

---

# Valors polítics i vot

---

PID\_00246413

Agustí Bosch

---

Temps mínim de dedicació recomanat: 5 hores

---





# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>Objectius</b> .....	6
<b>1. Els valors polítics com a processadors d'informació</b> .....	7
<b>2. L'origen dels valors polítics</b> .....	10
2.1. La socialització primària .....	10
2.2. Els valors prepolítics .....	12
2.3. La mobilitat .....	14
2.4. La socialització secundària .....	14
<b>3. Identificació amb un partit i vot</b> .....	16
3.1. El model de Michigan .....	16
3.2. El vot normal .....	18
3.3. Dues reflexions entorn del model de Michigan .....	20
<b>4. Ideologia esquerra/dreta i vot</b> .....	24
4.1. El model ideològic del vot .....	24
4.2. El vot normal .....	28
4.3. Advertiments entorn del model ideològic del vot .....	29
<b>5. Nacionalisme i vot</b> .....	31
<b>6. Les revisions del model ideològic del vot</b> .....	33
6.1. La revisió racional: el model de competència espacial simple ....	33
6.2. Té ideologia la gent del carrer? .....	37
6.3. El desalineament i la volatilitat .....	39
6.4. Les noves ideologies: postmaterialisme i vot .....	43
<b>Resum</b> .....	49
<b>Activitats</b> .....	51
<b>Exercicis d'autoavaluació</b> .....	51
<b>Solucionari</b> .....	54
<b>Glossari</b> .....	55
<b>Bibliografia</b> .....	56

---

**Annex**..... 58

## Introducció

Així com el mòdul "Posició social i vot" mostra quina influència té la posició social sobre el vot, aquest mòdul se centra en la influència que té sobre el vot dels ciutadans un segon bloc de variables: els valors polítics.

Els valors polítics que més tractarem seran la ideologia esquerra/dreta, la identificació amb un partit i el nacionalisme. La ideologia esquerra/dreta és important perquè és el valor polític que més influència exerceix sobre el vot en l'Europa Occidental. En canvi, als Estats Units, el valor polític que més influència exerceix sobre el vot és la identificació amb un partit. Lògicament, hi ha altres valors polítics rellevants (com per exemple, l'eficàcia política o l'interès per la política), però tenen més influència sobre la decisió de votar o no votar que no pas sobre la decisió de quin partit es vota, per la qual cosa no es tractaran massa en aquest mòdul.

Ens aturarem relativament poc en la qüestió de si això que aquí anomenem *valors polítics* estaria més ben denominat amb expressions alternatives que han fet més o menys fortuna en la literatura acadèmica, com ara *cultura política*, *identificacions polítiques*, *actituds polítiques* o *opinió pública*. Com que no hi ha una denominació única acceptada per la comunitat acadèmica, hem optat per la de *valors polítics* per una qüestió de mera comoditat: les engloba totes i no es compromet amb cap. Ja ens perdonaran els dogmàtics.

El pla de lectura d'aquest mòdul és el següent: primer mostrarem què entenem per *valors polítics*, per què haurien de tenir una influència sobre el vot i quin és l'origen dels valors polítics dels ciutadans. Després detallarem la influència que cada un dels valors polítics té sobre el vot. Ens detindrem especialment en la influència de la ideologia esquerra/dreta sobre el vot i perfilarem el que s'ha anomenat el *model ideològic del vot*. També ens aturarem breument en la influència de la identificació amb un partit sobre el vot –influència que és la base de l'anomenat *model de Michigan*.

Més endavant s'aportaran les principals esmenes que s'han fet al model ideològic del vot: l'esmena racional, el debat sobre la inexistència d'ideologia, el desalineament i la volatilitat, i la irrupció de les noves ideologies, incloent-hi el postmaterialisme.

### Aclariment

Farem servir l'expressió *ideologia esquerra/dreta* per a destacar que ens referim a aquesta noció reduïda d'ideologia. És clar que ideologia també té un sentit molt més ampli, però llavors esdevé sinònim de *valor polític*.

### Lectura complementària

Tots aquests conceptes i les seves diferències s'expliquen més en detall en les assignatures de *Teoria política* (apartats 1 i 2 del mòdul "L'elecció social") i *Sistema polític espanyol* (apartat 1 del mòdul "Les bases subjectives de la política").

## Objectius

Amb l'estudi d'aquest mòdul assolireu els objectius següents:

1. Comprendre les causes del vot dels ciutadans que tenen a veure amb els valors polítics.
2. Dominar els conceptes de *valor polític*, *ideologia esquerra/dreta*, *identificació de partit*, *competència espacial*, *desalineament* i *postmaterialisme*.
3. Conèixer l'escola de Michigan del comportament electoral.
4. Conèixer –de manera preliminar– l'escola racional del comportament electoral, en la qual ens submergim en el mòdul "Context electoral i vot".
5. Conèixer la relació empírica entre *vot* i *ideologia*, per comparació entre països i al llarg del temps.
6. Ser capaç de reflexionar sobre el paper que les ideologies tenen en democràcia, i sobre la desideologització.

## 1. Els valors polítics com a processadors d'informació

El mòdul "Posició social i vot" acaba amb la pregunta de per què la posició social de l'individu havia de condicionar el seu vot. Una de les interpretacions possibles era que la posició social podia condicionar el vot perquè aquesta posició social de l'individu és un indicador creïble dels seus valors polítics. En definitiva, resultava que la influència de la posició social podia ser tan sols indirecta, mitjançada pels valors polítics. I que eren precisament aquests valors polítics els que exercien una influència més directa sobre el vot.

Fins i tot la teoria de les clivelles, en les seves versions més actualitzades, reconeix que la posició social requereix l'acompanyament d'un component normatiu (és a dir, d'uns valors polítics) perquè la divisió social de caràcter estructural esdevingui una clivella amb efectes electorals.

En definitiva, l'esquema de causació del vot seria més o menys el que es mostra en el gràfic 1.

Gràfic 1. Esquema de causació del vot



Ara es podria reprendre la pregunta "per què els valors polítics dels individus haurien de condicionar el seu vot?". La resposta és la següent: els valors polítics són el principal instrument mental que fan servir els ciutadans a l'hora de processar la informació política que els arriba. Quan algú rep una informació amb contingut polític rarament l'avalua de manera totalment lògica: és molt estrany que algú es dediqui a reunir totes les dades que permetrien de fer-se una idea objectiva dels fets, extreure'n les conseqüències i analitzar si aquestes conseqüències estan d'acord amb la nostra noció de què està bé i què està malament. En general, l'individu compara la informació que li arriba amb algun valor polític que té ben après, intueix si hi encaixa i adopta una postura d'acceptació o rebuig d'aquesta informació.

### La interiorització de missatges polítics

Suposem que llegim que un govern de dreta ha presentat un pla per a reduir els impostos sobre la renda. És molt probable que un ciutadà que s'autoubica ideològicament a l'esquerra conjecturi immediatament dues coses: primer, que una reducció d'impostos sobre la renda beneficiarà els qui tenen més renda; i segon, que la reducció d'impostos s'haurà d'equilibrar necessàriament amb una reducció de la despesa en polítiques socials. Com a conseqüència, veurà el pla com un atemptat a la igualtat i hi estarà radicalment en contra. Per a fer aquesta conjeectura és pràcticament segur que no es llegirà el pla del

### Lectura complementària

Per a veure com la ment humana només accepta allò que encaixa amb els seus prejudicis, consulteu:

L. Festinger (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.

govern, ni les simulacions fiscals del ministeri, sinó que utilitzarà simplement un valor polític: la ideologia. Una versió més radical (però no gaire inexacta) diria que res d'això no és necessari: aquell ciutadà s'hi oposarà simplement perquè ve d'un govern de dreta, del qual no admetrà res.

En definitiva, els valors polítics proporcionen una estructura mental que permet d'analitzar i valorar la política. Aquesta estructura mental és molt important perquè és l'única referència constant –l'únic punt d'ancoratge– que el ciutadà del carrer té en un món tremendament incert com és el de la política. Canvien els líders, els temes que es debaten, el llenguatge que s'utilitza, fins i tot els noms dels partits, però al final sempre hi ha un valor polític que serveix de referència per a orientar-se. Al final, la dreta (quasi) sempre és la dreta i l'esquerra (quasi) sempre és l'esquerra. Un valor polític (la ideologia esquerra/dreta, el nacionalisme, o el que sigui) és rellevant perquè subministra pistes a l'individu per a saber el que està bé i el que no ho està. I aquesta és la raó per la qual els valors polítics condicionen el vot.

La raó per la qual els valors polítics condicionen el vot dels individus és que el ciutadà processa la informació política que li arriba per mitjà dels seus valors polítics, els quals es converteixen quasi en l'únic punt de referència que té el ciutadà del carrer per a valorar les entrades o *inputs* que li arriben.

