidad».

Sin embargo, no consideran que el joven esté ausente de la realidad, ni que la política deje de considerarse un ámbito fundamental e importante, sino que la política ha perdido su lugar como ámbito atractivo para atender las necesidades e inquietudes, para generar cambios o, simplemente, como ámbito de participación.

También aparece en los entrevistados una fuerte distinción entre la política en general y la política partidaria. Algunos líderes opinan que los jóvenes se interesan por la política en general, por *lo público*, por los temas y problemas que ocurren en la sociedad; otros consideran que se interesan en temas puntuales y específicos, principalmente por aquellos que los afectan directamente.

Sin embargo, dentro de la situación general de desinterés, existe un grupo reducido que se interesa fuertemente por la política y hay otro grupo que se interesa por temas puntuales. Esta graduación en el interés no se le atribuye al *ser joven*, sino a algo natural en la sociedad, en donde algunas personas se involucran más y otras menos. Esta visión es destacada principalmente por quienes están más inmersos en la política partidaria.

A su vez, según los testimonios de los entrevistados, este desinterés se presenta en forma más pronunciada entre los más jóvenes. Se señala que el transcurso de los años y la asunción de responsabilidades en el proceso de transición hacia la adultez implican la incorporación creciente de las preocupaciones políticas. Esta perspectiva, justamente, es transmitida por los dirigentes juveniles de mayor edad.

En tal sentido, algunos entrevistados señalan:

Esta es una generación de jóvenes de «hago la mía», porque a nadie le va a importar. [Dirigente social]

El ir madurando y asumiendo responsabilidades hace que el adulto se vaya interesando más por la política. [Dirigente partidario]

Por su parte, la política partidaria es asociada en general con un mundo adulto totalmente alejado del mundo joven:

Yo siempre pongo el ejemplo como que son dos mundos que no tienen mucho punto de contacto: la cultura juvenil, o las culturas juveniles, tienen pocos puntos de encuentro con el mundo político y con la cultura política. [Dirigente partidario]

Por otra parte, algunos entrevistados hacen referencia a una característica propia de los jóvenes que los hace tener una forma diferente de ver el mundo, temas de interés particulares, un lenguaje diferente al adulto y necesidades de participación diferentes a las formales habituales de la actividad política.

El distanciamiento con respecto a la política se expresa en dos dimensiones: una de forma y otra de contenido.

En cuanto a la forma, tiene que ver con las modalidades de participación, las formas de comunicación y las oportunidades de acceso a lugares de poder y toma de decisión.

En cuanto al contenido, se cuestionan las ideas en sí mismas, las propuestas y la capacidad de generar cambios y resultados, con independencia de qué partidos hayan estado en el gobierno. Para algunos entrevistados, esto último es lo que genera gran descreimiento y desilusión, tanto en los jóvenes como en los adultos.

A las cuestiones de forma y de contenido se suman otras que tienen que ver con los cambios ocurridos en la sociedad y la falta de interés genuino que el adulto tiene en los jóvenes al no tomar en cuenta sus propuestas e inquietudes.

Algunos dirigentes provenientes del Interior del país, sostienen que en Montevideo ven una mayor demostración del interés de los jóvenes por la política que en el Interior, principalmente a través de movilizaciones por temas puntuales, por la existencia de un importante movimiento estudiantil y sindical y por la fuerte presencia de votantes jóvenes del Frente Amplio. En el Interior las expresiones masivas de participación son menos frecuentes, salvo en períodos de elecciones.

En su discurso los entrevistados identifican algunas de las causas del desinterés que se fundan en el contenido:

- Los partidos políticos no cumplen con lo que prometen; no colman las expectativas de las personas en general, no solo de los jóvenes.
- Los diferentes gobiernos han defraudado a las personas; la izquierda no hizo tantos cambios en relación con las expectativas generadas.
- Las personas se resignan rápido y no dan tiempo a los cambios. La desilusión de los adultos contagia a los jóvenes.
- Los partidos no mantienen sus ideales una vez que asumen en el gobierno.

En cuanto a las causas referidas a las formas señalan las siguientes:

- La dinámica de la política: en algunos lugares son reuniones y reuniones y no llegan a nada, entonces hay una visión de que no se concretan acciones y no se ven los resultados.
- La política no escucha a los jóvenes, no tiene en cuenta su visión. No hay una apertura real del sistema político y de los actores políticos a las opiniones de los jóvenes. Se hace *para la vidriera*.

- El joven busca resultados en el corto plazo, entonces busca otras alternativas de participación.
- Los ataques y críticas entre partidos van generando una imagen negativa para quienes lo ven desde afuera. Quienes tienen una opinión favorable es porque siguen la tradición familiar o por su grupo de amigos.

Con respecto a los cambios ocurridos en la sociedad señalan:

- El descreimiento de los adultos en la política provoca el descreimiento en los jóvenes.
- La desestructuración de la familia lleva a que ya no se converse de política en el hogar.
- La segmentación social de la sociedad uruguaya aumenta las distancias sociales entre los muy informados y los nada informados, los educados y los no educados, los que tienen computadora y los que no.
- El desinterés de los que no estudian y no trabajan. La política queda restringida a un grupo muy pequeño de la sociedad.
- El desconocimiento de temas civiles básicos. No se conoce la diferencia entre un diputado, un senador, un edil.
- El consumismo y la búsqueda de lo inmediato.

3. *Sobre la relación de los jóvenes y de los adultos con la política y sus similitudes y diferencias*

La mayor parte de los entrevistados afirman que la opinión de los jóvenes sobre la política difiere de la de los adultos. Solamente en un caso se manifiesta que no son tantas las diferencias, puesto que el desinterés es un sentimiento generalizado, aunque pueda ser un poco mayor en los jóvenes.

Por otra parte, se señala que existen temas que pueden movilizar específicamente a los jóvenes y no tanto a los adultos, como aquellos vinculados al proceso de emancipación de los jóvenes o la legalización de la marihuana.

Otro aspecto que señalan los entrevistados es que muchas veces los jóvenes reproducen las ideas y las formas de actuar de los adultos, lo que es contraproducente porque no provocan renovación ni cambio.

Por otra parte, también se señala que hay jóvenes que ingresan a una organización social o política con nuevas ideas y quieren cambiarlo todo:

[...] el joven es como más revolucionario y quiere cambiar todo, y piensa que va a llegar a una organización social o política y va a cambiar todo, y eso no es así. La organización también tiene sus ritmos y hay que saber adaptarse a eso. [Dirigente social]

Es una opinión generalizada entre los entrevistados que el joven necesita formas más informales de relación con la política:

[...] tengo la sensación de que los jóvenes esperan que sus representantes sean menos formales, sean más directos, sean más sinceros, y que sean capaces también de transmitir esas necesidades. [Dirigente partidario]

Con respecto a las diferencias se señala que:

- Los adultos se interesan más por la política porque el proceso de maduración social y de asumir responsabilidades hace que las personas se acerquen más a la política, aumente el interés y también el nivel de exigencia y responsabilidad social.
- La existencia de presión social hacia los adultos provoca un mayor interés en la política, mientras que los jóvenes no sienten esa presión social. «El joven que se acerca es porque le interesa».
- El joven participa con mayor intensidad que los militantes adultos. Se muestra más apasionado, es más idealista y se entrega más a la causa que el adulto.
- La participación del joven es siempre voluntaria, no cobra honorarios ni viáticos, es más desinteresada que entre los adultos.
- Los jóvenes tienen una forma más desestructurada de hacer política. Al joven no le interesan tanto las cuestiones formales sino los contenidos.
- Las experiencias de jóvenes y adultos son diferentes. El adulto siente el desencanto pero mantiene su ideología, su preferencia política o su tradición. El joven también siente desencanto, pero no cuenta con esas referencias políticas o ideológicas, se siente desorientado, «no sabe en qué enfocarse».
- Los jóvenes militantes participan de manera espontánea, porque «les sale de adentro», mientras que en los adultos pesa el compromiso por su historia de militancia aunque se resigna rápidamente porque «está cansado, tiene vicios».

4. *Sobre la participación de los jóvenes en comparación con otras sociedades*

Una parte de los entrevistados consideraron que no poseían elementos ni experiencia para opinar sobre este tema.

Entre quienes tienen una opinión para comparar el comportamiento de los jóvenes uruguayos con los de otros países, se señaló una similitud y también algunas diferencias. Sin embargo, las diferencias son más referidas a las características de la

cultura política uruguaya en general que con respecto a peculiaridades de los jóvenes uruguayos.

Comenzando por las similitudes, los entrevistados señalaron las tendencias mundiales referidas a la incorporación y el uso de las nuevas tecnologías en la actividad política, lo que es común entre los jóvenes de todos los países.

Con respecto a las características propias del Uruguay, a pesar del creciente desinterés de los jóvenes en la política, varios entrevistados indican que en nuestro país es más frecuente que existan jóvenes con fuerte identidad partidaria, mayor grado de politización y de participación juvenil.

Los entrevistados valoran especialmente la libertad de expresión y participación, la estabilidad democrática, el respeto por los partidos políticos y la existencia del diálogo interpartidario en Uruguay. Estos aspectos no son frecuentes en otros países de Latinoamérica.

Solo se marcó la excepción de Chile, en la que se observa un mayor nivel de participación de los jóvenes, expresada en la importante movilización estudiantil de los últimos tiempos.

En síntesis, la diferenciación del comportamiento político de los jóvenes uruguayos es más el reflejo de ciertas características generales de la cultura política uruguaya que de las especificidades de los jóvenes.

En términos relativos, en Uruguay los jóvenes tienen un mayor interés por la política, no solo en temas puntuales que los involucran, sino en la política en general e incluso en la partidaria.

Acá compramos el diario, por ejemplo, cosa que en las oficinas de nuestra organización en otros países no lo hacemos porque a la gente no le interesa. [Dirigente social]

5. Sobre la opinión de los jóvenes acerca de los partidos

En este punto se analizan por un lado las opiniones de los entrevistados sobre lo que creen que los jóvenes piensan acerca de los partidos políticos y luego lo que los propios entrevistados piensan sobre los partidos políticos.

5.1. La opinión de los jóvenes sobre los partidos

A juicio de los entrevistados, entre los jóvenes uruguayos conviven dos visiones acerca de los partidos políticos: el respeto hacia los partidos como institución y el descreimiento en estas organizaciones.

Estas dos visiones pueden darse entre distintos jóvenes, pero también pueden convivir como sentimientos encontrados en los mismos individuos. En un extremo

se recalca el respeto hacia los partidos políticos, su historia y tradición, su importancia para el país y para la democracia. Eso hace que se considere normal la participación en política, se comienza a participar a una edad muy temprana, aunque luego se abandone al ingresar a la etapa adulta, cuando se asumen mayores compromisos y responsabilidades tanto laborales como familiares.

Los partidos en Uruguay son instituciones; no nacen y desaparecen como en otros países. En otros países se va atrás de los candidatos. [Dirigente partidario]

En el otro extremo se encuentra la apatía y el descreimiento ya señalados; pero aun entre quienes pueden tener una visión negativa de los partidos, en general los jóvenes *hinchán* por algún partido, se reconocen en una identidad partidaria.

Quizás no participás, no vas a los actos, pero de algún partido sos hincha, y cuando te aprietan defendés a alguno. [Dirigente partidario]

Esta identificación con los partidos a veces es total e incondicional, pero muchas veces tiene ciertos reparos.

Al joven le cuesta identificarse plenamente con un partido, siempre tiene un pero: «soy blanco pero me gusta el Partido Nacional de antes», «soy colorado, pero de Bordaberry», «soy del FA, pero no de un partido». [Dirigente social]

También se señala que muchos jóvenes se mueven más por una *creencia*, se *sienten* de un partido o de un sector. En ese caso, el peso fundamental lo tiene la tradición política de la familia.

En la situación más extrema del desinterés se argumenta que todos los partidos políticos pasaron por el gobierno y no han colmado las expectativas de la población. En particular, en los jóvenes termina ganando el peso de la tradición:

Va mucho por la familia. Me parece que según lo que votan en la casa. Los jóvenes no creen en la política, creen que no se hace nada; falta respuesta de los partidos políticos hacia la sociedad y hacia los jóvenes también. [Dirigente partidario]

Buena parte del desinterés en los partidos políticos responde a que el joven siente que no influye en la toma de decisiones, que se lo llama solamente en el momento de elecciones, ya sea para participar en movilizaciones, para colaborar con trabajo voluntario o para conseguir su voto.