És interessant d'observar que aquesta idea capgira la cadena causal que moltes vegades pressuposem entre la ideologia i les opinions sobre assumptes de debat polític. Vegem-ho. Tot sovint pensem que un és de dretes o d'esquerres perquè té tals o tals opinions sobre ensenyament, o perquè dóna suport a tals o tals decisions sobre seguretat ciutadana. En el món real, la cadena causal funciona al revés: un sol tenir tals o tals opinions sobre ensenyament precisament perquè és de dretes o d'esquerres; o també sol donar suport a tals o tals decisions sobre seguretat ciutadana precisament perquè és de dretes o d'esquerres. Just al revés del que pensàvem.

Al final, qualsevol individu té més tendència a acceptar les opinions dels que comparteixen la seva ideologia precisament perquè comparteixen la seva ideologia, que no pas a decidir quina ideologia comparteix tenint en compte que accepti les seves opinions.

Això no obstant, la segona direcció de la causalitat també funciona, tot i que de manera més feble. Sovint es produeix una mena de cercle viciós: primer, la utilització dels valors polítics com a processadors d'informació política genera que s'acceptin determinades opinions que s'avenen amb aquells valors polítics. I segon, l'acceptació d'aquelles opinions coincidents referma la con-



vicció amb la qual un manté un valor polític determinat. Per tant, és habitual que la utilització dels valors polítics com a processadors d'informació acabin autoreproduint els mateixos valors polítics.

De fet, fins i tot la mateixa acció de votar d'acord amb uns valors polítics acaba autoreproduint aquests mateixos valors. La pel·lícula dels fets seria més o menys així: jo em considero de dretes, valoro la informació que m'arriba d'acord amb això, en conseqüència decideixo que voto per un partit de dretes i, quan ho acabo de fer, em convenço que efectivament sóc de dretes perquè si no fos així..., no hauria votat un partit de dretes.

Però tot això deixa una qüestió important per explicar. La qüestió és d'on provenen aquests valors, per començar; és a dir, quin és l'origen primer dels valors polítics dels individus?, i això és el que examina l'apartat següent.

## 2. L'origen dels valors polítics

Els valors polítics dels individus estan influïts per moltes causes, que els subapartats següents detallen: la socialització primària, els valors prepolítics, la mobilitat, la socialització secundària, etc.

### 2.1. La socialització primària

Els sociòlegs han encunyat el terme *socialització* per a referir-se al complex procés pel qual l'individu veu conformar els seus valors al llarg de la vida. La **socialització política** es refereix al procés de conformació dels valors explícitament polítics del ciutadà.

En la socialització política, hi ha diversos agents de socialització que hi tenen un paper destacat. Els **agents de socialització** són els instruments o mitjans, pels quals es transmeten els valors polítics a l'individu. El primer agent de socialització política –i el més destacat– és la família. Hi ha una llarga tradició d'investigacions en sociologia política que estudia la transmissió dels valors polítics dels pares als fills i que ha arribat a tres grans conclusions:

- 1) Els nens i nenes tenen valors polítics molt vagues des d'edats sorprenentment prematures.
- 2) Hi ha una estreta relació entre els valors polítics dels nens, nenes i joves, i els dels pares. Per exemple, als Estats Units s'ha mesurat la identificació amb un partit dels nens i nenes i la dels seus pares. Tal com mostra la taula 1, la relació és clara.

Taula 1. Identificació joves (%)

Identificació	Pare			Mare		
	Demòcrata	Republicà	Independent	Demòcrata	Republicà	Independent
Joves (17 a 24 anys)						
Demòcrata	75	19	41	76	43	21
Republicà	13	63	32	14	29	62
Independent	11	16	27	10	27	17

Font: elaboració pròpia a partir de dades ANES (1948-2012, totes les onades agregades).

#### Vegeu també

Vegeu una exposició més minuciosa de la teoria de la socialització en l'assignatura *Sociologia*.

Aquesta relació tan clara sembla indicar que efectivament hi ha una transmissió de la identificació amb un partit des dels pares caps als fills. La identificació amb un partit és només un exemple d'un valor polític, però podríem verificar la mateixa relació en qualsevol altre valor polític, com ara la ideologia esquerra/dreta o el nacionalisme.

També seria argumentable que aquestes dades no demostren una transmissió directa de la identificació amb un partit, sinó una transmissió molt més sofisticada. Podria passar, més aviat, que els pares s'encarreguessin de transmetre les opinions que mantenen sobre determinats assumptes, alguns dels quals són susceptibles de convertir-se en banderes per part d'alguns partits. Després, els fills, convençuts de l'opinió que tenen sobre aquests assumptes de debat polític prendrien part pels mateixos partits que els pares. El problema amb aquesta versió sofisticada de la socialització política familiar és que s'ha verificat empíricament que no és així, sinó que:

3) Els nens i nenes comencen a tenir uns certs valors polítics molt abans de tenir opinions sobre assumptes de debat polític i molt abans que en coneguin el significat.

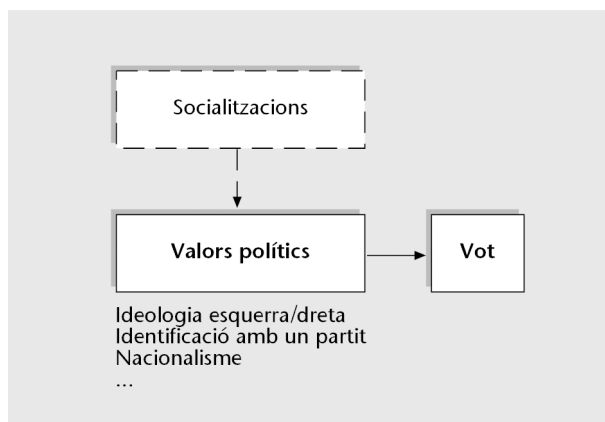
En el procés de socialització familiar, els pares transmeten certs valors polítics molt difusos, com per exemple, una certa simpatia per uns i una certa antipatia envers uns altres. Aquests valors polítics difusos es transmeten molt abans que els pares parlin d'assumptes polítics als seus fills.

#### Vocabulari

La socialització familiar sovint també s'anomena **socialització primària** per a subratllar-ne tant el caràcter inicial com el caràcter primordial.

La socialització familiar és, doncs, la causa principal dels valors polítics dels individus, i això és molt important perquè aquests valors tindran una influència directa sobre el vot. Això és el que tracta de mostrar el gràfic 2.

Gràfic 2. La influència de la socialització familiar en el vot



És molt important de destacar que aquests valors polítics inicials tenen una certa estabilitat al llarg de tota la vida.

### L'estabilitat dels valors polítics

És relativament poc probable –encara que no impossible– que una persona que hagi estat socialitzada per la família com a ideològicament d'esquerres esdevingui de dretes al llarg de la seva vida. Igualment, és relativament poc probable que una persona que hagi estat socialitzada per la família com a nacionalista esdevingui més tard un antinacionalista radical.

Aquesta conclusió s'ha pogut constatar a partir d'alguns estudis que han entrevistat repetidament determinats individus al llarg de la seva vida. Aquests estudis han trobat que les opinions dels individus sobre assumptes polítics específics varien de manera força exagerada cada pocs anys però, en canvi, els valors polítics fonamentals resten molt estables entre entrevista i entrevista.

És més, els valors polítics dels individus se solen consolidar i solidificar amb el pas del temps. Com hem dit, els individus utilitzen els valors polítics com a processadors d'informació política al llarg de la vida. Com més temps fa que un individu utilitza els mateixos valors, més coherents seran les seves opinions i accions amb els seus valors polítics, i aquesta coherència consolidarà els valors polítics inicials en un procés circular.

### 2.2. Els valors prepolítics

Una altra font d'influència sobre els valors polítics dels individus són el que anomenem els **valors prepolítics**. Aquests valors no es refereixen a qüestions explícitament polítiques, però sí que són qüestions fàcilment polititzables. Alguns exemples de valors prepolítics són:

- La **integració social**: sentiment de formar part de la comunitat humana en la qual un viu (el poble, la ciutat, el barri, la comarca, etc.).
- La **identitat nacional**: sentiment d'identificació amb una comunitat nacional i amb la seva llengua, història, etc.
- La **religiositat**: creença en la divinitat i/o observança del culte a la divinitat.
- **Classe social subjectiva**: percepció sobre a quina classe social hom pertany.
- Etcètera.