Otras críticas relevantes refieren a partidos políticos envejecidos, encastrados, poco dinámicos. Se cuestiona que los políticos se ocupan mucho del poder, de *ocupar*

una silla. Pero varios de los entrevistados reconocen que los partidos «*continúan siendo el lugar privilegiado en donde se puede tener mayor incidencia en la sociedad*» (dirigente partidario).

Los partidos políticos no son organizaciones amigables en donde puedan ingresar los jóvenes, sino más bien lo contrario, no hablan el mismo idioma que los jóvenes. Los jóvenes tienen otras formas de expresión que no encajan en las estructuras de los partidos.

Tengo la sensación como que es una casa grande con una entrada chiquita. Y que esa entrada a veces no se sabe dónde está. Y lo que ocurre habitualmente es que los jóvenes se acercan y que los expulsan. Y los que logran acercarse, no terminan siendo entendidos. Y hay a veces la necesidad de generar en las organizaciones espacios específicos para que los jóvenes participen. [Dirigente partidario]

Por otra parte, se señala que «los partidos políticos no están en auge». Tienen una estructura muy rígida: reuniones presenciales, a veces muy complejas, hay que dedicar mucho tiempo en relación a lo que se puede lograr. También existe un desgaste por la lógica del funcionamiento interno.

Los jóvenes prefieren participar en algún tema social más concreto, en otros ámbitos como las ONG, en donde la estructura organizacional es más amigable y los resultados de la participación pueden verse en el corto plazo.

5.2. *La opinión de los entrevistados sobre los partidos*

Podría decirse que las visiones más críticas sobre los partidos políticos se concentran en los dirigentes más jóvenes, aunque no en todos; sin embargo, entre los entrevistados predominan claramente las opiniones favorables hacia los partidos:

- Los partidos políticos son el sostén de la democracia, están cerca de las personas, aunque muchos lo nieguen.
- Los partidos son importantes porque cumplen un papel institucional en el país.
- El político todavía mantiene cierta ideología y no se va con quien puede sumar más votos.
- Si se tienen partidos sólidos, fuertes, vamos a tener instituciones consolidadas.
- Los partidos son ámbitos adecuados para generar cambios en la sociedad.
- Es importante que los partidos, y en especial el partido de gobierno, escuchen a las organizaciones sociales y a los directamente involucrados en los temas.

- Los partidos representan intereses de clases. Entre los dirigentes que pertenecen al Frente Amplio aparece la clara convicción de que es a través de ese partido que se pueden generar cambios para trabajadores y estudiantes.

Entre las críticas a los partidos se encuentran:

- Los partidos políticos tienen problemas porque se han distanciado de la sociedad.
- Los partidos se preocupan más por captar gente y votos que por plantear propuestas.
- Cuando llegan al gobierno, los partidos no mantienen los ideales; tampoco cumplen las promesas. Todos los partidos son iguales.

Así entonces, las opiniones predominantes de los entrevistados acerca de los partidos uruguayos son mayoritariamente positivas; sin embargo creen que los jóvenes en general sostienen posiciones bastante más críticas, si bien no tienen una opinión pésima sobre los partidos.

6. *Sobre las alternativas de participación política de los jóvenes*

En este punto se analizan la representación de los intereses de los jóvenes por los partidos políticos y las alternativas que existen para la participación política juvenil.

6.1. La representación de los intereses de los jóvenes

Los entrevistados señalan la existencia de notorias limitaciones de los partidos en su capacidad de representar los intereses y necesidades de los distintos sectores de la sociedad de forma equitativa.

En una visión extrema, algunos entrevistados entienden que los partidos representan muy poco a los grupos en general debido al distanciamiento de los partidos con respecto a la sociedad. La representación de los grupos y sectores sociales es algo que se intenta desde la política, pero existe una distancia entre el discurso y las acciones concretas.

La ruptura de los partidos con la sociedad se produce a partir de la valoración de que estos son todos iguales, generan escasos resultados y tienen problemas de gestión.

Aun así, las organizaciones sociales mantienen un vínculo con los partidos por temas puntuales. Es posible apreciar la existencia de un diálogo entre organizaciones

sociales y partidos políticos. La capacidad de los partidos de captar demandas a través de las organizaciones sociales termina siendo el mecanismo alternativo.

Otros dirigentes señalan que, más que una representación general, los partidos brindan apoyos particulares a ciudadanos concretos principalmente durante las campañas electorales. Esto es más visible en el interior del país y está referido a las prácticas clientelísticas de los partidos referidas a soluciones en materia de vivienda o de trabajo a cambio del voto.

Luego los partidos no mantienen el compromiso a lo largo del tiempo y van perdiendo credibilidad.

A su vez, cuando los partidos responden a temas y grupos puntuales, corren el riesgo de descuidar los intereses de la sociedad en general.

En los casos en que se reconoce la representación de los intereses de diferentes grupos de la sociedad, se considera que esta es desigual. Se manifiestan importantes inequidades, en donde algunos grupos están mejor representados que otros por los partidos políticos, como los adultos en general y los adultos mayores en particular. Les siguen en menor grado las mujeres mientras que los jóvenes prácticamente no estarían representados por los partidos. Los políticos, que son mayoritariamente adultos, desconocen o no se interesan por las necesidades de los jóvenes.

Algunos entrevistados entienden que los partidos representan intereses de clases sociales y por tanto es muy difícil que un partido político logre representar a *los jóvenes* porque estos pertenecen a diferentes clases sociales. Algunos partidos pueden representar mejor a los jóvenes de una clase social y otros partidos a los de otra clase social. Esta visión está dada principalmente por dirigentes vinculados directa o indirectamente al Frente Amplio.

Otros entrevistados subrayan la importancia de diversificar la matriz de representantes en el gobierno, lo que contribuye a que los diferentes grupos estén mejor representados, aunque no sea un representante formal de ese grupo social. Por ejemplo, un diputado joven no representa ni pretende representar a *los jóvenes*, pero tiene mayor probabilidad de captar algunas demandas de sectores juveniles. Lo mismo ocurre con el acceso de un trabajador asalariado al Parlamento, de un docente, etc. Esto, en definitiva, es visto por algunos entrevistados como una contribución de los partidos a la democracia.

Las visiones más optimistas manifiestan que, si bien no hay un partido que represente los intereses de ciertos grupos, se puede afirmar que todos los partidos captan en parte los intereses de los grupos:

Creo que todos tienen espacio, no creo que ningún partido represente a tal, ni a nada que se le parezca. Somos muy... estamos muy mezclados, los partidos pechan y se

cruzan en varias líneas. Yo no creo que haya un partido que represente al joven y uno al hombre de campo. [Dirigente partidario]

En esta línea, uno de los entrevistados entiende que los partidos en general logran representar los intereses de los jóvenes, lo que se refleja por ejemplo en la participación de jóvenes en los partidos políticos, en especial en las elecciones juveniles.

Por último, aparece una visión en donde la identidad de los partidos políticos en Uruguay está por encima de los grupos sociales. El sistema político uruguayo no responde tanto a intereses por grupos, sino a la identidad propia de cada partido. La gente no vota por sentirse representada en tanto grupo social, sino con las formas político-ideológicas de ver el mundo.

Creo que ahí hay como una afiliación más identitaria que no tiene tanto que ver con si me siento representado como joven, o como mujer, o como afrodescendiente, o como gay, sino que me siento frenteamplista, me siento del Partido Nacional... [Dirigente partidario]

Llama la atención de que si bien existe un espectro bastante amplio de opinión en relación con la capacidad de los partidos políticos para representar intereses, las opiniones son prácticamente unánimes en cuanto a que el sistema político uruguayo no logra incorporar los intereses de los jóvenes:

No lo veo tan reflejado en la práctica, la verdad que no. Sé que todos los partidos tienen como su espacio para los jóvenes, como su militancia desde ahí... No veo que se refleje ese interés de los jóvenes en los partidos, ni de los jóvenes ni de otros sectores. [Dirigente social]

Algunas opiniones identifican a ciertos partidos como más cercanos a los jóvenes, ya sea por los temas que recogen, por cercanía en cuanto a las necesidades que plantean o por las modalidades de participación. Sin embargo, también es recurrente una opinión extrema:

Pero en sí, nadie puede arrogarse la representación de los jóvenes, porque el mundo juvenil es demasiado diverso para que ni siquiera un partido, con todo lo que eso implica, pueda hacerlo. [Dirigente partidario]

6.2. *Las alternativas de participación política juvenil*

Los dirigentes juveniles entrevistados encuentran una amplia gama de alternativas de participación juvenil en sentido amplio. En menor medida plantean

algunos problemas de acceso y reconocen que no todos los jóvenes tienen las mismas oportunidades.

Básicamente, la opinión generalizada es que en los ámbitos de participación social existen, con diversidad de temas, modalidades de participación y posibilidad de diferentes grados de involucramiento. Se enfatiza en que los ámbitos están, es cuestión de acercarse, de apropiarse, de hacerse un lugar. Hay muchas oportunidades de participación social, las puertas están abiertas: por el bienestar social, construcción de viviendas, apoyo a sectores carenciados, acercamiento al medio rural.

Pero existe una tensión entre organizaciones sociales y políticas. Mientras que las primeras tienen la ventaja de la inmediatez y el poder hacer cosas concretas, en las segundas es necesario tener una gran capacidad para sobreponerse a la frustración y poder trabajar en el largo plazo.

Algunos dirigentes sostienen que las organizaciones sociales *compiten* por la participación de los jóvenes y le quitan militancia a las organizaciones partidarias. Las ONG están asumiendo un papel de participación para la promoción de un cambio social. Sin embargo, señalan que hay muchas ONG pero son pocas las que apuntan al público más joven.

Para otros dirigentes la participación en organizaciones sociales se ve como una forma de complementariedad con la participación política. Incluso se trabaja entre *organizaciones amigas* por temas concretos; por ejemplo, entre la FEUU, el PIT-CNT o el Colectivo Ovejas Negras, entre otros, con el Frente Amplio.

Los ámbitos de participación mencionados por los entrevistados son:

- Los partidos políticos por intermedio de las organizaciones de las juventudes de los partidos o de los sectores partidarios a través de participación en reuniones, en instancias de capacitación o por temas específicos dentro de los partidos políticos.
- Las organizaciones sociales a través de las ONG, las gremiales, los sindicatos, las agrupaciones estudiantiles (liceales y universitarias), las organizaciones religiosas y culturales o experiencias de voluntariado. En este conjunto se incluyen las organizaciones sociales más tradicionales como la FEUU, el PIT-CNT o FUCVAM, que son organizaciones «pesadas», similares a los partidos políticos y también otras con gran capacidad de movilización y convocatoria como Un Techo o la Pastoral Juvenil de la Iglesia Católica, la Federación Rural de Jóvenes o el Colectivo Ovejas Negras.
- Grupos u organizaciones por temas específicos tales como los movimientos por y contra la despenalización del aborto, por la legalización de marihuana, contra la minería de gran porte, por el matrimonio igualitario, en contra y a favor de la baja de la edad de imputabilidad, etc.

7. *Sobre la política como tema de las relaciones sociales juveniles*

Los entrevistados no creen que exista una forma particular de relación social entre los jóvenes. Sin embargo, un elemento común diferenciador es la incorporación de las nuevas tecnologías a la cotidianeidad y la influencia de los medios de comunicación. El uso del celular y de la informática, la mayor facilidad de acceso a la tecnología, el uso de las redes sociales generan nuevas formas de relación que van sustituyendo a las relaciones directas. La visión de algunos entrevistados es crítica sobre el uso de las nuevas tecnologías porque sacrifica formas de relación más directas.

Como aspectos específicos de la sociabilidad juvenil se señalan:

- La necesidad de lo social. Los jóvenes tienden a juntarse, reunirse, expresar sus intereses comunes, hacer movidas, etc.
- Las relaciones son más superficiales, el compromiso es menor. En cierto sentido son relaciones más pragmáticas (amigos del colegio, de la facultad, el fútbol, de Un Techo, pero no son las mismas que se mantienen a lo largo del tiempo).
- Los jóvenes se relacionan más desprejuiciadamente, con mayor libertad y con más información (Internet).
- También se generan mayores dificultades para independizarse, acceder a buenos empleos, acceder a la vivienda. Esto hace que cambien las relaciones, aumentan los años de estudio, se postergan las decisiones, se van a vivir en grupos.
- Las formas de relación varían mucho de acuerdo con el sector social: posibilidad de hacer más actividades o quedarse en el barrio, reunirse en las esquinas.
- En el Interior se generan relaciones sociales de mayor cercanía, mientras que en Montevideo no se conocen tanto.

Con respecto al contenido político de las conversaciones de los jóvenes se señala que, en general, los jóvenes no hablan tanto de política, en el sentido de política partidaria, aunque sí de temas puntuales de contenido político público: las noticias importantes, escándalos políticos, temas educativos o vinculados al trabajo, temas de la agenda como legalización de la marihuana, aborto, baja de la edad de imputabilidad, temas que conmueven a la opinión pública como el crimen de La Pasiva.

Un aspecto que vale destacar es que en el caso de los dirigentes políticos, estos señalan que el solo hecho de estar en una reunión social, ya sea familiar o entre amigos, hace que todos se acerquen a consultarlos sobre temas del momento, ya sea para actualizar información, pedirles opinión o hacerles llegar su opinión. El dirigente

político genera un centro de interés y esta circunstancia demuestra que los intereses políticos no son ajenos a la preocupación general de los jóvenes.

8. Sobre las redes sociales como forma de participación de los jóvenes

La importancia de las redes sociales es reconocida por los dirigentes sociales y políticos. Sus opiniones van desde quienes relativizan su importancia hasta quienes las consideran muy importantes.

Entre quienes las consideran más importantes, señalan que son una herramienta fundamental, valiosa, principalmente como medio de información. Se trata de un medio que está a disposición, puede generar *viralidad*, es económico y llega muy bien a los jóvenes. Tiene ventajas con respecto a los medios masivos de comunicación en cuanto a que es accesible para quien quiere dar a conocer su mensaje y porque permite una *política de cercanía* en donde el político o el dirigente pueden tener contacto directo con la población.

Aunque uno podría tener la tentación de decir que en Uruguay hay, si se quiere, por los menos dos formas de hacer política: una forma más masiva a través de los medios de comunicación y otra más de cercanía. Y en ese equilibrio, yo creo que las redes ayudan mucho a informar actividades de gobierno, a organizar actividades políticas, como medio de comunicación, y a dar el debate público. [Dirigente partidario]

Sin embargo, no se desconoce el peso de los medios de comunicación, pues allí es donde están los temas de la agenda. Se menciona la relación entre medios de comunicación y redes sociales, en tanto los informativos televisivos y la prensa levantan discusiones y anuncios de las redes, principalmente de Twitter y un mensaje de un político puede generar una nota en una radio o en un diario. Se hace notar que el impacto de un mensaje en las redes sociales es mayor cuando se trata de un tema que ya está posicionado en los medios de comunicación.

Otro aspecto que se menciona es que una persona con actividad política, sin ser conocida, puede llegar a dar a conocer su mensaje, por lo que puede ayudar a candidatos emergentes.

Claramente una buena campaña en redes sociales es muy importante. Uno sin ser conocido puede lograr mucho. [Dirigente social]

La importancia de las redes se da principalmente por la posibilidad de compartir y difundir información especialmente dirigida a los jóvenes, para convocar a movilizaciones, para informar sobre reuniones o como apoyo a las campañas electorales.

Las redes sociales facilitan la comunicación de las organizaciones sociales, permiten compartir información sobre actividades de los grupos, publicar oportunidades laborales, conocer el interés y la opinión de los demás por los temas y dan la posibilidad de despertar el interés de personas que no pertenecen a las organizaciones.

También se destacan experiencias exitosas, en donde en forma espontánea se han generado movilizaciones a través de las redes sociales. En tal sentido, se han generado importantes movilizaciones convocadas únicamente a través de las redes sociales, aunque los casos son pocos.

Sin embargo, ningún dirigente confía únicamente en las redes sociales como canal de convocatoria, entre otras cosas porque las personas dicen que asistirán a un evento y luego no lo hacen, aunque en otros casos también sucede lo contrario. Existen pocos elementos para predecir el resultado real de una convocatoria a través de las redes sociales; en general, los dirigentes confirman que se utilizan múltiples estrategias para las convocatorias a movilizaciones.

Algunos dirigentes consideran que las redes contribuyen a generar debate y discusión, y que, además, permiten llegar a nuevas personas, incluso de otros partidos.

Son el bar de otra época. [Dirigente partidario]

Sin embargo, los entrevistados perciben que si bien la importancia de las redes sociales es creciente, no son el ámbito ideal para generar debates pues muchas veces se trata de debates *endogámicos*, entre personas de un mismo partido, y cuando lo son entre personas de diferentes partidos son muy violentos y radicales, lo que no contribuye a un buen intercambio de ideas.

Los debates no siempre son buenos; a veces generan peleas, las discusiones quedan ahí y luego no pasan a la acción... Como que se opina mucho pero se hace poco. [Dirigente social]

Para los entrevistados, entonces, las redes sociales son de mayor importancia y utilidad para difundir información y facilitar la comunicación que para generar debate, organizar eventos o posicionar candidatos.

Útiles para discutir temas de agenda, aunque a veces se da la discusión sin argumentos o agresiva, que no llega a nada. Opinión espontánea de momento, sin buscar información. [Dirigente social]

Las redes sociales, entonces, pueden ser muy importantes para compartir información e incluso para convocar a movilizaciones, pero eso no alcanza para hacer política.

Pero la política no se hace por redes sociales. La vida real está en la calle, no en las redes sociales; si no, sos un cibernauta bobo. [Dirigente partidario]

Se reconoce que las redes sociales son una forma más de participación, que se adapta a las formas de vida actuales y que ha demostrado ser útil para convocar a algunas movilizaciones, pero para posicionar candidatos no alcanza con el solo uso de este instrumento.

Aquellos entrevistados que atribuyen menor importancia política a las redes sociales consideran que se trata de un medio de comunicación más, que los complementa pero no los sustituye. Sirven para compartir información pero no permiten un buen intercambio de ideas.

Las redes sociales son consideradas como muy importantes en la vida de los jóvenes, pero de relativa importancia en la política. Resultan superficiales para la política; sirven para comunicar, compartir fotos, hacer una comunicación masiva; pero tienen una gran desventaja puesto que pueden generar malos entendidos, no sustituyen el *cara a cara* y no sirven para discutir argumentos.

Los dirigentes más jóvenes son los que más dudan sobre las ventajas de las redes sociales como herramienta política. Las redes forman parte de sus vidas pero no ven que tengan tanta importancia en lo político. A su vez, entre los dirigentes políticos entrevistados el uso de las redes sociales con fines políticos es más intenso y su opinión es más favorable.

Entre los entrevistados las redes más utilizadas son en primer lugar Facebook y luego Twitter; también mencionan a LinkedIn, Foursquare, YouTube, Ask, Pinterest, Google+, pero no son tan conocidas y tienen una presencia menor. Algunas tienen objetivos específicos y son de escasa utilidad. También se mencionó el uso del MSN, el chat y el mail, aunque no son redes sociales.

Facebook es la red más usada y llega prácticamente a todos los jóvenes. Esta masividad permite encontrarse con más militantes; sirve para compartir y socializar con personas que el usuario ya conoce. Se señala su utilidad para trabajar en grupos de una agrupación política juvenil (por ejemplo, organizando grupos cerrados por temas: asuntos internacionales, seguridad, educación, etc.).

La utilidad política de Facebook depende de cada usuario; si lo usa solamente como red social entre amigos, difícilmente se oriente hacia temas políticos en la red. De todos modos, existe la posibilidad de que un anuncio, un afiche o una foto puedan llegar a alguien que de otra forma no llegaría. Facebook ayuda a convocar a eventos y movilizaciones; también es útil para compartir imágenes de actividades o movilizaciones realizadas.

Twitter es menos masiva que Facebook. De hecho, entre los entrevistados algunos no eran usuarios de Twitter o, si lo eran, no lo usaban. Entre quienes tienen

una actividad mayor en Twitter están los jóvenes políticos más adultos y los que tienen un manejo institucional de este instrumento.

Las ventajas de Twitter son básicamente: la inmediatez, que permite la información al instante; mayor interacción y dinamismo; más abierta, mayor posibilidad de llegada a personas de diferentes partidos políticos.

Por otra parte, si bien el mensaje es muy breve, permite ampliarlo con un enlace, por ejemplo, a una nota adjunta.

También surgen críticas por la limitación de la extensión del mensaje, las dificultades para propiciar un debate que agregue valor y por los enfrentamientos improductivos entre políticos.

Si se comparan ambas redes, surge claramente que responden a lógicas diferentes.

Twitter no es tan masivo, está creciendo pero no es masivo. Es otra lógica. Buscamos transmitir mensajes y contar lo que estamos haciendo minuto a minuto. [Dirigente social]

La interacción entre personas que no piensan igual es posible en Twitter pero no es tan frecuente en Facebook, porque esta red es más *endogámica* y difícilmente genere intercambios de opiniones diferentes.

Los entrevistados mencionaron también la diferencia de públicos. Mientras Facebook es masivo, Twitter tiene un segmento de NSE alto. Se hace referencia también a que en Twitter hay más gente educada y dispuesta a intercambiar discusiones entre personas de diferentes partidos, sin recurrir a agresiones.

Twitter no se asocia con el público más joven. Entre los dirigentes más jóvenes se tiene la opinión de que «Twitter es para otra edad, para los de 24 o 25 años» y también «para otro tipo de personas, tipo universitarios».

En Facebook lo que importa es la persona. En Twitter lo que importa es el mensaje.

De las experiencias de los entrevistados se distinguen diferentes grados de profesionalización en el manejo de las redes. Se empiezan a crear perfiles y páginas institucionales, con un responsable para su gestión. Se comienza a segmentar qué información difundir en una red y en otra. En algunos casos los mensajes en las redes están *linkeados* y en otros se hace de forma independiente, con una orientación segmentada por tipo de información o por tipo de público.

El impacto en una y otra red es diferente. Sin embargo, todo esto aún se hace de forma muy intuitiva y se mantienen en simultáneo las ya clásicas *cadena de mails*.

Estas no tienen la lógica de red, que permite ir sumando gente, pero siguen siendo un medio de comunicación muy utilizado. En organizaciones con un público más joven, si se quiere convocar a una reunión el mensaje por las redes sociales llega más rápidamente que por el correo electrónico.

En síntesis, resulta evidente que los dirigentes juveniles, tanto políticos como sociales, utilizan las redes sociales, las conocen bien, valoran sus virtudes y defectos, desarrollan estrategias orientadas a través de estos vínculos, tampoco las sobrestiman ni apuestan a concentrar su estrategia de comunicación en ellas; por el contrario, las conciben como instrumentos específicos que deben sumarse a otras formas de comunicación más tradicionales que no se deben abandonar.

9. *Sobre cómo aumentar la participación política de los jóvenes*

En este punto se presentan los mecanismos que utilizan las organizaciones para promover la participación de los jóvenes, luego se presentan las dificultades y motivaciones que se detectan para dicha participación, y el capítulo se cierra con un conjunto de propuestas planteadas por los entrevistados para que los partidos mejoren la participación de los jóvenes en estas organizaciones.

9.1. Qué hacen las organizaciones sociales y políticas para incorporar a nuevos jóvenes

Los dirigentes partidarios entrevistados manifestaron dos posturas con respecto a cómo favorecer la participación juvenil en las organizaciones partidarias: i) tener un espacio específico para los jóvenes (juventudes, elecciones de los jóvenes separadas de las adultas), o ii) no construir un espacio específico y buscar que el joven se integre a la estructura existente.

En la primera se busca dar un espacio propio a los jóvenes y también mitigar parte de las carencias que pueda tener un partido en la atracción de jóvenes. En la segunda se pretende que el joven conquiste un espacio por su propia capacidad y no por su condición de joven, sin cuotas, y que el lugar sea indiscutible. Para ello se requiere que la estructura partidaria sea más flexible, menos formal, que incorpore distintas modalidades de participación.

Esa forma de hacer política de un tipo en un estrado hablando, que está bien, no renegamos de eso, lo hacemos también, no es atractiva. [Dirigente partidario]

Entre las acciones más mencionadas por los dirigentes partidarios para promover la participación de jóvenes se señalan: la existencia de organizaciones juveniles

dentro de los partidos, elecciones juveniles separadas de las elecciones partidarias, sedes o locales específicos, organización de actividades de capacitación específicas a través de la organización de charlas y reuniones, publicaciones en papel o digitales, página web, redes sociales, barras en boliches para recaudación de fondos.