#### Lectura complementària

Sobre estudis de socialització política, podeu consultar:

**M. K. Jennings; R. G. Niemi** (1981). *Generations and politics*. Princeton: Princeton University Press.

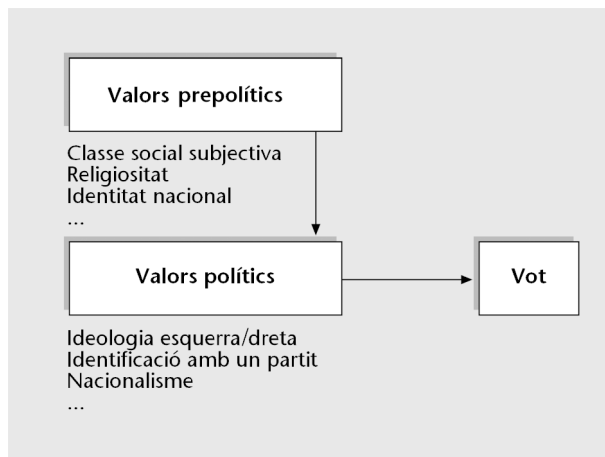
El primer de la llista és un valor prepolític que tindrà molta influència sobre la decisió de votar o abstenir-se, però els tres últims que hem catalogat són valors prepolítics que més aviat exerceixen la seva influència sobre els valors explícitament polítics i, indirectament, sobre el vot. La identitat nacional influeix molt sobre el nacionalisme, la classe social subjectiva influeix molt en la ideologia esquerra/dreta, i la religiositat influeix pràcticament en tots els valors polítics, però la relació sempre és incerta.

#### Vegeu també

L'àmbit del comportament electoral en què més s'estudien els valors prepolítics és l'abstenció electoral. Sobre la influència dels valors prepolítics en l'abstenció electoral, vegeu el subapartat 3.1.2 del mòdul "La participació electoral".

El gràfic 3 tracta d'il·lustrar el que hem exposat fins ara: els valors prepolítics influeixen en els valors polítics i en el vot.

Gràfic 3. La influència dels valors prepolítics en el vot



Una pregunta raonable seria d'on provenen els valors prepolítics. La resposta és que provenen de la socialització, igual que els valors polítics. Per tant, els valors prepolítics solen actuar en la mateixa direcció que els valors explícitament polítics, ja que tenen un origen comú. Una conseqüència d'això és que les influències contínues dels valors prepolítics sobre els valors polítics actuen com una altra font de consolidació dels últims.

Les dues causes dels valors polítics que han mostrat aquests dos darrers subapartats (la socialització familiar i els valors prepolítics) semblarien menar a una permanència inevitable dels valors polítics dels individus. No hi ha cap possibilitat que els individus canviïn els seus valors polítics? La resposta és que sí. Hi ha, com a mínim, dues fonts de variació dels valors polítics dels individus: la mobilitat dels individus i la socialització secundària. Això és el que mostren els subapartats següents.

### 2.3. La mobilitat

Els canvis en la posició social dels individus, o mobilitat social, és un antecedent poderós dels canvis ocorreguts en els seus valors polítics. És molt habitual que gent de classe mitjana de família benestant i amb actituds i valors clarament de dretes variïn lentament els seus valors polítics si la seva posició socioeconòmica familiar empitjora. I també és habitual que molta gent de classe obrera i amb valors molt esquerrans variïn espectacularment els seus valors polítics si la seva posició socioeconòmica millora.

En aquest sentit, s'ha constatat que la major part de canvis en els valors polítics dels individus que ocorren a llarg termini solen estar relacionats o bé amb la mobilitat social (canvis en la seva posició social) o bé amb la mobilitat geogràfica (canvis en el seu lloc de residència).

### 2.4. La socialització secundària

El procés que anomenem **socialització secundària** també té una gran influència sobre la formació dels valors polítics i el canvi o el reforçament dels valors polítics que havia format la socialització primària. La socialització secundària inclou tres agents de socialització: l'escola, els mitjans de comunicació i els companys.

L'escola és una transmissora molt important de valors. Segurament intenta transmetre més valors cívics i de convivència que no pas valors explícitament polítics, però la realitat és que també transmet valors clarament polítics.

#### La transmissió de valors en l'escola

El cas espanyol és sorprenent quant al paper de l'escola en la transmissió de valors polítics. Escarmentada després de dècades de *Formación del espíritu nacional* i *Educación cívico-social*, l'escola va renunciar a fer una transmissió conscient i deliberada de valors polítics durant l'època de la transició i dels anys vuitanta. Això no obstant, els anys més recents han estat anys d'una clara i deliberada estratègia de transmissió de valors polítics des de l'escola. Oficialment, només es transmeten aquells valors polítics sobre els quals hi ha unanimitat en la societat (com per exemple, el respecte a la democràcia). A la pràctica, els valors polítics que es transmeten són molt més discutibles.

Per exemple, les escoles transmeten valors polítics inequívocament ecologistes (feu una prova: pregunteu a un alumne de secundària què opina de la política de construcció de camps de golf!), la qual cosa difícilment és argumentable que coincideixi amb uns valors polítics completament unànimes en la societat. Un altre exemple: en la recent guerra de l'Iraq, les escoles han fet clarament campanya contra la política del Govern espanyol, la qual cosa ens pot satisfer perquè coincideix amb la nostra postura però, una altra vegada, això no coincideix amb uns valors polítics completament unànimes en la societat espanyola. Per començar no coincideix amb els valors del partit majoritari!

El més sorprenent del cas és l'aparent placidesa i manca de crítica amb la qual es fa aquest procés. Des d'un punt de vista merament lògic i desapassionat, la imatge de professors de secundària que animen des de les aules a anar a una manifestació contra la política governamental hauria de ser èticament rebutjable, però la veritat és que no s'ha criticat gens. És possible que en tot aquest procés hi tingui alguna cosa a veure un fet que ens han revelat algunes recerques empíriques recents: que tant la posició ideològica del professorat com la posició ideològica dels membres dels consells escolars és molt més esquerrana que la posició del conjunt de l'electorat.

#### Comprovació

Penseu en algun amic o amiga vostre que hagi experimentat una forta mobilitat social des de la seva joventut. Ha variat la seva ideologia esquerra/dreta des d'aleshores?

#### Desacords acadèmics

Alguns experts inclouen l'escola entre els agents de socialització primària, d'altres entre els agents de socialització secundària, i encara uns altres la posen entremig. Només és un altre desacord acadèmic.

Els **mitjans de comunicació** són un altre agent de socialització secundària que pot transformar els valors polítics transmesos en la socialització primària. La presumpció inicial sobre aquesta qüestió és que un individu sotmès a un mitjà de comunicació que transmeti uns determinats valors polítics anirà variant els seus valors polítics fins a adoptar els que transmet el mitjà de comunicació. Només cal dir aquí que aquesta presumpció inicial ha estat àmpliament qüestionada. En qualsevol cas, sembla prudent mantenir-la com una font possible de variació dels valors polítics dels individus.

#### Vegeu també

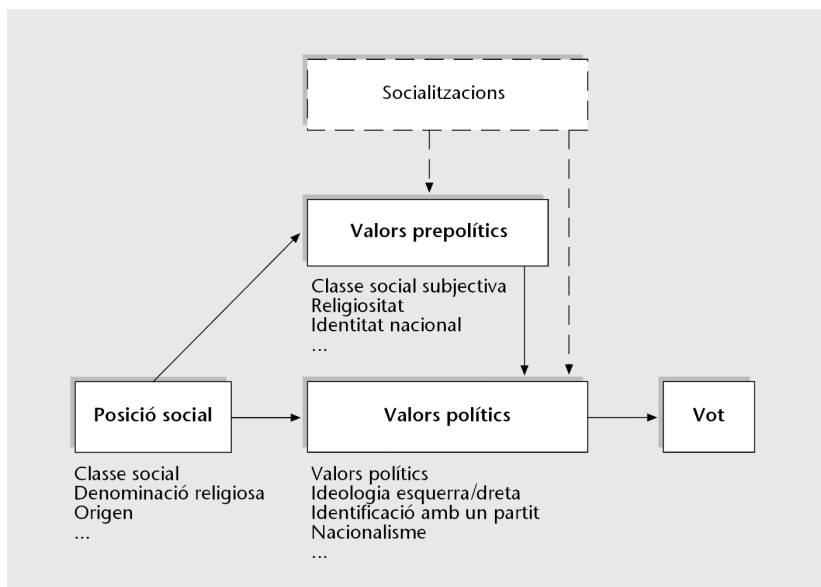
Sobre els efectes polítics i electorals dels mitjans de comunicació, vegeu l'apartat 2 del mòdul "Context electoral i vot" d'aquesta assignatura.

Finalment, els **companys** són un altre agent de socialització secundària que pot transformar els valors polítics transmesos en la socialització primària: tant els companys de feina, com els amics, els parents, etc. És el que els anglòfons denominen el *peer group* o 'grup d'iguals'. La força d'aquest agent de socialització estaria en la seva credibilitat i en l'alta freqüència dels contactes.

El gràfic 4 tracta d'agregar els diversos antecedents dels valors polítics que s'han enumerat en aquest apartat.

El gràfic 4 mostra que els valors polítics dels individus provenen sobretot de la socialització primària, però que també hi actuen la resta de processos de socialització, els canvis en la seva posició social i els valors prepolítics.

Gràfic 4. Els antecedents dels valors polítics



Una vegada vistos quins són els antecedents dels valors polítics, en els apartats següents ens dedicarem a detallar l'efecte que cadascun dels valors polítics més rellevants exerceix sobre el vot: primer la identificació amb un partit, després la ideologia esquerra/dreta i finalment el nacionalisme.

### 3. Identificació amb un partit i vot

Un dels valors polítics que es transmeten en el procés de socialització és el d'una certa simpatia, o un sentiment d'identificació o bé una afinitat, envers alguns partits. És el que anomenem **identificació amb un partit**. Als anys seixanta, alguns acadèmics de la Universitat de Michigan van identificar aquest valor polític com la causa principal del vot als Estats Units i van construir el que més endavant s'ha conegut com el model de Michigan.

#### 3.1. El model de Michigan

El model de Michigan parteix de la idea que el valor polític que utilitzen la majoria d'americans per a processar la informació política és precisament aquest sentiment d'identificació amb un dels dos partits.

Sentir-se identificat amb un dels dos partits no vol dir ser-ne militant, sinó que vol dir senzillament sentir més simpatia per un que no pas per l'altre. Cal advertir que, als Estats Units, els partits són plataformes electorals molt laxes i no s'han d'entendre pas com els blocs disciplinats que tenim presents quan pensem en els partits europeus. Els ciutadans se senten més o menys propers als partits, no pas perquè en siguin membres, sinó perquè els partits són les etiquetes entorn de les quals els americans articulen la informació política. I això –servir d'etiqueta entorn de la qual articular la informació política– és precisament la funció que hem dit que aconsegueixen els valors polítics. En definitiva, sembla que –als Estats Units– la identificació amb un partit aconsegueix aquest paper de processador d'informació que hem atribuït als valors polítics.

D'acord amb això, l'escola de Michigan va albirar una escala per a mesurar la identificació amb un partit als Estats Units. L'escala es construeix a partir de dues preguntes, una sobre la direcció i l'altra sobre la intensitat de la identificació amb un partit:

- La pregunta sobre la **direcció de la identificació** amb un partit demana si se senten més aviat republicans o més aviat demòcrates.
- La pregunta sobre la **intensitat de la identificació** amb un partit ve després: als que han contestat demòcrata, se'ls demana si se senten "fermament demòcrates" (*strong democrats*) o "feblement demòcrates" (*weak democrats*); i als republicans se'ls demana el mateix.

#### Traduccions

El concepte original americà del que aquí anomenem *identificació amb un partit* és *party identification*. També s'ha traduït per *identificació de partit*, que és inexacte, i per *identificació partidària*, que és incomprendible.

#### Lectura complementària

La formulació original del model de Michigan es pot trobar en l'obra següent:  
**A. Campbell i altres** (1960). *The American voter*. Nova York: Wiley.

#### Independents

Si han contestat que ni una cosa ni l'altra, se'ls demana si se senten independents més propensos als demòcrates o més propensos als republicans.



Les respostes ens permeten situar l'individu en una de les set situacions següents:

Strong democrat	Weak democrat	Leaning towards democrat	Independent	Leaning towards republican	Weak republican	Strong republican
-----------------	---------------	--------------------------	-------------	----------------------------	-----------------	-------------------

El model de Michigan parteix de dos axiomes bàsics:

- 1) La major part de l'electorat experimenta una identificació amb un partit i, per tant, es pot autoubicar en aquesta escala d'identificació amb un partit.
- 2) La major part de l'electorat vota aquell partit amb el qual se sent identificat.

La qüestió fonamental és si aquesta relació prevista pel model es verifica empíricament. Les dades de la taula 2 mostren que als Estats Units hi ha, efectivament, una relació extremadament estreta entre identificar-se amb un partit i votar-lo.

#### Sobre motivacions

L'axioma 2 suggereix que l'elector votarà com una expressió merament **emotiva** de la identificació que sent amb el partit.

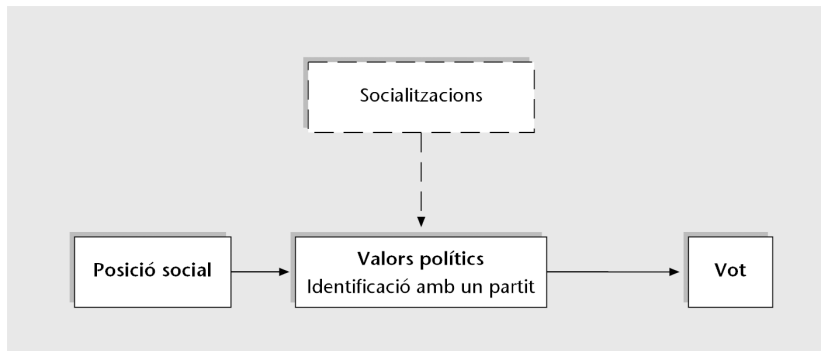
Taula 2. Identificació partit i vot en les eleccions presidencials (%)

	<b>Strong Democrat</b>	<b>Weak Democrat</b>	<b>Independent-Democrat</b>	<b>Independent – Independent</b>	<b>Independent – Republican</b>	<b>Weak Republican</b>	<b>Strong Republican</b>
Demòcrata	69	45	47	17	8	10	2
Republicà	5	16	10	23	55	58	79
No va votar, no ho sap o no contesta	26	39	43	60	36	32	19

Font: elaboració pròpia a partir de dades NES (1948-2012, totes les ondes agregades).

La conclusió és que els electors que senten una identificació amb el Partit Demòcrata acaben votant pel Partit Demòcrata i els que senten una identificació amb el Partit Republicà voten pel Partit Republicà. I com més fort és el sentiment d'identificació, més probabilitat hi ha que el votin. Hi ha una forta relació entre la identificació amb un partit per part de l'elector i el fet de votar-lo. El **model de Michigan** s'il·lustra en el gràfic 5.

Gràfic 5. El model de Michigan



Per a ser escrupolosament fidels al model de Michigan, l'esquema no hauria de mostrar només una sola fletxa que uneixi directament identificació amb un partit i vot, perquè el model original de Michigan preveia que la identificació amb un partit també tindria conseqüències indirectes sobre el vot. La via indirecta és la següent: el fet que un elector s'identifiqui amb un partit influirà sobre quina avaluació fa dels seus candidats i dels candidats adversaris, sobre quines opinions té aquest elector en temes de debat polític, etc.; i després, aquestes qüestions més específiques i conjunturals tindran una influència clara sobre el vot.

Tota aquesta cadena de causació del vot, que inclou tant la influència directa de la identificació amb un partit sobre el vot com la influència indirecta, com també els antecedents de la identificació amb un partit, és el que els teòrics de Michigan anomenaven l'**embut de causalitat**.

### 3.2. El vot normal

Com que el fet que un individu s'identifiqui amb un partit influeix tant en el seu vot, i atès que aquest valor polític té una estabilitat en el temps, és molt probable que aquell individu que s'identifiqui amb un partit voti aquest mateix partit repetidament. Aquest vot repetit una vegada i una altra al llarg del temps i derivat de la identificació que l'elector sent per un partit, és el que anomenem **vot normal** de l'individu.

El vot normal d'un elector té una conseqüència molt important. A mesura que l'elector repeteix el vot per aquell partit –en una mena de ritual amb ressonàncies antropològiques– també confirma la seva identificació. Així, la identificació amb un partit es veu reforçada per la mera utilització electoral. I com més temps es reitera aquest ritual, més difícil es fa que algun dia s'interrompi.

#### Vegeu també

La influència de les qüestions conjunturals es tracten en el mòdul "Context electoral i vot". Aquí només s'introdueixen breument per fidelitat al model de Michigan.

L'existència d'aquest ritual reiteratiu ens confirma que el tipus de comportament que tenen present els experts de l'escola de Michigan és de tipus emotiu, no pas instrumental. Per a aquests votants reiteratius, el vot és un acte d'afirmació: voto el partit X perquè m'hi sento identificat, i quan el voto, reforço aquest sentiment.

El concepte de *vot normal* també es pot aplicar a col·lectius. És molt probable que el partit que disposi de més electors identificats amb ell guanyi les eleccions perquè el comportament dels electors és molt influït pel fet de sentir-se identificat amb un o un altre partit. Per tant, la proporció de l'electorat que se sent identificada amb un o un altre partit esdevindrà una dada bàsica per a pronosticar resultats electorals.

### Electorats segurs

Les enquestes ens mostren que una gran proporció de l'electorat de Washington DC se sent identificada amb el Partit Demòcrata, i també que una gran proporció de l'electorat de Yorkshire se sent molt identificada amb el Partit Laborista. En conseqüència, no ens equivocarem gaire si pronostiquem que el Partit Demòcrata guanyarà les properes eleccions a Washington DC i que el Partit Laborista serà el més votat a Yorkshire en les properes eleccions britàniques. Així és fàcil fer pronòstics.

En definitiva, la distribució estadística de la variable identificació amb un partit determina el vot normal d'un col·lectiu o zona geogràfica. Els electorats amb una distribució molt esbiaixada cap a un partit tindran un vot normal per aquell partit.

En qualsevol de les dues formulacions, el concepte de vot normal pronostica una gran estabilitat electoral, però no impossibilita les alteracions de vot.