En particular, las organizaciones de juventudes partidarias organizan toques, funciones de cine, charlas, barriadas, marchas, disfraces en movilizaciones o en el Día del Patrimonio, campamentos, capacitación en temas políticos, afiches en facultades.

En las organizaciones sociales, la captación de nuevos jóvenes varía con su propia forma de organización, con el grado de profesionalización y con su cultura organizacional.

En el caso de la FEUU, que tiene un área específica de comunicación, se hacen comunicados de prensa, se imprimen afiches, volantes, se organizan movilizaciones, se convoca a reuniones, se envía información por mail, se publica también en la web y en las redes sociales (Facebook y Twitter). Pero la captación de nuevos estudiantes se hace en los propios centros de estudio, en las facultades, en forma personal y directa.

La Federación Rural de Jóvenes trabaja por zonas, a partir de un interés específico, teniendo en cuenta la producción existente en la zona y con cursos de capacitación para ampliar conocimientos y posibilidades. Luego se hace seguimiento de los grupos que se forman.

El PIT-CNT ha aumentado mucho la cantidad de jóvenes afiliados, fruto del nuevo marco de crecimiento económico y del mercado laboral. En la UNTMRA se publica la información en las carteleras gremiales anunciando las reuniones de jóvenes, actividades culturales como campeonatos de truco y de *playstation*. También organizan visitas a las asambleas sindicales por fábricas y se realizan *pintadas de muros*.

La Pastoral Juvenil de la Iglesia Católica no realiza acciones concretas para atraer a nuevos jóvenes. Estos se acercan por vínculos interpersonales y amistades y luego continúan participando los que se interesan más.

Un Techo es la organización que tiene más profesionalizada su comunicación y reclutamiento de jóvenes. Realiza campañas concretas en universidades invitando a los jóvenes como voluntarios, organiza reuniones y difunde las convocatorias a través de las redes sociales (Facebook y Twitter); también organiza la colecta masiva en la vía pública. Existen estrategias definidas: hay un área de voluntariado que se encarga de atraer nuevos jóvenes y de mantener a los que están.

También contribuye el hecho de que se trabajan diversos temas, tales como la salud, la vivienda, la educación, el fomento de los microcréditos, por lo que, al tratarse de voluntarios universitarios, estos pueden encontrar una oportunidad de aplicar la actividad a los temas que estudian y, a su vez, tener la chance de capacitarse en otras temáticas tales como el liderazgo, el trabajo en equipo, la planificación, etc.

Sin embargo, se destaca que la transmisión *boca a boca* es una de las principales formas de captación de nuevos jóvenes.

9.2. Principales dificultades para la participación

En los *partidos políticos*, las principales dificultades señaladas por los entrevistados para la participación de los jóvenes tienen que ver con las barreras que ponen los propios partidos: a) la forma de participación no es llamativa; b) no se priorizan temas de interés de los jóvenes en la agenda; y c) los jóvenes no tienen capacidad de influir en la toma de decisiones.

La cultura centrada en el poder de decisión de las autoridades y la burocratización (reuniones, informes, etc.), desestimula y dificulta la participación.

Hay que ser muy tenaz para poder sobrevivir en política. Te puedo asegurar que mujeres jóvenes hay pocas, como mucho, dos o tres. [...] y vos discutís en una reunión y no tenés incidencia real, eso te va desmotivando. [Dirigente partidaria]

La falta de espacio para los jóvenes, no tanto en la participación sino en los lugares de decisión política, es mencionada reiteradamente, aunque no como un espacio que debe ser entregado, sino como la necesidad de que pueda ser realmente conquistado.

Los dirigentes entrevistados, tanto políticos como sociales, tienen una clara convicción de que los jóvenes deben ser capaces de conquistar y apoderarse de los espacios, pero para ello las puertas de las organizaciones partidarias deberían estar abiertas.

También se presentan dificultades para la participación juvenil durante los períodos interelectorales: en esos tiempos es necesario atraer con temas concretos. Otras dificultades están vinculadas con lo económico, ya que se trata de una participación voluntaria que no es remunerada. A su vez, se menciona la propia falta de interés de los jóvenes por la política como otro aspecto que dificulta la participación.

En las organizaciones sociales las dificultades no son tanto de participación, sino para mantener la continuidad del interés de los jóvenes.

Por otra parte, los entrevistados sostienen que a muchos jóvenes directamente no les interesan las propuestas de participación; otros se acercan motivados pero luego que pasa el momento de la novedad se decepcionan o se desanima; y finalmente, otros se entusiasman y continúan.

Existen variaciones sobre las dificultades detectadas por cada organización para lograr la participación juvenil, pero en términos generales se observa que la principal limitación es el tiempo disponible para dedicar a la militancia social.

Muchos jóvenes trabajan, estudian o hacen ambas cosas y además otros muchos tienen responsabilidades familiares, lo que les limita la disponibilidad para dedicarse a la participación en las organizaciones sociales.

9.3. Principales motivaciones para la participación

En las organizaciones políticas las principales motivaciones para la participación son:

- la identificación partidaria;
- los ideales del partido;
- las formas más flexibles y menos estructuradas de participación, cuando estas existen;
- la vocación por la política, la posibilidad de *hacer carrera política*;
- la posibilidad de aplicar lo profesional en el ámbito político;
- la participación en sí, como un objetivo que genera satisfacción personal;
- para poder cambiar la sociedad, para buscar una mejor distribución de riqueza y apostar a la justicia social;
- porque la política sigue siendo el lugar predilecto, el más eficaz, el privilegiado para hacer cambios en la sociedad.

En las organizaciones sociales las principales motivaciones para la participación tienen que ver con las temáticas específicas que abordan y las necesidades de los públicos a los que se dirigen. Así es que en un caso tendrá lugar con la defensa de los intereses de los trabajadores o de los estudiantes, en otro caso para promover y capacitarse en la actividad rural, o por motivos religiosos o de promoción social de los grupos más carenciados.

9.4. Sugerencias para que los partidos políticos aumenten la participación de jóvenes

Un aspecto en que coinciden todos los entrevistados es la necesidad de que los partidos permitan que los jóvenes se hagan su propio espacio, se ganen su lugar. Los jóvenes no esperan que se les regale nada, pero también es necesario que los partidos políticos se muestren abiertos a los jóvenes, no solo en el momento de las elecciones o para generar movilización política, sino también para que se los tome en cuenta y se los considere en la toma de decisiones.

Como acciones concretas que podrían aumentar la participación de los jóvenes en los partidos, se mencionan:

- mejorar la credibilidad: cumplir con lo que prometen y que el partido demuestre que va a mantener sus ideales;
- estar identificado con un conjunto de ideas y promover un proyecto concreto, contar con un proyecto a largo plazo;
- estar dispuestos a recibir y analizar las críticas que se reciben en lugar de defenderse;
- ser innovadores en la convocatoria y en la propuesta;
- reducir la burocratización;
- incorporar nuevas formas de participación menos formales;
- desarrollar la acción política en las diferentes organizaciones sociales y en los diferentes lugares en donde los jóvenes participan y realizan sus actividades;
- mantener una propuesta de participación activa durante todo el tiempo y no solo para el período electoral;
- usar las redes sociales porque los jóvenes son sus principales destinatarios;
- tener en cuenta al joven, darle un espacio, un lugar para reunirse;
- tomar en cuenta al joven en la toma de decisiones;
- darle formación y sustento al joven y reclamarle responsabilidad y compromiso.

Algunos comentarios:

La burocratización no ayuda a que los jóvenes participen. Y si logramos ser menos burócratas creo que vamos a lograr mayor participación juvenil. [Dirigente partidario]

En términos ideológicos, lograr convencer que el mejor espacio político, El espacio político es el de uno; por una vía o por la otra se va a lograr mayor apoyo y participación. [Dirigente partidario]

Los jóvenes buscan ver un impacto en el corto plazo, ver que su presencia es importante y no que están de relleno, de que ser un joven militante tiene su trascendencia en el partido... Que no sea como que están en las inferiores entrenando para después llegar... Eso puede desmotivar. [Dirigente social]

El sueño al joven lo desafía, al adulto no; desafiarlo con que puede hacer real, eso también ayuda. [Dirigente social]

Sobre las experiencias de hacerse un lugar en la política:

Y nadie me preguntaba si yo era joven o viejo o qué. Nosotros nos financiábamos en esa campaña con unos bonos de colaboración de \$ 100, y ¡chau! Obviamente que había gente con otra experiencia, con otra moneda, con otro impacto, que nosotros no lo teníamos... y teníamos que correr de atrás. [...] Movilización, militancia, trabajo,

tareas... llegar a la elección con un bagaje de personas, de gente, de militantes. No hay mucho misterio, es así. Así es como se logran las cosas. [Dirigente partidario]

Hay que saber llevar a un joven, desde un joven. Entre los jóvenes nos entendemos mucho más en el vocabulario. No hay nada mejor que un joven para llegarle a un joven. [Dirigente social]

Escucharlos más. Realmente considerar la opinión de ellos como una opinión valorable y que realmente puede aportar una visión. [Dirigente social]

Que no quede librado a la propia actitud del joven si participa o no, sino que haya como una postura de los partidos, un interés por decir realmente «quiero que los jóvenes...». Que haya un interés genuino y no solo político para mostrar en la vidriera, o para pegar carteles, o levantar banderas. [Dirigente social]

V. La participación política de los jóvenes en perspectiva internacional comparada

El objetivo de este capítulo es situar la realidad de los jóvenes uruguayos en una perspectiva comparada con América Latina en cuanto al involucramiento y participación política de los jóvenes.

En la medida en que, como se menciona en la introducción de este trabajo, el continente lleva más de un cuarto de siglo de democracia continua, la interrogante sobre los efectos de la socialización política en un contexto de democracia prolongada es más que pertinente.

El abordaje comparado que se asume en este capítulo no es individualizante sino globalizante. Por razones de extensión hubiera sido imposible considerar cada uno de los países latinoamericanos como un caso en sí mismo para el análisis. Por el contrario, aquí se asume una mirada al conjunto del continente como una unidad.

El Latinobarómetro, encuesta comparada que se aplica desde 1995 en forma continua en todos los países del continente,¹⁰ representa una fuente de datos invaluable para el objetivo buscado. Para el análisis que sigue a continuación se tomó la base de datos del año 2010, que incluye muestras nacionales de 1200 casos para los 18 países involucrados en el estudio, por lo que se trabaja con una muestra total de más de 20.000 entrevistas en el continente.

A continuación se presenta el análisis organizado en cuatro grandes dimensiones: 1) involucramiento político; 2) valoración de la democracia; 3) valoración de los partidos políticos; y 4) fuentes de información política. No se dispone de indicadores directos de participación política similares a los utilizados en Uruguay.

¹⁰ <www.latinobarometro.org>.

1. *Involucramiento político*

Para este análisis se tomaron tres indicadores. Por un lado, el interés en la política, por otro las identidades ideológicas y finalmente un indicador más indirecto, vinculado al capital social, como la confianza interpersonal.

Como se aprecia en el cuadro 36, la evidencia latinoamericana permite descartar la hipótesis de que los jóvenes del continente presentan menores niveles de interés que el resto de las generaciones. Por el contrario, los niveles de interés son muy similares entre personas de todas las franjas etarias. Si se analizan los segmentos *muy y bastante interesados* en conjunto, el interés entre los jóvenes alcanza al 27 %, y es casi igual (25 %) en la generación más adulta.

Si se considera el segmento de *nada interesado* en política, la información es extremadamente interesante en tanto parece sugerir que, de hecho, la generación que manifiesta mayor distancia del fenómeno político es la más adulta (60 y más, 44 %), mientras que entre los jóvenes y las edades intermedias el desinterés es menor (39 %), lo que ayuda aun más a descartar la hipótesis de una juventud más desinteresada que el conjunto de la sociedad.

En este indicador los resultados parecen contrastar con los encontrados en Uruguay, donde efectivamente los segmentos más jóvenes se muestran menos interesados en la política que el conjunto de la sociedad.