Seguint la formulació individual, fins i tot l'elector més reiteratiu en el seu vot normal pot variar excepcionalment el seu vot. Això pot passar per circumstàncies conjunturals, com per exemple, que detesti el candidat que el seu partit presenta, que l'acció de govern del seu partit hagi estat particularment nefasta, que hagi provocat una profunda crisi econòmica, que s'hagi vist envoltat d'escàndols, etc. Aquest tipus de comportament que porta l'elector a votar ocasionalment en contra del partit amb el qual s'identifica és el que anomenem **vot desviat**.

En les ocasions esporàdiques en les quals un elector exerceix un vot desviat, en ser aquest elector infidel al seu vot normal:

- manté inalterada la identificació amb el seu partit, i per tant:
- té tendència a tornar a exercir el seu vot normal anterior quan s'han esvaït les circumstàncies excepcionals. Això darrer és el que es coneix amb el nom de *homíng tendency*.

#### Vegeu també

La relació de circumstàncies conjunturals que poden afectar el vot són en el mòdul "Context electoral i vot".

#### Vegeu també

En les circumstàncies excepcionals esmentades, el comportament més habitual de l'elector fidel és l'abstenció. Sobre l'abstenció conjuntural, vegeu el subapartat 3.3 del mòdul "La participació electoral".

Seguint la formulació col·lectiva del vot normal, també hi pot haver canvis. Els canvis en el vot normal d'un col·lectiu provindran quasi sempre del reemplaçament generacional.

### 3.3. Dues reflexions entorn del model de Michigan

S'han fet moltes crítiques al model de Michigan. Les dues més conegudes són la crítica de la tautologia i la crítica del bipartidisme.

#### 1) La crítica de la tautologia

El model de Michigan ha estat severament qüestionat perquè si la variable identificació amb un partit és la causa de la variable vot, i si una variable no pot ser la causa d'ella mateixa, això pressuposa que la variable identificació amb un partit és **diferent** de la variable vot. És a dir, pressuposa que sentir-se identificat amb el Partit Demòcrata no és el mateix que votar el Partit Demòcrata. I això, a molts experts, els sembla una barbaritat. Aquests crítics argumenten que afirmar que la causa del vot és la identificació amb un partit és com afirmar que la causa de la inflació és la pujada dels preus. Segons aquests crítics, això no seria una explicació, seria una tautologia.

Potser la pregunta decisiva per a saber si les dues variables són el mateix o no seria demanar-se si hi ha porcions rellevants de l'electorat que se sentin identificades amb el Partit Demòcrata i, en canvi, votin el Partit Republicà, o viceversa. Fixem-nos que si coincidís que tothom que sent una identificació amb el Partit Demòcrata acaba votant pel Partit Demòcrata, llavors les dues variables serien idèntiques i el model passaria efectivament a ser una tautologia.

Els defensors del model de Michigan –la gran majoria americans– argumenten que la identificació amb un partit és una lleialtat a llarg termini, és un valor polític estable al llarg del temps, però que, a l'hora de votar en algunes eleccions específiques, alguns americans acaben votant per candidats que no són del partit amb el qual s'identifiquen. Als europeus, això sovint ens sembla una "excusa de mal pagador", però és veritat que el sistema polític americà conté algunes peculiaritats que ho fan possible:

a) En primer lloc, pràcticament totes les eleccions que es fan als Estats Units es fan amb una forma de vot personalitzada. Això vol dir que els americans quasi mai no voten un partit, sinó un candidat (o uns candidats) i el nom del partit només figura entre parèntesis –i no és gaire prominent–, ni a la papereta ni a la campanya.

#### Lectura complementària

Un excel·lent recull de crítiques és:

**I. Budge i altres** (ed.) (1976). *Party identification and beyond*. Londres: Wiley.

b) En segon lloc, als Estats Units hi ha moltes eleccions. Un americà mitjà vota en eleccions presidencials, al Senat, a la Cambra de Representants, a governador de l'Estat, al Parlament de l'Estat (a vegades amb dues cambres), a Sheriff del comtat, a les eleccions municipals (amb elecció separada de l'alcalde), al Consell Escolar, a diverses eleccions per a jutges i per al poder judicial, i per a altres òrgans elegits que oblidat. En tantes eleccions, i sempre personalitzades, és efectivament probable que algú voti per algun candidat del partit contrari amb el qual se sent identificat –encara que sigui per avorriment!

c) Finalment, cal recordar que els partits americans són merament plataformes electorals molt dèbils, per la qual cosa, el fet que un candidat sigui d'un partit o d'un altre resulta rellevant per a l'elector, però no decisiu.

Els defensors del model de Michigan argumenten que aquest últim punt és particularment important de destacar quan s'avalua el model de Michigan des d'Europa. A Europa, la ideologia esquerra/dreta actua com a valor polític principal i, per tant, els europeus solem processar la informació política d'acord amb això. La ideologia esquerra/dreta és el nostre valor polític més genèric, mentre que les nostres actituds envers els partits ja són actituds molt més específiques, moltes vegades amb connotacions explícitament electorals. En canvi, la ideologia esquerra/dreta és un valor polític amb una presència molt més feble als Estats Units. En absència d'aquest valor polític genèric, les etiquetes dels dos partits esdevenen els punts de referència per a processar la informació política.

### Com bategem els objectes polítics

Als Estats Units, una postura política, un projecte d'actuació o qualsevol objecte polític pot ser qualificat de "molt republicà", mentre que a nosaltres no se'ns ocorreria de qualificar una postura política de "molt convergent-i-unionista". A Europa no avaluem els objectes polítics amb les etiquetes dels partits, sinó a partir de les ideologies. Als Estats Units s'avaluen els objectes polítics amb les etiquetes dels partits perquè la ideologia esquerra/dreta té una presència més feble.

Com que les etiquetes dels partits serveixen com a processadors genèrics d'informació política, les actituds envers aquests partits ja no tenen necessàriament aquell caràcter més específic, amb connotacions explícitament electorals. I és clar, això facilita que la identificació amb un partit sigui efectivament diferent del fet de votar-lo.

## 2) La crítica del bipartidisme

Una altra crítica que s'ha fet al model de Michigan quan s'ha intentat traslladar a altres països és que està construït per a un sistema bipartidista i no es pot adaptar a sistemes multipartidistes. Això és així perquè la identificació amb un partit és un concepte unidimensional: com més identificat estàs amb un dels dos partits, menys identificat estàs amb l'altre. El problema sorgeix quan no hi ha dos partits, sinó més de dos: llavors no és necessàriament veritat que com més identificat estàs amb un partit, menys identificat estàs amb els altres.

### Eleccions als Estats Units

Encara més, per acabar de fer la llista inacabable, s'hi podrien afegir multitud de referenda cada dos per tres. No ens estranyi que hi hagi abstenció!

### L'exemple dels partits catalans

A Catalunya s'ha verificat empíricament que com més identificat està un elector amb ERC, més identificat sol estar amb CiU. Igualment, com més identificat està amb IC-V, també sol estar més identificat amb el PSC.

En definitiva, per a adaptar la identificació amb un partit a Europa, caldria construir una nova versió multidimensional d'aquesta variable. Això s'ha intentat fer amb el concepte de *proximitat als partits*. La **proximitat als partits** intenta copsar aquest mateix sentiment de simpatia o afinitat envers els partits, però el mesura partit per partit. Llavors, l'elector es pot mostrar pròxim a un partit i distant de tots els altres, o pròxim a més d'un partit, o distant de tots els partits. Lògicament, la relació d'aquest valor polític amb el vot és molt estreta. Les dades de la taula 3 mostren algunes dades referides a partits catalans.

Taula 3. Dades de proximitats als partits catalans i record de vot al Parlament de Catalunya (%)

	<b>Molt pro- per a CiU</b>	<b>Proper a CiU</b>	<b>Ni proper ni distant de CiU</b>	<b>Distant de CiU</b>	<b>Molt dis- tant de CiU</b>
PPC	1	1	3	5	5
CiU	89	55	27	12	4
ERC	6	24	41	22	6
PSC	0	3	17	10	17
ICV-EUiA	1	3	0	17	25
C's	0	1	2	6	9

	<b>Molt pro- per a ERC</b>	<b>Proper a ERC</b>	<b>Ni proper ni distant d'ERC</b>	<b>Distant d'ERC</b>	<b>Molt dis- tant d'ERC</b>
PPC	0	0	0	5	12
CiU	25	46	34	27	16
ERC	61	21	11	1	0
PSC	1	4	11	10	19
ICV-EUiA	3	12	18	19	8
C's	0	0	0	4	19

	<b>Molt pro- per al PSC</b>	<b>Proper al PSC</b>	<b>Ni proper ni dis- tant del PSC</b>	<b>Distant del PSC</b>	<b>Molt dis- tant del PSC</b>
PPC	0	3	0	3	4
CiU	12	15	25	36	40
ERC	11	9	17	21	20
PSC	62	27	26	3	1
ICV-EUiA	8	21	13	12	6

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre d'Opinió Política del Centre d'Estudis d'Opinió (1a. onada 2013).