CUADRO 36. INTERÉS EN LA POLÍTICA

Pregunta: «¿Cuán interesado está usted en la política?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Muy interesado	7	7	7	8	6	7
Algo interesado	20	19	18	18	19	19
Poco interesado	34	34	35	31	29	33
Nada interesado	39	39	39	41	44	40
NS/NC	1	1	1	2	1	1
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

En la misma línea, como se aprecia en el cuadro 37, el análisis de las identidades ideológicas permite ver que estas categorías no son menos significativas para los

jóvenes. Estos las asumen en proporción muy similar a la del conjunto de la población como definiciones propias. Y de hecho, nuevamente son los más adultos los que manifiestan menor posicionamiento en la escala (28% NS/NC), cuatro puntos más que entre los propios jóvenes (24%).

CUADRO 37. IDENTIDADES IDEOLÓGICAS

Pregunta: «En la política se habla normalmente de izquierda y derecha. En una escala donde “0” es la izquierda y “10” es la derecha, ¿dónde se ubicaría usted?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Izquierda	23	22	21	22	20	22
Centro	25	26	24	24	22	24
Derecha	28	27	29	29	30	28
NS/NC	24	25	25	26	28	25
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

Finalmente, la información tampoco avala la idea de una juventud particularmente desconfiada de los demás. El indicador clásico de confianza interpersonal muestra que los niveles de confianza son similares en todas las franjas etarias, con diferencias insignificantes: la confianza interpersonal no varía más que en un punto entre todas las generaciones analizadas.

CUADRO 38. CONFIANZA INTERPERSONAL

Pregunta: «Hablando en general, ¿diría usted que se puede confiar en la mayoría de las personas o que uno nunca es lo suficientemente cuidadoso en el trato con los demás?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Se puede confiar en la mayoría de las personas	20	21	20	21	21	20
Uno nunca es lo suficientemente cuidadoso en el trato con los demás	79	77	78	77	77	78
NS/NC	2	2	2	2	3	2
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

2. Valoración de la democracia

La valoración de la democracia se evalúa sobre la base de otros cuatro indicadores. Por un lado, los indicadores clásicos de apoyo y de satisfacción con la democracia y, por otro, dos indicadores de evaluación y potencial apoyo a gobiernos militares.

Con relación al indicador clásico de apoyo a la democracia (cuadro 39), los resultados muestran que la mayoría de los habitantes del continente (61 %) prefieren este régimen de gobierno antes que cualquier otro y muestran también que esta actitud se da con similar intensidad entre los jóvenes que en el conjunto de la sociedad. Y el cuadro 40 muestra una situación muy similar en cuanto a la satisfacción con la democracia: los niveles de satisfacción entre los jóvenes (44 %) son muy similares a los del resto; por ejemplo, a los de la generación adulta (45 %).

Por tanto, tampoco en este aspecto parecen encontrarse diferencias significativas entre los jóvenes latinoamericanos y el resto de sus sociedades, que apoyen la idea de un mayor distanciamiento de la política o una menor valoración de la democracia en su conjunto.

En el caso de Uruguay tampoco se encontraron diferencias entre los niveles de adhesión a la democracia entre los jóvenes y los demás grupos de edad, pero los niveles de apoyo, tanto en el conjunto de la población uruguaya como entre los jóvenes son sensiblemente más elevados.

CUADRO 39. APOYO A LA DEMOCRACIA

Pregunta: «¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno	61	62	61	64	61	61
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible	16	14	16	14	14	15
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	17	18	16	14	14	16
NS/NC	6	6	7	8	10	7
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

CUADRO 40. SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA

Pregunta: «En general, diría usted que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en su país?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Muy satisfecho	11	10	9	11	10	10
Más bien satisfecho	33	34	34	35	35	34
No muy satisfecho	39	37	37	35	34	37
Nada satisfecho	14	16	14	15	15	15
NS/NC	4	4	4	4	7	5
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

¿En qué medida la juventud latinoamericana podría ser seducida por propuestas autoritarias? ¿El hecho de que los jóvenes no hayan vivido nunca bajo regímenes militares puede llevarlos a tener visiones menos críticas sobre estos?

La información del cuadro 41 muestra, en realidad, que la diferencia más fuerte de los jóvenes con el resto de la sociedad en cuanto a su opinión sobre los gobiernos militares es que tienen menos opiniones formadas sobre estos. Casi un tercio (31 %) de los jóvenes no pueden opinar sobre si el último gobierno militar de su país fue bueno o malo, proporción que disminuye a menos de la mitad entre la generación más adulta (15 %).

Y en cuanto al balance en términos de juicios positivos y negativos sobre el último gobierno militar, las visiones parecen ser bastante similares comparando las generaciones extremas. Entre los jóvenes las opiniones negativas superan a las positivas en relación de 1,55 a 1 (28 % sobre 18 %), y entre los adultos la relación es de 1,6 a 1 (37 % a 23 %).

Por tanto, no existen visiones menos negativas entre los jóvenes en cuanto al recuerdo del último régimen militar.

CUADRO 41. RECUERDO SOBRE EL ÚLTIMO GOBIERNO MILITAR

Pregunta: «¿Cuál es su opinión sobre el último gobierno militar en su país? ¿Diría usted que fue muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Muy bueno/bueno	18	19	20	20	23	19
Regular	23	24	25	26	26	24
Malo/muy malo	28	33	35	38	37	33
NS/NC/No aplica	31	24	20	15	14	23
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

Consistentemente con lo anterior, el cuadro 42 muestra que el apoyo a un eventual gobierno militar «si las cosas se complican» tampoco es mayor entre los jóvenes que en las generaciones más adultas. En ambos segmentos la amplia mayoría (62 % de los jóvenes, 61 % de los adultos) rechazarían un gobierno militar incluso en condiciones extremas.

CUADRO 42. APOYO A GOBIERNO AUTORITARIO SI LAS COSAS SE COMPLICAN

Pregunta: «¿Apoyaría usted a un gobierno militar en reemplazo del gobierno democrático si las cosas se ponen difíciles, o no apoyaría usted en ninguna circunstancia un gobierno militar?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Apoyaría a un gobierno militar en reemplazo del gobierno democrático	29	28	28	28	29	28
En ninguna circunstancia apoyaría a un gobierno militar	62	64	65	63	61	63
No sabe	9	8	8	8	10	9
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

3. Valoración de los partidos políticos

La tercera dimensión analizada tiene que ver con los partidos políticos. Se utiliza por un lado un indicador de *cercanía a los partidos*, que es diferente al utilizado en Uruguay pero que de cualquier forma responde a la misma dimensión, y un indicador sobre la importancia que tienen los partidos políticos para el funcionamiento democrático.

Del análisis de ambos indicadores se concluye que, al igual que en el caso uruguayo, hay evidencia que permite afirmar ciertos niveles de distanciamiento generacional respecto a los partidos.

Como muestra el cuadro 43, la cercanía a los partidos políticos aumenta conjuntamente con la edad. Entre las personas mayores de 60 años se registra una mayor proporción de ciudadanos cercanos a los partidos (51%), y entre los más jóvenes se registra la más baja (44%). Es cierto que las teorías sobre identificación partidista sugieren que el partidismo tiende a aumentar conjuntamente con la edad por un efecto de ciclo vital. Sería necesario un análisis de seguimiento de las cohortes para testear esta hipótesis.

CUADRO 43. CERCANÍA A LOS PARTIDOS

Pregunta: «¿Hay algún partido político hacia el cual se sienta usted más cercano que hacia el resto de los partidos?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Cercano	44	46	44	50	51	46
No cercano	53	51	53	47	46	51
No sabe/no contesta	3	3	3	3	3	3
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

Sin embargo, más allá del partidismo como cercanía o identificación, también la juventud latinoamericana parece tener una menor valoración que el resto de la sociedad respecto al rol que juegan los partidos políticos para la democracia.

Como se aprecia en el cuadro 44, la proporción de ciudadanos que afirman que «la democracia puede funcionar sin partidos» es mayor entre las generaciones más jóvenes (33%) que entre las de mayor edad (26%).

CUADRO 44. SIN PARTIDOS NO PUEDE HABER DEMOCRACIA

Pregunta: «Hay gente que dice que sin partidos políticos no puede haber democracia, mientras que hay otra gente que dice que la democracia puede funcionar sin partidos. ¿Cuál frase está más cerca de su manera de pensar?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Sin partidos políticos no puede haber democracia	58	58	59	61	62	59
La democracia puede funcionar sin partidos	33	33	30	28	26	31
No sabe/no contesta	8	11	11	11	13	10
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Latinobarómetro 2010.

4. Fuentes de información

Los indicadores sobre fuentes de información política son dos. Por un lado, un indicador dicotómico (sí/no) respecto al uso de cada uno de los medios para informarse políticamente. Por otro lado, un indicador algo más completo que mide la frecuencia con la que los individuos se informan por algunos de los principales medios.

Con respecto a la información política en general, el cuadro 45 muestra, en primer lugar, que la televisión continúa siendo, en todas las generaciones, el medio más utilizado para informarse políticamente, y que la radio, la familia y los amigos ocupan los lugares siguientes.

Pero focalizando específicamente en las diferencias entre los jóvenes y los adultos, estas se encuentran, como en el caso uruguayo, básicamente en los consumos de radio e Internet. El peso de la radio como fuente de información política aumenta conjuntamente con la edad, mientras que el uso de Internet es inverso y crece entre los jóvenes. Estas variaciones van en la misma dirección que las constatadas para el caso uruguayo, pero no parecen ser tan fuertes en el conjunto del continente, lo cual puede ser explicable por los altos niveles de penetración de Internet existentes en Uruguay en términos relativos.

CUADRO 45. ¿CÓMO SE INFORMA SOBRE ASUNTOS POLÍTICOS?
(% QUE DICE QUE SE INFORMA POR ESE MEDIO)

Pregunta: «¿Cómo se informa usted sobre los asuntos políticos?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Televisión	79	80	79	79	76	79
Radio	46	48	49	51	51	48
Familia	45	44	43	42	46	44
Amigos	37	36	38	34	34	36
Diarios/revistas	36	37	36	35	31	35
Compañeros de trabajo	15	19	18	15	10	16
Internet	22	16	14	11	7	16
Compañeros de estudio	12	6	5	4	3	7
Otros	1	1	1	1	1	1

Fuente: Latinobarómetro 2010.

El cuadro 46, que se centra en los medios tradicionales, presenta la proporción de individuos que podrían considerarse *consumidor frecuente* de noticias políticas por cada medio (6 a 7 días por semana).

La información sugiere que los jóvenes, si bien se informan políticamente por la televisión y la radio en proporciones similares a las generaciones anteriores (cuadro 45), lo hacen con menor frecuencia (cuadro 46). En cambio, con Internet ocurre lo contrario. Casi la décima parte de los jóvenes latinoamericanos consumen información política a través de Internet a diario o casi a diario.

CUADRO 46. ¿CUÁNTOS DÍAS MIRÓ LAS NOTICIAS POLÍTICAS EN DISTINTOS MEDIOS? (% QUE MIRÓ LAS NOTICIAS 6 O 7 DÍAS EN LA ÚLTIMA SEMANA)

Pregunta: «¿Cuántos días en la semana pasada miró usted las noticias políticas en..?»

	18 A 29 AÑOS	30 A 39 AÑOS	40 A 49 AÑOS	50 A 59 AÑOS	60 AÑOS Y MÁS	TOTAL
Televisión	39	44	45	47	49	43
Radio	19	22	22	27	28	22
Periódico/diario	12	12	13	14	13	13
Internet	9	6	5	4	2	6

Fuente: Latinobarómetro 2010.

VI. Conclusiones

El trabajo explora algunas de las principales actitudes y valores políticos de los jóvenes uruguayos desde la perspectiva de la participación política. La comprensión de estos fenómenos constituye un aporte relevante para las organizaciones partidarias y su capacidad de incorporar la *mirada juvenil* en su organización.

En la práctica es frecuente que los partidos políticos uruguayos y las instituciones del Estado se interroguen sobre este asunto: ¿cómo lograr conectar con una juventud aparentemente desinteresada y desmovilizada políticamente?, ¿cómo lograr representación política (del lado de los partidos) o construir los consensos necesarios para la implementación de las políticas públicas (del lado de los gobiernos)?, ¿cómo diseñar estos procesos (desde el plano de la comunicación) de tal forma que resulten inclusivos para los jóvenes?