C's	0	9	4		4
-----	---	---	---	--	---

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre d'Opinió Política del Centre d'Estudis d'Opinió (1a. onada 2013).

També s'ha intentat construir un concepte més genèric anomenat *partidisme*. El **partidisme** intenta mesurar una vaga simpatia dels ciutadans envers un partit, i també ha acabat mostrant una clara relació amb el vot. Aquests dos valors polítics referits als partits semblen ben equipats per a actuar com a predictors del vot a Europa.

## 4. Ideologia esquerra/dreta i vot

La ideologia esquerra/dreta és un valor polític que s'ha definit de dues maneres: segons els resultats que persegueix i segons els mitjans que utilitza. Segons els resultats que persegueix, l'esquerra es defineix com aquell valor polític (o ideologia) que persegueix més igualtat entre els ciutadans. Segons els mitjans que utilitza, l'esquerra seria aquell valor polític (o ideologia) que persegueix més implicació de l'estat en l'economia i en la societat. La dreta es defineix en oposició a aquella.

És interessant d'adonar-se que la implicació de l'estat va començar essent merament un mitjà utilitzat durant el segle XX per a obtenir l'objectiu de més igualtat. Però cada dia més, aquest mitjà es va convertint en l'element definitori de l'esquerra –tant si va dirigit o no a assolir més igualtat entre els ciutadans. Així, sovint es qualifiquen com d'esquerres alguns projectes de més implicació de l'estat que clarament beneficien segments socials ja privilegiats i que acaben generant més desigualtat. Les polítiques culturals en són un exemple clar.

No ens aturarem en aquesta qüestió perquè ja hi ha literatura molt més brillant que la que podríem generar en un parell de paràgrafs i perquè l'objectiu d'aquest apartat no és pas definir la ideologia esquerra/dreta, sinó veure'n les conseqüències electorals.

### 4.1. El model ideològic del vot

En l'Europa continental la ideologia esquerra/dreta és el valor polític que exerceix un impacte més gran sobre el vot. És per això que s'ha convertit en l'explicació del vot de més èxit en aquest context geogràfic i ha donat lloc al **model ideològic del vot** que, de fet, només és una adaptació a Europa del model original americà que hem anomenat *model de Michigan*.

El **model ideològic del vot** parteix de tres axiomes:

- 1) La major part de l'electorat té una ideologia esquerra/dreta i, per tant, és capaç d'autoubicar-se en una escala ideològica.
- 2) La major part de l'electorat és capaç de percebre quins dels principals partits són de dreta i quins són d'esquerres.
- 3) En conseqüència, la major part de l'electorat vota aquell partit que "està d'acord" amb la seva pròpia ideologia esquerra/dreta.

#### Origen

El concepte d'*esquerra* neix el 1814, quan els defensors de la classe obrera seien a l'esquerra del president de l'Assemblea francesa.

#### Lectura recomanada

Sobre la definició d'*esquerra* i *dreta*, consulteu:  
N. Bobbio (1998). *Dreta i esquerra*. Barcelona: Proa.



Tal com passava en el model de Michigan, el model ideològic del vot pressuposa que, quan l'elector vota aquell partit que està d'acord amb la seva pròpia ideologia esquerra/dreta, ho fa com una mera "manifestació emotiva" de la seva ideologia esquerra/dreta. És a dir, l'elector no vota per aconseguir alguna cosa, sinó perquè aquell partit és el custodi d'uns valors polítics, d'una ideologia esquerra/dreta, que ell també manté i salvaguarda. Per tant, el vot ideològic seria un vot emotiu, sentimental, no pas racional.

La qüestió fonamental és si aquests axiomes assumits pel model ideològic es verifiquen empíricament. La verificació de l'axioma 3 s'ha fet habitualment amb dues tècniques estadístiques diferents. La primera fa servir les taules de contingència i comprova si els electors que es consideren d'esquerres voten partits diferents dels electors que es consideren de dreta. La segona utilitza diferència de mitjanes i comprova si els electors dels diferents partits tenen una posició ideològica diferent. La diferència és merament tecnicoestadística i no té implicacions teòriques.

Les dades de la taula 4 mostren els resultats de la primera tècnica. La relació entre l'autoubicació de l'elector en l'escala d'ideologia esquerra/dreta i el partit votat és efectivament una relació extremadament estreta.

Taula 4. Relació entre l'autoubicació de l'elector en l'escala d'ideologia esquerra/dreta (%)

Catalunya	Esquerra	Centre	Dreta
ERC	27	5	0
En Comú Podem	19	5	0
PSC	18	13	2
CDC	5	19	4
C's	2	23	37
PP	0	3	47
Espanya	Esquerra	Centre	Dreta
PSOE	36	13	1
Unidos Podemos i IU	32	5	1
C's	3	22	9
PP	1	27	79
Xipre	Esquerra	Centre	Dreta
Progressive Party of Working People	92	13	1
Democratic Rally	1	8	84
Democratic Party	2	50	7
Social Democrats	3	17	1
European Party	1	5	5

#### Vegeu també

L'escola racional ha fet una completa revisió d'aquest model ideològic del vot, en el qual substitueix l'emotivitat per racionalitat. En el subapartat 6.1 mostrarem aquesta revisió racional.

#### Vegeu també

Introduïrem la comprovació dels axiomes 1 i 2 més endavant, en l'apartat 6, perquè en resulta una certa revisió del model general, i seria poc didàctic introduir-la ara.

Alemanya	Esquerra	Centre	Dreta
CDU/CSU	10	41	69
SPD	45	35	12
Die Grünen	16	7	2
Die Linke	21	4	1
FDP	3	9	9
NPD+Republikaner	0	0	4

#### Alguns exemples de vot ideològic dèbil:

Irlanda	Esquerra	Centre	Dreta
Fianna Fáil	21	36	48
Fine Gael	19	34	36
Páirtí an Lucht Oibre	28	11	5
Sinn Féin	16	6	3
Comhaontas Glas	6	3	1

Rússia	Esquerra	Centre	Dreta
United Russia	42	79	76
Communist Party of the Russian Federation	39	10	13
Liberal Democratic Party of Russia	11	5	4
Union of Right Forces	1	1	3
Yabloko	0	1	0
Agrarian Party of Russia	4	1	0
Fair Russia	3	4	2

#### Un exemple de quasi absència de vot ideològic:

Ucraïna	Esquerra	Centre	Dreta
Party of Regions	42	42	31
Block of Yulia Tymoshenko	14	21	23
Bloc 'Our Ukraine'	7	11	21
Communist party of Ukraine	16	3	3
All Ukrainian Union "Fatherland"	8	6	7
All Ukrainian Union "Freedom"	3	2	5
Ukrainian Democratic Alliance for Reform	3	4	2

Font: elaboració pròpia a partir de dades de ESE (dades 2002-2012) i CIS núm. 3145 (postelectoral 2016) per Espanya i Catalunya.

En general, els experts han trobat relacions extremadament potents en els països escandinaus, el Regne Unit i els Països Baixos; han trobat relacions fortes a França, Bèlgica, Alemanya, Itàlia, Espanya i Portugal; i han trobat relacions moderades a Irlanda. Les nostres dades per a Irlanda també mostren una relació que només arriba a moderada.

Això demostra –només amb una precaució per al cas irlandès– que efectivament els electors que s'autoubiquen a l'esquerra voten partits d'esquerres, els electors que s'autoubiquen al centre voten partits de centre, i els electors que s'autoubiquen a la dreta voten partits de dreta. Per tant, l'axioma 3 quedaria verificat i el model, ratificat.

Però cal anar amb compte amb aquesta conclusió, perquè el significat de *partit de dreta* no és el mateix en totes les democràcies occidentals (i ja no cal dir fora d'aquest àmbit!). I això és el que demostra la segona de les tècniques al·ludides.

### La ubicació ideològica dels electorats de cada partit

El partit democratacristià alemany és clarament el partit de centre-dreta en el sistema de partits alemany i, en conseqüència, té un electorat de centre-dreta. Però en canvi, els partits democratacristians de Dinamarca, Noruega, Bèlgica o Holanda tenen un electorat clarament centrista. I finalment, l'electorat de l'antic partit democratacristià italià tenia una autoubicació ideològica quasi de centre-esquerra.

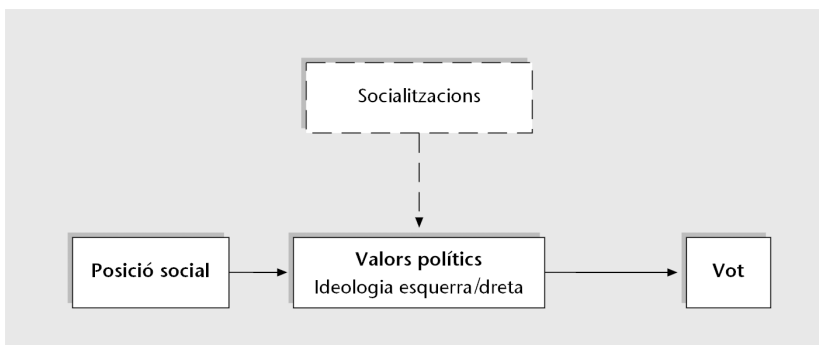
Igualment passa amb els electorats dels partits liberals i conservadors: mentre que al Regne Unit i a Escandinàvia els electorats dels partits conservadors són molt més dretans que no pas els dels liberals, passa justament a l'inrevés a Bèlgica, Alemanya, els Països Baixos i Itàlia.

I no és només una qüestió que afecti els electorats de dretes. L'electorat dels partits verds d'Alemanya, Dinamarca i Islàndia són clarament d'esquerres, però no ho són pas a Suècia, Bèlgica, la Gran Bretanya o Irlanda (per exemple, a Irlanda, l'electorat del partit verd és en la mateixa ubicació ideològica que l'electorat del Fianna Fáil!).

En definitiva, i prenent les precaucions ja esmentades per al cas irlandès i per al fet que el significat de "partit de dreta" no és el mateix en totes les democràcies occidentals, la conclusió és que hi ha una forta relació entre la posició ideològica de l'elector i el partit que vota. Els electors d'esquerres voten uns partits, i els electors de dreta en voten uns altres.

El model ideològic del vot es representa en el gràfic 6.

Gràfic 6. El model ideològic del vot



### Vegeu també

L'anomalia del cas irlandès quedarà degudament justificada en l'apartat 5, sobre nacionalisme i vot.

### Lectura complementària

Sobre les ubicacions ideològiques dels electorats, llegiu:

O. Knutsen (1995) "Party Choice". A: J. van Deth; E. Scarbrough (ed.). *The impact of values*. Oxford: Oxford University Press.

És clar que la ideologia esquerra/dreta també tindrà conseqüències indirectes –a més de les directes ja descrites– sobre el vot. Les conseqüències indirectes es produiran amb variables contextuals com l'avaluació dels candidats, les opinions sobre temes de debat polític, etc. Però les influències d'aquestes variables contextuals sobre el vot s'aborden en un altre mòdul.

#### Vegeu també

Vegeu les influències de les variables contextuals sobre el vot en el mòdul "Context electoral i vot" d'aquesta assignatura.

## 4.2. El vot normal

A imitació del model de Michigan, el model ideològic del vot ha adaptat el concepte de vot normal. Aquí, el vot normal és aquell vot repetit, una i una altra vegada al llarg del temps, i que deriva de la ideologia esquerra/dreta que manté un elector. També per analogia, la ideologia esquerra/dreta es veu reforçada per la seva mera utilització electoral. I com més temps es reitera aquest ritual, més difícil es fa que algun dia s'interrompi.

També s'ha adaptat la formulació col·lectiva del vot normal. Així, la distribució estadística de la variable "ideologia esquerra/dreta" determina el vot normal d'un col·lectiu o zona geogràfica. Els electorats amb una distribució molt esbiaixada cap a l'esquerra tindran un vot normal per algun partit d'esqueres, i viceversa. És per això que és fonamental conèixer la distribució estadística de la ideologia esquerra/dreta del país.

### Les distribucions ideològiques d'alguns països

Les enquestes regulars mostren que els electorats europeus amb una distribució ideològica més esbiaixada cap a l'esquerra són habitualment Suècia, Itàlia i França. I no pas per casualitat, els resultats electorals són molt coincidents amb aquestes distribucions ideològiques: Suècia ha tingut govern d'esqueres des de la Segona Guerra Mundial amb només una legislatura d'excepció. A Itàlia, el PCI va guanyar totes les eleccions fins a la caiguda del Mur i només es van evitar governs d'esqueres amb maniobres molt dubtoses. I a França hi ha hagut executius d'esqueres molt sovint.

Per l'altra costat, també queda clar que els electorats europeus que mostren una distribució ideològica més esbiaixada cap a la dreta són habitualment Irlanda i Bèlgica. I els resultats són també coincidents: Irlanda ha tingut sempre governs de dreta o, com a molt, de centre; i a Bèlgica la dreta també ha governat molt i molt sovint.

Per continuar amb les analogies, també podem adaptar el concepte de vot desviat. Es té un **vot desviat** quan l'elector vota ocasionalment un partit de dreta tot i ser d'esqueres, o viceversa. I igual que abans, quan l'elector exerceix un vot desviat, aquest elector:

- 1) manté inalterada la seva ideologia esquerra/dreta, i per tant:
- 2) té tendència a tornar a exercir el seu vot normal anterior quan s'hagin esvaït les circumstàncies excepcionals. Això darrer és el que es coneix amb el nom de *homing tendency*.

El vot desviat també es pot manifestar en el nivell agregat, i no solament en l'individual. Si molts electors exerceixen un vot desviat, el resultat agregat de les eleccions serà diferent dels resultats habituals. Això és el que coneixem amb el nom d'**eleccions desviades**. Les eleccions desviades solen anar seguides

d'un tipus d'eleccions anomenades **eleccions de restitució** (*reinstating elections*), que són aquelles eleccions en les quals els electors tornen a exercir el seu vot normal, sota l'efecte de la *homing tendency*.

### Exemples d'eleccions desviades i de restitució

L'única derrota dels socialdemòcrates suecs des de la Segona Guerra Mundial és el cas més típic d'eleccions desviades, ja que hi van concórrer circumstàncies excepcionals. També és cert que tot va tornar a la normalitat en les eleccions següents, que van ser de restitució, en les quals els esquerrans suecs van tornar a exercir el seu vot normal.

Alguns dirigents del PSOE també van argumentar que la derrota del 1996 va ser un fet excepcional derivat de circumstàncies molt conjunturals, però asseguraven que, passada l'excepcionalitat, tornaria la normalitat. Aquesta interpretació és més dubtosa, si més no pel temps que triga a tornar aquesta pretesa "normalitat".

A mitjà termini, hi pot haver canvis profunds en el vot normal d'un país o d'una zona. Amb el pas del temps, alguns llocs tradicionalment de dretes poden esdevenir d'esquerres i viceversa.

Aquests canvis de vot a mitjà termini tenen habitualment dos orígens: en primer lloc, poden provenir de la lenta transformació dels valors polítics dominants –d'allò que els alemanys en diuen el *Zeitgeist*, o esperit dels temps. Si als anys seixanta es portava ser progrés, als anys vuitanta es portava ser neoliberal, i ara es porta ser antisistema, és lògic que el vot normal de cada una d'aquestes èpoques sigui diferent. En segon lloc, aquests canvis a mitjà termini poden provenir del reemplaçament generacional, en la mesura que generacions d'esquerres reemplacen generacions de dreta o viceversa.

Els canvis profunds en el vot normal a mitjà termini poden constituir una explicació satisfactòria de les variacions del comportament electoral. Això és el que no aconseguia l'explicació del vot que es basava en la posició social dels electors. En definitiva, la posició social era capaç d'explicar la permanència, però no pas el canvi; els valors polítics, en canvi, són capaços d'explicar tant la permanència com el canvi a mitjà termini.

#### Vegeu també

Quedarà per explicar el canvi electoral a curt termini. Això és el que només seran capaces d'explicar les variables de context, en el mòdul "Context electoral i vot".

### 4.3. Advertiments entorn del model ideològic del vot

Cal fer tres advertiments entorn de la relació entre ideologia esquerra/dreta i vot que constitueix la base del model ideològic del vot:

1) És cert que la relació entre la ideologia esquerra/dreta i el vot és **més estreta** que no pas la relació entre la posició social i el vot. Però això no implica que la ideologia sigui més important a l'hora de determinar el vot, sinó que exerceix una influència des de més a prop. La posició social s'ha de transformar en valors per a influir en el vot, mentre que la ideologia esquerra/dreta influeix en aquella directament.

#### Vegeu també

Vegeu la relació entre la posició social i el vot mostrada en el mòdul "Posició social i vot" d'aquesta assignatura.

2) Aquest model ideològic del vot pressuposa que la ideologia esquerra/dreta és **diferent** del vot: és a dir, que ser d'esquerres és diferent que votar un partit d'esquerres. En definitiva, pressuposa que podem trobar porcions rellevants de l'electorat que facin el contrari. I això no és tan evident. Fixem-nos que si coincidís que tothom que vota un partit d'esquerres fos d'esquerres, aleshores les dues variables serien idèntiques i el model passaria a ser una tautologia. La possibilitat de tautologia no és tan immediata com en el model de Michigan, però Déu n'hi do.

3) Aquest model també pressuposa que la ideologia esquerra/dreta és **anterior** al vot. És a dir, parteix de la idea que la ideologia esquerra/dreta és un valor que es té inicialment (provinent de la socialització) i que el vot n'és una conseqüència posterior. Aquest model no podria admetre que la direcció de la causalitat fos inversa: que el vot influís en la ideologia esquerra/dreta. I no ho podria admetre senzillament perquè les causes no poden estar influïdes per les conseqüències. En canvi, hi ha evidències que la ideologia esquerra/dreta d'un individu es veu en alguns casos afectada pel seu vot. De vegades, el vot reforça la ideologia esquerra/dreta (com més sovint voto un partit d'esquerres, més d'esquerres em torno). I en algunes ocasions extraordinàries, el vot arriba fins i tot a reajustar la ideologia esquerra/dreta (si sóc d'esquerres però, per alguna raó, voto un partit de dreta, em torno de dreta).