Las consecuencias de este asunto también van más allá. Como se mencionó en la introducción de este trabajo, desde una perspectiva más amplia es un desafío para la democracia en su conjunto desarrollar o mantener en los jóvenes una cultura política y sistemas de valores que estimulen y consoliden la estabilidad democrática.

Buena parte de las tareas pendientes de nuestro país y de América Latina en las próximas décadas serán más abordables si se logra profundizar el proceso democrático y esto tiene que ver, entre otras cosas, con el grado en que los valores democráticos se hayan afianzado en las nuevas generaciones.

A continuación se presentan las conclusiones de este trabajo ordenadas en función de tres ejes de análisis; en primer lugar, la comparación entre los comportamientos y actitudes de los jóvenes con respecto a los del conjunto de la sociedad uruguaya; en segundo lugar, las diferencias detectadas en las conductas y actitudes entre los diferentes conjuntos de jóvenes; y por último, las diferencias entre los jóvenes uruguayos y los jóvenes latinoamericanos.

1. *Los jóvenes y la sociedad uruguaya*

Los resultados muestran que los jóvenes parecen algo menos interesados en política que los mayores. En efecto, mientras que en el conjunto de la población una de cada tres personas manifiesta tener bastante o mucho interés en la política, este porcentaje se reduce a una quinta parte entre los jóvenes. Estos datos confirman, en una primera instancia, la idea general de que las nuevas generaciones manifiestan menor interés en la política que las generaciones anteriores.

Los dirigentes entrevistados distinguen entre el desinterés respecto a la política en general y respecto a la política partidaria, e indican que este último es mayor. Esta evaluación es consistente con los resultados obtenidos en la encuesta.

Respecto al desinterés en la política partidaria, los entrevistados ensayan algunas proposiciones sobre sus causas, distinguiendo entre aquellas que se deben al contenido de la actividad política, las referidas a las formas y aquellas que se deben a cambios ocurridos en la sociedad. Sobre las formas hacen referencia a la burocracia de los partidos, las excesivas reuniones y la falta de escucha; sobre los contenidos señalan que los partidos no cumplen, defraudan, decepcionan o no mantienen ideales; y sobre los cambios de la sociedad señalan particularmente la desestructuración familiar y el aumento de la segmentación social.

Los entrevistados también presentan algunas ideas sobre cómo podrían los partidos mejorar su capacidad de atracción hacia los jóvenes.

En particular, algunos de los entrevistados desarrollan, además, una reflexión que está vinculada al ciclo de vida. Según estos, a medida que los individuos se incorporan a la vida adulta deben aumentar su interés en la política porque tienen mayor conciencia de que las decisiones públicas los afectan más directamente en su vida cotidiana; mientras que los jóvenes, particularmente los más jóvenes, no tienen conciencia ni presión social para preocuparse de los asuntos públicos.

En cuanto al análisis de los canales utilizados por los uruguayos para informarse sobre política, surge con claridad que la televisión es, para todos los grupos de edad, el principal medio de información política: abarca a alrededor de ocho de cada diez uruguayos; por otra parte, las relaciones interpersonales también ocupan un espacio relevante para obtener información política entre todos los uruguayos, incluyendo a los jóvenes.

No obstante ello, es posible identificar una diferencia en el peso de las nuevas tecnologías. Como era de esperar, el uso de Internet aumenta entre los jóvenes mucho más que en los demás grupos de edad, hasta alcanzar casi un tercio, mientras que en el conjunto de la población apenas uno de cada diez se informa por ese medio.

A su vez, los jóvenes mantienen orientaciones ideológicas y niveles de participación política que no parecen sustantivamente diferentes de los del conjunto de la

sociedad (en el sentido de que no existe entre ellos un mayor número de indefinidos, ni tampoco un incremento de las posiciones neutras) y sus convicciones democráticas son tan firmes como las de todos los uruguayos. Al igual que el conjunto de la población, alrededor de tres de cada cuatro jóvenes expresan su adhesión al sistema democrático.

Pero sí existen diferencias en el porcentaje de jóvenes que manifiestan simpatía por los partidos políticos. Mientras que en el conjunto de la población se pueden identificar tres tercios más o menos parejos entre los que expresan fuerte simpatía, los que tienen simplemente simpatía y los que no tienen simpatías, entre los jóvenes los que tienen simpatías fuertes por los partidos políticos se reducen al 19% y los que declaran no tener ningún tipo de simpatía aumentan al 43%.

Por otra parte, también existen diferencias con respecto a la confianza expresada hacia los partidos políticos. En un contexto generalizado de bajos niveles de confianza hacia los partidos — solo una cuarta parte del conjunto de la población expresa tenerles confianza—, entre los jóvenes este porcentaje se reduce al 17%. Asimismo, los jóvenes se muestran más desconfiados que el resto de la población respecto de todas las instituciones que fueron evaluadas, excepto Internet, a la cual expresan mayor confianza que el resto de la sociedad.

A su vez, los jóvenes comparten con el conjunto de la población una opinión mayoritaria (de alrededor de dos tercios) respecto a que los partidos políticos no representan los intereses de los jóvenes. Este dato es compartido por las opiniones de los dirigentes juveniles entrevistados, que destacan la dificultad que tienen los partidos para representar los intereses y demandas juveniles.

Estos dirigentes señalan que muchos jóvenes ven a los partidos como organizaciones envejecidas en las que es difícil ingresar y tener peso en sus decisiones, con estructuras rígidas y que no resultan amigables para los jóvenes.

Por otra parte, existen algunas diferencias en el posicionamiento ideológico de los jóvenes. Estos, junto con los adultos jóvenes, se ubican más a la izquierda que el conjunto de la población, alcanzando al 40%. Esta diferenciación se hace más contundente al analizar la cercanía con respecto a los diferentes partidos políticos: entre los jóvenes y los adultos jóvenes, alrededor de cuatro de cada diez manifiestan sentirse cerca del Frente Amplio y en cambio dos de cada diez expresan cercanía a los partidos históricos; a la inversa, entre los de mayor edad solo el 28% declaran estar cerca del Frente Amplio y en cambio llegan al 37% los que se sienten cercanos a los partidos históricos.

Esta constatación ratifica la hipótesis de que el correlativo crecimiento del Frente Amplio en los últimos años ha estado acompañado de un fuerte crecimiento de estas adhesiones entre las generaciones más jóvenes.

Con respecto a las conductas de participación política, los jóvenes hablan algo menos de política que el conjunto de los uruguayos: un 23% dicen hablar más o

menos frecuentemente de política, contra el 35 % en el conjunto de la población; pero cuando se relevan las conductas que implican niveles más activos de participación los porcentajes son muy similares.

En efecto, alrededor de una quinta parte de los jóvenes trata de convencer a terceros sobre temas políticos o trabaja para promover un tema que considera importante, igual que el conjunto de la población; y lo que es más significativo, también existe un porcentaje similar al del conjunto de la población entre los jóvenes que declaran trabajar con frecuencia para un partido o candidato.

De modo que si bien existen diferencias apreciables en la frecuencia con la que los jóvenes hablan de política con respecto al conjunto de la población —indicador que puede estar relacionado con el *interés en la política* más general evaluado anteriormente—, en la medida que se relevan conductas que implican un mayor involucramiento las diferencias se desvanecen: el subconjunto de jóvenes políticamente más participativos es, en cantidad, igual al que se registra en el conjunto de la población.

Esto permite cuestionar la idea de que los jóvenes están definitivamente menos vinculados con el fenómeno político como un todo. Sugiere, por el contrario, que el fenómeno es bastante más complejo de lo que a veces puede parecer, y requiere el abordaje de múltiples dimensiones.

Los entrevistados señalan que aunque los jóvenes hablan menos de política en general, sin embargo se interesan por algunos temas de alcance público que los involucran o afectan más directamente.

En síntesis, los jóvenes parecen un poco menos interesados, hablan algo menos de política, tienen menor nivel de simpatía y confían menos en los partidos políticos que el conjunto de los uruguayos, pero estas diferencias no son demasiado pronunciadas.

Pero, en sentido contrario, no se aprecian diferencias en la valoración de los jóvenes por la democracia, de modo que cierta distancia con respecto a la política y a los partidos no está acompañada de una desafección democrática. Y también existen similitudes con el conjunto de la sociedad en la proporción de jóvenes que manifiestan conductas de participación política más activas. Tampoco muestran diferencias en sus niveles de identificación ideológica: sí en las orientaciones —algo más a la izquierda— pero no en los niveles absolutos.

Por tanto, desde una mirada general, la evidencia no es contundente en cuanto a un distanciamiento unívoco de los jóvenes respecto al fenómeno político. Aunque este, claramente, tiene algunas características diferentes entre los jóvenes.

Una de estas diferencias es la vinculación de los jóvenes con las nuevas tecnologías de información y, en particular, con el uso de las redes sociales, uno de los focos de la investigación.

Si bien es cierto que en ningún caso los porcentajes de aquellos que usan las redes sociales son mayoritarios, sin embargo entre los jóvenes la frecuencia en el uso

de estos instrumentos se duplica con respecto al conjunto de la población: mientras que entre los uruguayos en general el uso de las redes se ubica en el entorno del 10 % tanto para informarse de política como para intercambiar ideas, entre los jóvenes alcanza al 20 y 15 % respectivamente.

Es notorio a la luz de la evidencia que algunas formas de involucramiento político (formas de informarse políticamente y de expresarse políticamente a través de las redes sociales) efectivamente han cambiado. Y estas no se pueden interpretar por un efecto de ciclo de vida (asumir esto significaría que esperamos que los jóvenes que hoy utilizan Internet y redes sociales para comunicarse políticamente dejen de hacerlo por un efecto de ciclo de vida hasta asemejarse a las generaciones adultas, cosa que parece una hipótesis absurda). Hay algunos cambios tecnológico-sociales que están siendo asimilados por esta generación, y que seguramente tendrán impactos hacia el futuro. El paso del tiempo no hará que estas generaciones se parezcan a las anteriores en estos aspectos sino que se trata de cambios perdurables.

En este sentido, las fuentes que los jóvenes utilizan para informarse políticamente tienen que ver todavía fuertemente con los medios tradicionales (radio, TV y prensa escrita), pero mucho menos que para las generaciones anteriores. La radio, por ejemplo, es el medio que en términos relativos muestra entre los jóvenes un peso mucho menor que entre los más adultos. Por contrapartida, Internet ha cobrado una fuerza interesante en este segmento, y en menor medida lo han hecho también las redes sociales.

El acceso y uso de redes sociales para fines políticos (informarse o expresarse) es todavía minoritario y posiblemente segmentado socialmente. Sin embargo, los cambios en los niveles de acceso de otras tecnologías recientemente incorporadas, como por ejemplo la telefonía celular y el SMS, han sido vertiginosos y la universalización de su uso se alcanzó en un tiempo muy reducido, salvo en algunos núcleos minoritarios con resistencias culturales o carencias educacionales muy importantes.

En la medida en que Internet en su conjunto, y las redes sociales como un capítulo más específico, puedan seguir trayectorias similares, no se puede descartar que el incremento en la extensión del uso sea también relativamente rápido.

En tal sentido, el grado de conocimiento sobre el funcionamiento y la potencialidad de las redes sociales por los dirigentes juveniles entrevistados demuestra la particular propensión de este grupo de edad hacia el uso de estas y sugiere que el incremento de su uso social y político será muy probablemente rápido.

La existencia del Plan Ceibal (una laptop por niño) en la educación pública funcionando desde 2007 ya ha ampliado la cobertura de Internet y disminuido significativamente la brecha digital. En la medida en que las *generaciones Ceibal* ingresen a la arena política, probablemente la extensión de estas herramientas será cada vez mayor y esto contribuirá a potenciar el proceso.

Pero, si se piensa en períodos más cortos, por ejemplo, en las elecciones de 2014 el impacto real de estas nuevas herramientas de comunicación política sobre el escenario electoral será todavía limitado como medio de efecto masivo.

La red Twitter tiene hoy un impacto muy fuerte —y creciente— en las elites políticas, periodísticas y, parcialmente, también empresariales. Desde ellas repica al conjunto de la sociedad a través de los medios masivos, pero su efecto directo es aún moderado por sus limitaciones de alcance. Facebook tiene una lógica diferente, funciona más como red social propiamente dicha, llega a segmentos más amplios y más heterogéneos que Twitter (aunque también minoritarios en el conjunto), pero en ella una buena parte del público se resiste a canalizar contenidos políticos.

Ambas plataformas, y quizás otras que surjan en el futuro, tendrán un desarrollo importante en los próximos tiempos y seguramente serán los jóvenes los más propensos a seguir incorporando estos instrumentos en la vida política.

También es posible que una demanda acelerada de parte de la ciudadanía hacia los partidos y candidatos para que participen en las redes sociales pueda derivar en ciertas limitaciones estructurales de estos para satisfacer adecuadamente las expectativas del público.

Por tanto, rápidamente los actores políticos pueden pasar de una situación donde se sobredimensiona el verdadero potencial de las redes sociales y se intenta tener una presencia importante muy vinculada al tiempo personal del candidato, a una situación de debilidad por incapacidad estructural de responder a una masa creciente de demandas.

En definitiva, si bien los jóvenes muestran menores grados de interés y cercanía a la política y a los partidos, estas diferencias no erosionan el apego de los jóvenes a la democracia, ni sus definiciones ideológicas más básicas.

Por otra parte, la proporción de jóvenes más activos e interesados en política, que representan alrededor de una quinta parte del total, es equivalente en cantidad a los que se registran en el conjunto de la sociedad y sus comportamientos son bastante parecidos con la excepción del uso de las redes sociales como instrumentos de información e intercambio de opiniones, en donde los jóvenes presentan una significativa preferencia por su uso.

2. *Las diferencias entre los distintos grupos de jóvenes*

Las conductas y valoraciones sobre la política así como sus formas de participación política no son homogéneas entre los jóvenes uruguayos. Tanto los perfiles socioeconómicos como sus posturas básicas en materia de interés en la política permiten distinguir comportamientos diferentes.

El nivel educativo y el nivel socioeconómico de los jóvenes uruguayos muestran diferencias fuertes en sus opiniones y conductas. Estas diferencias son menos frecuentes y de menor entidad cuando analizamos las posiciones de los jóvenes según sexo y lugar de residencia.

Por su parte, el interés en la política es una variable que explica, también, de manera consistente algunas de las conductas y preferencias de los jóvenes uruguayos en cuanto a la intensidad y modalidades de su participación política.

Entre los jóvenes de mayor educación y NSE más alto los porcentajes de interesados en política alcanzan a cuatro de cada diez, mientras que en el conjunto de los jóvenes, como habíamos visto, este porcentaje se reduce a la mitad (20 %).

El nivel educativo también distingue los niveles de apoyo al sistema democrático; entre los menos educados este porcentaje (aunque mayoritario también) se ubica en el 58 %, mientras que entre los de mayor educación llega al 83 %. Esta diferencia no es menor, aunque se encuentra dentro de un contexto general de apoyo mayoritario a la democracia.

Los jóvenes con mayor educación y NSE alto también se diferencian del resto de los jóvenes en la frecuencia con la que se informan a través de las redes sociales. Más de la mitad de estos jóvenes declaran usar las nuevas tecnologías para informarse sobre asuntos políticos; por el contrario, entre los jóvenes de NSE más bajo o de baja educación las fuentes de información se concentran fuertemente en los canales tradicionales, es decir, las relaciones interpersonales y la televisión.

Si bien entre todos los jóvenes la confianza en los partidos es particularmente baja, entre los más educados crece un poco (21 %); pero no existen diferencias en los niveles de simpatía que generan los partidos políticos.

Por el contrario, existen diferencias bastante fuertes en las identificaciones ideológicas de los jóvenes según educación y NSE. Las preferencias por la izquierda aumentan sustancialmente entre los menos educados y de NSE más bajo y disminuyen notoriamente con el aumento del nivel educativo y socioeconómico; también son más fuertes entre los varones que entre las mujeres jóvenes y entre los montevideanos que entre los jóvenes del interior del país.

Las conductas que miden la participación política también presentan diferencias según el perfil socioeconómico de los jóvenes.

Los más educados y de NSE alto hablan mucho más de política que el conjunto de los jóvenes (42 y 57 % respectivamente) y los varones jóvenes (29 %) hablan bastante más que las mujeres jóvenes. También los jóvenes más educados y de NSE alto tratan de convencer a terceros sobre asuntos políticos más frecuentemente y en mayor proporción declaran trabajar por una causa o asunto considerado socialmente valioso.

Sin embargo, estas diferencias desaparecen cuando se analiza el perfil de los que declaran trabajar para un partido o candidato; con independencia de su

caracterización, el porcentaje de jóvenes que trabajan para un partido o candidato se ubica en el entorno del 7 %.

Finalmente, también los jóvenes de mayor educación y NSE son los que utilizan con mayor frecuencia las redes sociales para informarse e intercambiar ideas sobre asuntos políticos. Alrededor de un tercio de los más educados se informan por las redes sociales y casi una cuarta parte intercambian ideas por esos medios, mientras que entre los de educación primaria el porcentaje se reduce al 5 %.

En definitiva, los más educados y de mayor NSE son más interesados en política, participan más activamente hablando y tratando de convencer a otros, adhieren con mayor intensidad al sistema democrático y usan con mayor frecuencia las redes sociales para asuntos políticos, tanto para informarse como para intercambiar ideas. Por otra parte, no existen diferencias sobre los niveles de confianza en los partidos y con los niveles de identificación ideológica, ni tampoco existen diferencias sobre los que trabajan activamente para un partido político o candidato.

Al analizar los resultados según el nivel de interés en la política también surgen diferencias en los comportamientos de los jóvenes uruguayos.

Por cierto, los que manifiestan tener mucho o bastante interés en la política son, en general, más proclives a valorar la democracia, confían en mucho mayor medida en los partidos políticos (48 %), la mitad de ellos hablan frecuentemente de política y tratan de convencer a otros sobre asuntos políticos y también son mucho más propensos a trabajar para un partido o candidato (19 %).

También los interesados en política usan con mayor frecuencia las redes sociales tanto para informarse sobre asuntos políticos como para intercambiar opiniones.

Finalmente, existe una fuerte correlación entre quienes declaran realizar con frecuencia las diferentes conductas de participación política. Siete de cada diez de los que hablan de política frecuentemente o tratan de convencer a terceros, también declaran que trabajan para un partido o candidato.

Por otra parte, los que tienen conductas más activas de participación política también usan en mucha mayor medida las redes sociales, tanto para informarse como para intercambiar opiniones.

En síntesis, los interesados en política son consistentemente más activos en su participación política, valoran más a la democracia, a la política y a los partidos y tienden a estar más activos en las redes sociales con fines políticos. Este conjunto de jóvenes representa aproximadamente a un quinto de los jóvenes uruguayos.

Las conclusiones presentadas confirman que no es posible hablar de los jóvenes en general sin tener presente que ciertas características socioeconómicas y políticas de estos marcan diferencias sustanciales en sus actitudes y conductas con respecto a la participación política. Efectivamente, la propensión a la participación

está asociada positivamente con el nivel educativo y socioeconómico de los jóvenes, así como con el grado de interés en la política.

Los entrevistados coincidieron en señalar que existía entre los jóvenes un núcleo activo e interesado en la actividad política y partidaria que es coincidente con los resultados de la encuesta aplicada.

En el subconjunto de los jóvenes políticamente activos se registran conductas y predisposiciones hacia la política que no solo superan los porcentajes promediales de los jóvenes uruguayos, sino que en varios casos también se ubican por encima de los resultados generales de la población uruguaya.

Por cierto, ese conjunto de jóvenes políticamente más activos representan tan solo un sector minoritario de los jóvenes uruguayos, pero confirma que las posturas y decisiones en materia de participación política juvenil no son homogéneas en absoluto. Esta constatación debe ser muy tenida en cuenta, particularmente por las organizaciones políticas juveniles para definir sus estrategias de acercamiento e incorporación de jóvenes a sus filas.

Particularmente, el análisis realizado sobre las motivaciones presentes en los dirigentes juveniles entrevistados muestran que la existencia de un contexto familiar politizado y portador de tradiciones partidarias puede ser un factor que aumente la propensión a la participación activa; a su vez también se observó la existencia de cierta vinculación entre el compromiso de activismo social y activismo partidario en la medida que fue frecuente encontrar la coexistencia, antes o después, de un compromiso de participación social y partidaria en la misma persona.

3. Los jóvenes uruguayos y los jóvenes de la región

Los jóvenes latinoamericanos no parecen más desinteresados en la política que sus mayores, ni tienen convicciones democráticas más débiles que las generaciones anteriores. Sí se muestran más distantes y valoran menos a los partidos políticos, y están registrando cambios en las formas en que se informan políticamente.

La situación, desde una perspectiva general, es similar a la que se encuentra en Uruguay, aunque en este país el nivel de interés en la política de los jóvenes es menor que entre los adultos.

Sin embargo, la existencia de estas similitudes generales no significa que los jóvenes uruguayos sean similares a los latinoamericanos. Son diferentes en muchas cosas, pero estas diferencias se explican básicamente por el efecto *pais* (contexto cultural y sociopolítico): los jóvenes uruguayos se diferencian de los jóvenes latinoamericanos en el mismo sentido que los adultos uruguayos se diferencian de los adultos latinoamericanos. Por ejemplo, la adhesión a la democracia es sustancialmente

más fuerte entre los uruguayos (adultos o jóvenes) que entre los latinoamericanos en general.

Esta conclusión es consistente con la opinión brindada por los entrevistados, quienes también señalaron que las diferencias existentes tenían mayor relación con las características generales de la sociedad uruguaya que entre los jóvenes por sí mismos.

Pero los procesos de fondo parecen ser básicamente los mismos. La idea de una juventud apática, desinteresada y desmovilizada políticamente no encuentra un sustento fuerte.¹¹ Parece haber un mayor distanciamiento con los partidos políticos y un cambio en los mecanismos de información política, que representan nuevos contextos, y un desafío particularmente importante para los partidos políticos en su objetivo de (re)construir su representación política.

¹¹ Se reitera que, sobre la perspectiva latinoamericana, se adoptó una visión globalizante, sin analizar específicamente cada *caso país*. Es perfectamente posible que algunos países puntuales puedan escapar a esta tendencia genérica en uno u otro sentido.

Bibliografía

- AGUIAR, Sebastián (2012). “Movimientos sociales juveniles en Uruguay: situación en las últimas décadas y escenarios prospectivos”, en *RECSO*, 03, Universidad Católica del Uruguay.
- ALEJANDRE, Gonzalo; Claudio ESCOBAR (2009). «Jóvenes, ciudadanía y participación política en México», en *Espacios Públicos*, vol. 12, núm. 25, Universidad Autónoma del Estado de México.
- BALARDINI, Sergio (2000). *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*, Buenos Aires, CLACSO.
- CARRANNO, Paulo (2012). “A participação social e política de jovens no Brasil: considerações sobre estudos recentes”, en *RECSO*, 03, Universidad Católica del Uruguay.
- CATTERBERG, Gabriela; Ignacio ZUASNABAR (2010). «Youth, Values and Democracy: Exploring Tolerance toward Diversity among Third Wave Generations», en Ronald INGLEHART et al., *Changing Human Beliefs and Values*, Mexico: Siglo XXI.
- FLORES, Manuel y Lucía SELIOS (2011). “Perfiles generacionales en las preferencias políticas de los uruguayos”, en *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, vol. 20, n.º 1, Montevideo, Instituto de Ciencia Política.
- FULLERTON, Andrew; Jeffrey DIXON (2010). «Generational Conflict or Methodological Artifact? Reconsidering the Relationship Between Age and Policy Attitudes in the U.S., 1984-2008», en *Public Opinion Quarterly*, vol. 74, Oxford University Press, pp. 643-673.
- GALAIS, Carolina (2012). «Edad, cohortes o período. Separando las causas del (des)interés por la política en España», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n.º 139.
- INGLEHART, Ronald (1997). *Modernization and Post-Modernization*, Princeton, Princeton University Press.
- INGLEHART, Ronald; Christian WELZEL (2005). *Modernization, Cultural Change and Democracy*, Nueva York, Cambridge University Press.

- MARTÍN HERNÁNDEZ, Álvaro (2006). «Participación socio-política de los jóvenes españoles: medios y trayectorias», Documento de Trabajo 06-13, Madrid, Unidad de Políticas Comparadas, CSIC.
- MEGÍAS VALENZUELA, Eusebio (coord.) (2005). *Jóvenes y política. El compromiso con lo colectivo*, Madrid, FAD, INJUVE, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- MIERES, Pablo (2010). “La edad y el cambio electoral en Uruguay. Renovación demográfica, generaciones y ciclos de vida”, en *El voto en Uruguay 2009-2010*, Montevideo, Universidad Católica del Uruguay-Fundación Konrad Adenauer.
- NORRIS, Pippa (ed.) (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*, Cambridge, Cambridge University Press.
- NORRIS, Pippa (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PUTNAM, Robert D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Nueva York, Simon and Schuster.
- (1995), «Bowling Alone: America’s Declining Social Capital», en *Journal of Democracy*, 6(1), pp. 65-78.
- ROSSI, Federico (2010). *La participación de las juventudes hoy. La condición juvenil y la re-definición del involucramiento político y social*, Buenos Aires, Prometeo.
- SIEMIENSKA, Renata; Miguel BASAÑEZ; Alejandro MORENO (2010). «Generational Differences in Support for Democracy and Free Market Economics: Evidence from New and Established Democracies», en M. BASAÑEZ et al., *Changing Human Values and Beliefs*, México: Siglo XXI.
- TELLEZ, Helcimara de Souza (2012) “Conductas políticas, valores e voto dos eleitores jovens de Belo Horizonte”, en *Revista do Legislativo*.
- TORCAL, Mariano, José Ramón MONTERO (2006): *Political Disaffection in Contemporary Democracies. Social Capital, Institutions and Politics*, Londres, Routledge.

Anexos

ANEXO I

PREGUNTAS DE ENCUESTA NACIONAL

Buenos días/tardes, mi nombre es... y estoy realizando un relevamiento para la consultora Equipos/MORI. En esta oportunidad estamos realizando una encuesta de opinión pública sobre varios temas. Necesito hablar con alguien de 18 años o más, que viva en esta casa.

P1. Personalmente, ¿la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?

P2. (MOSTRAR TARJETA P5) ¿Cómo se informa usted de los asuntos políticos? (Espere respuesta y marque una alternativa para cada una)

1. Menciona; 2. No menciona

- A. Con la familia
- B. Los amigos
- C. Compañeros de trabajo
- D. Mis compañeros de estudio
- E. Por la radio
- F. Por los diarios/revistas
- G. Por Internet
- H. Por la televisión
- I. Por las redes sociales (Twitter, Facebook)
- J. Otros..... (NO LEER)
- K. Ninguno.....(NO LEER)

P3. ¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?

1. La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno.
2. En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático.
3. A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático.
4. NS/NC

Cambiando de tema...

P4. La gente piensa diferente respecto a los partidos políticos. Sin importar del partido que se trate, ¿usted se considera simpatizante fuerte de algún partido, simpatizante a secas o no tiene simpatías definidas por ningún partido? Respuesta única

- Simpatías fuertes
- Simpatizante
- No tiene simpatías definidas
- NS/NC

P5. Independientemente de a quién votó o piensa votar, ¿cómo diría que se siente respecto a los siguientes partidos? ¿Muy cercano, cercano, ni cercano ni lejano, lejano o muy lejano? Código

1. Muy cercano
2. Cercano
3. Ni cercano, ni lejano
4. Lejano
5. Muy lejano
6. NS/NC

En caso de manifestarse cercano a: PC, PN, FA y PI:

P6. ¿Usted diría que los partidos políticos uruguayos representan mucho, bastante, poco o nada los intereses políticos de..?

1. Los jóvenes
2. Las mujeres
3. Las personas de la tercera edad

P7. ¿Usted diría que confía mucho, bastante, poco o nada en... partidos políticos; medios de comunicación; la Iglesia; las organizaciones sociales; Internet

1. Mucho; 2. Bastante; 3. Poco; 4. Nada; 8. NS/NC

P8. (MOSTRAR TARJETA P11) ¿Con qué frecuencia hace usted cada una de las siguientes cosas? (LEA CADA AFIRMACIÓN Y MARQUE UNA PARA CADA UNA)

1. Muy frecuentemente; 2. Frecuentemente; 3. Casi nunca; 4. Nunca; 5. NS/NC

Habla de política con los amigos

Trata de convencer a alguien de lo que usted piensa

Trabaja para un partido o candidato

Trabaja por un tema que lo afecta a usted o a su comunidad

P9. ¿Alguna vez ha usado Facebook para informarse sobre política?

1. Sí; 2. No

A. Facebook

B. Twitter

P10. ¿Y para compartir ideas políticas?

1. Sí; 2. No

A. Facebook

B. Twitter

P11. Cambiando de tema... Usted vio que cuando se habla de política se usa decir izquierda y derecha. Yo aquí tengo esta tarjeta con casilleros que van de izquierda a derecha. (MOSTRAR TARJETA P51) De acuerdo con sus opiniones políticas, según se sitúe usted más a la izquierda o a la derecha, elija el cuadro que crea corresponde a su posición.

P12. En el año 2009 se realizaron elecciones presidenciales. ¿A quién votó usted en la primera vuelta?

1. Partido Colorado, Pedro Bordaberry

2. Partido Nacional, Luis A. Lacalle

3. Frente Amplio, José Mujica

4. Partido Independiente, Pablo Mieres

5. Asamblea Popular, Raúl Rodríguez

6. Otras respuestas (blanco, anulado)

7. No votó, era menor

8. No votó, otros motivos
9. No habilitado (extranjero)
98. No sabe / no recuerda (NO LEER)
99. No contesta (NO LEER)

P13. Como usted sabe, en 2014 habrá elecciones nacionales para elegir presidente y parlamentarios. Si las elecciones fueran hoy, ¿usted ya tiene decidido a quién votaría?

1. Completamente decidido
2. Tiene idea, pero no está totalmente seguro
3. No sabe qué votaría (PASE A P15)
4. No puede votar (extranjero, otra situación)

**(PARA LOS QUE CONTESTARON 1 O 2 EN P13)
(RESPUESTA ESPONTÁNEA. NO MOSTRAR TARJETA)**

P14. ¿A qué partido votaría?

1. Partido Colorado
2. Partido Nacional
3. Frente Amplio
4. Asamblea Popular
5. Partido Independiente
6. Otra respuesta (en blanco / anulado)
7. Otros partidos. Especificar
8. No contesta
9. No sabe

(PARA LOS QUE CONTESTARON 3 EN P13)

P15. (MOSTRAR TARJETA) En principio, entre los partidos que aparecen en esta tarjeta, ¿a cuál prefiere?

1. Partido Colorado
2. Partido Nacional
3. Frente Amplio
4. Asamblea Popular
5. Partido Independiente
7. Otros partidos (NO INCLUIR EN TARJETA)
8. No contesta
9. No sabe
0. No corresponde

ANEXO II

PAUTA DE ENTREVISTA A DIRIGENTES DE ORGANIZACIONES JUVENILES

1. A su juicio, ¿qué opinan los jóvenes sobre la política en nuestro país?
2. ¿Por qué tienen esas opiniones?
3. Y en tu caso personal ¿cuál es tu vínculo con la política?
4. La relación que los jóvenes tienen con la política ¿es igual o diferente a la que tienen los adultos?
5. En caso de ser diferente, ¿por qué y en qué es diferente?
6. La forma de relacionarse los jóvenes uruguayos con la política ¿es igual a la que existe entre los jóvenes de otras sociedades o es diferente? ¿Por qué?
7. Y ¿qué opinión crees que tienen los jóvenes de nuestro país sobre los partidos políticos?
8. ¿Cuáles son las causas que, a tu juicio, explican la opinión de los jóvenes sobre los partidos políticos?
9. ¿Y cuál es tu opinión personal sobre los partidos políticos? ¿Qué tipo de vínculo has tenido con los mismos?
10. ¿Sentís que los partidos políticos representan hoy de forma adecuada los intereses de los jóvenes? ¿Por qué? ¿Y los intereses de otros sectores de la población (ej: mujeres, personas de la tercera edad)?
11. ¿La opinión de los jóvenes con respecto a los partidos políticos es igual a la de los adultos?
12. Si es diferente, ¿por qué y en qué es diferente?
13. Se habla de un proceso de distanciamiento de los jóvenes con respecto a la política. ¿Crees que esto es así?
14. Si es así, ¿cuáles son las causas que lo provocan?

15. ¿Cuáles son las principales alternativas de participación social o política que tienen los jóvenes uruguayos hoy en día?
16. ¿Cuál ha sido tu experiencia propia de participación social o política?
17. ¿Cómo se relacionan hoy en día los jóvenes entre sí?
18. ¿Qué lugar le dan a los asuntos políticos en sus conversaciones y en sus vinculaciones interpersonales?
19. ¿Qué hace la organización en la que tú participas para vincular nuevos jóvenes?
20. ¿Cuáles son las principales dificultades que encuentras para que los jóvenes participen en tu organización?
21. ¿Cuáles son las principales motivaciones que tienen los jóvenes que se vinculan a tu organización?
22. ¿Qué importancia le asignas a las redes sociales como forma de participación social o política de los jóvenes en nuestro país?
23. ¿Cuáles son las redes sociales más usadas? ¿Por qué cree que esas son las más usadas? ¿Qué características, ventajas y desventajas tiene cada una? (Explorar fundamentalmente por Twitter y Facebook)
24. ¿Cree que las redes sociales son útiles para: informarse políticamente, convocar movilizaciones, discutir argumentos, posicionar candidatos?
25. ¿Qué otras formas de participación valoran los jóvenes de hoy en día?
26. ¿Qué tendría que hacer un partido político para lograr mayor participación de los jóvenes?

ANEXO III

ENTREVISTADOS

Nombre: Federico Ricagni
Organización: Partido Nacional
Cargo en la organización: Presidente de la Juventud del Partido Nacional
Edad: 30
Fecha de la entrevista: 20/7/2012
Comentarios: Estudia Comunicación en la Universidad Católica.
Trabaja en el Parlamento del Mercosur.

Nombre: Juan Manuel Garino
Organización: Partido Colorado
Cargo en la organización: Diputado
Edad: 30
Fecha de la entrevista: 25/7/2012
Comentarios: Abogado

Nombre: Sebastián Sabini
Organización: Frente Amplio
Cargo en la organización: Diputado MPP
Edad: 31
Fecha de la entrevista: 27/7/2012
Comentarios: Docente de Historia.

- Nombre: Maite López
 Organización: Frente Amplio
 Cargo en la organización: Edila, Junta Departamental de Montevideo
 Edad: 22
 Fecha de la entrevista: 27/7/2012
 Comentarios: Estudia en Facultad de Humanidades, Udelar.
- Nombre: Tatiana Ferrari
 Organización: Partido Independiente
 Cargo en la organización: Militante Juventud del Partido Independiente
 Edad: 21
 Fecha de la entrevista: 30/7/2012
 Comentarios: Sobrina del diputado Radio. Jóvenes por Canelones.
- Nombre: Gustavo Guerrero
 Organización: FEUU
 Cargo en la organización: Secretario de Comunicación
 Fecha de la entrevista: 19/7/2012
 Comentarios: Estudiante de Antropología, Facultad de Humanidades, Udelar.
- Nombre: Maximiliano Peláez
 Organización: Federación Rural de Jóvenes
 Cargo en la organización: Presidente
 Edad: 26
 Fecha de la entrevista: 19/7/2012
 Comentarios: Técnico en Producción Lechera. Trabaja en el Instituto Nacional de Rehabilitación, en trabajos de huerta con personas privadas de libertad.
- Nombre: Martina Sanguinetti
 Organización: PIT-CNT
 Cargo en la organización: Responsable Juvenil del UNTMRA.
 Participa en el Departamento de Jóvenes del PIT-CNT
 Edad: 20
 Fecha de la entrevista: 26/7/2012
 Comentarios: Militante de la UNTMRA. Estudia Licenciatura en Educación, Facultad de Humanidades, Udelar.

Nombre: Santiago Muñiz
Organización: Pastoral Juvenil de la Iglesia Católica
Edad: 21
Fecha de la entrevista: 25/7/2012
Comentarios: Estudiante de Ciencia Política, Udelar
(próximo a recibirse, cursando último semestre).
Militante de Asamblea Uruguay, Frente Amplio.

Nombre: Tomás Villamayor
Organización: Un Techo
Cargo en la organización: Director general
Edad: 29
Fecha de la entrevista: 20/7/2012
Comentarios: Abogado. Argentino, se mudó a Uruguay
en febrero de 2012.