#### Reajustament de la ideologia esquerra/dreta

Les enquestes del CIS ens mostren que molts electors centristes exvotants de la UCD es van tornar sobtadament d'esquerres justament després d'haver votat el PSOE l'any 1982. En plena desfeta de la UCD, primer van canviar de vot (per la patètica conjuntura que vivia la UCD) i després van reajustar la seva ideologia esquerra/dreta.

## 5. Nacionalisme i vot

Ja hem destacat que Irlanda és el país europeu que menys satisfà el model ideològic del vot. Encara que sembli sorprenent, a Irlanda hi ha molts electors d'esquerres que no voten partits d'esquerres, i també hi ha alguns electors de dreta que no voten partits de dreta. La pregunta òbvia és quina és la causa d'aquesta anomalia irlandesa: quin motiu pot fer que un irlandès d'esquerres voti un partit que no és d'esquerres?

El motiu és el nacionalisme. Molts electors irlandesos trien el partit no pas per la seva ideologia esquerra/dreta, sinó pel seu grau de nacionalisme. Així, hi ha nombrosos electors que se senten ideològicament d'esquerres i nacionalistes i que no voten pel Partit Laborista (que és el partit típicament d'esquerres), perquè prefereixen votar el partit nacionalista irlandès (el Fianna Fáil). De fet, quasi una quarta part dels esquerrans voten pel Fianna Fáil!

Taula 5. Nacionalisme i vot: Irlanda (%)

<b>Irlanda</b>	<b>Esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Dreta</b>
Fianna Fáil	21	36	48
Fine Gael	19	34	36
Páirtí an Lucht Oibre (Partit Laborista)	28	11	5
Sinn Féin	16	6	3
Comhaontas Glas	6	3	1

Font: elaboració pròpia a partir de dades de ESS (dades 2002-2012).

Això passa en alguns països europeus en què el nacionalisme és un valor polític rellevant: Irlanda, Bèlgica, Escòcia, el País Basc, Catalunya, etc. A Catalunya passa una cosa similar. Ja hem mostrat la clara relació entre vot i ideologia esquerra/dreta, però hem passat per alt algunes cel·les de la taula 4 que no quadraven del tot amb el model ideològic del vot que exposàvem. Aquestes cel·les són les que destaquem ara.

Taula 6. Nacionalisme i vot: Catalunya (%)

<b>Catalunya</b>	<b>Esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Dreta</b>
ERC	27	5	0
En Comú Podem	19	5	0
PSC	18	13	2
CDC	5	19	4
C's	2	23	37

Font: elaboració pròpia a partir de CIS núm. 3145 (postelectoral 2016).

### Vegeu també

Vegeu les dades de la taula 4 per a Catalunya en el subapartat 4.1 d'aquest mòdul.

Catalunya	Esquerra	Centre	Dreta
PP	0	3	47

Font: elaboració pròpia a partir de CIS núm. 3145 (postelectoral 2016).

No deixa de ser sorprenent que algú que se situa clarament a la dreta voti PSC, o que un nombre important de gent que se situa clarament a l'esquerra voti CDC o Ciutadans. Què els porta a comportar-se d'aquesta manera, que discrepa del model ideològic del vot?

Les dades són clares. Tots els votants d'esquerres que tenia CDC s'autubicaven en posicions d'alt nivell de nacionalisme, i quasi tots en el nivell màxim. Igualment, els votants de dretes que tenia el PSC i els votants d'esquerres que tenia Ciutadans eren moltíssim més espanyolistes que la resta de la mostra. Sembla clar que allò que portava aquests electors a no satisfer el model ideològic del vot era el seu nacionalisme.

Això ratifica la idea que el valor polític més influent sobre el vot pot variar entre països. És cert que la ideologia esquerra/dreta és el valor polític que més influeix sobre el vot en l'Europa continental, però alguns països hi poden afegir el nacionalisme, i fins i tot d'altres –com els Estats Units– el poden substituir per un altre valor polític com la identificació amb un partit. I encara poden entrar en joc altres valors polítics.

#### Vegeu també

Vegeu altres valors polítics que poden entrar en joc en el subapartat 6.4 d'aquest mòdul.



## 6. Les revisions del model ideològic del vot

Hem mostrat explicacions del vot que es basaven en els valors polítics dels individus. Aquests models –però sobretot el model ideològic– han estat sotmesos a importants revisions, de les quals en destaquen quatre: la revisió racional, el debat sobre la inexistència d'ideologia, el desalineament i el postmaterialisme. Els subapartats següents examinen cada una d'aquestes revisions.

### 6.1. La revisió racional: el model de competència espacial simple

El model ideològic del vot pressuposa, en principi, que quan l'elector vota aquell partit que està d'acord amb la seva pròpia ideologia esquerra/dreta, ho fa com una mera manifestació emotiva. És a dir, l'elector no vota per aconseguir alguna cosa, sinó que ho fa perquè aquell partit és el custodi d'uns valors polítics, d'una ideologia esquerra/dreta, que ell també té i salvaguarda. Per tant, el vot ideològic seria un vot emotiu, sentimental, no pas racional.

L'escola racional del comportament electoral ha proposat una modificació al model ideològic del vot tradicional. La diferència principal és que no pressuposa una motivació emotiva de l'elector, sinó merament racional, però encara conserva moltes similituds amb el model tradicional.

El supòsit fonamental del qual parteix aquesta escola és que l'elector no vota com una mera manifestació emotiva de la seva ideologia esquerra/dreta, sinó que vota per aconseguir alguna cosa. L'elector vota per obtenir alguna utilitat.

Si partim del supòsit que l'elector racional tendeix a maximitzar la utilitat que el vot li reporta, òbviament votarà per aquell partit que li reporti més utilitat. Però com pot estimar la utilitat que li reportarà un partit determinat? S'han proposat diferents maneres de com ho fa:

- 1) Assumir que li reportarà més utilitat aquell partit que sigui capaç de proporcionar-li una millor conjuntura econòmica.
- 2) Informar-se de quines polítiques desenvoluparà cada partit quan estigui al govern, estimar si aquestes polítiques el satisfaran molt o poc i deduir el grau d'utilitat que li reportaran els diferents partits a partir de les polítiques.
- 3) Assumir alegrement que un partit d'esquerres (o de dretes) portarà a terme unes polítiques que el satisfaran si ell és d'esquerres (o de dretes) i, per tant, utilitzar la ideologia esquerra/dreta per a deduir-ne el grau d'utilitat.

#### Vegeu també

Vegeu diferents teories sobre el vot: la identificació amb un partit, el model ideològic i la influència del nacionalisme, respectivament, en els apartats 3, 4 i 5 d'aquest mòdul.

#### Vegeu també

En el mòdul "Context electoral i vot" es tracten algunes parts prou importants de les explicacions racionals. En aquest apartat ens limitem a mostrar la revisió racional del model ideològic del vot.

#### Lectura complementària

L'obra original en què s'explica la modificació del model ideològic del vot és:

A. Downs (1957). *An economic theory of democracy*. Nova York: Harper and Row.

La primera manera d'estimar la utilitat dóna lloc a un model de vot que s'anomena **funcions de popularitat**, la segona dóna lloc a un model de vot que s'anomena **vot temàtic**, i la tercera, a un model que s'anomena **model de competència espacial**, i que es pot entendre com una revisió del model ideològic del vot.

El **model de competència espacial** assumeix que l'elector votarà seguint els passos següents (o votarà "com si" les hagués seguit, que per al cas que ens interessa és el mateix):

- L'elector s'autubicarà en una escala ideològica esquerra/dreta.
- L'elector avaluarà quina és la ubicació ideològica esquerra/dreta de cada partit.
- L'elector votarà el partit que minimitzi la distància entre la pròpia autoubicació ideològica esquerra/dreta i la ubicació ideològica esquerra/dreta del partit.

La qüestió fonamental en el **model de competència espacial** és la distància que hi ha entre l'autoubicació ideològica de l'elector i la ubicació ideològica de cada partit. Aquesta **distància** (o **espai**, d'aquí ve el nom del model) és la que assenyalava quin partit acaba votant l'elector.

Cal fer una precisió important sobre les ubicacions dels partits en l'escala d'ideologia esquerra/dreta. Sembla evident que la ubicació dels partits en aquesta escala pot variar conjunturalment. Per dir-ho més clar: en un model de competència espacial avançat, els partits no "són" de dretes o d'esqueres, sinó que "estan" més a la dreta o més a l'esquerra en aquell moment i en aquell context. Això no obstant, en aquesta versió encara molt simple del model de competència espacial, tot just assumim que els partits estan ideològicament estàtics.

Una de les virtuts del model de competència espacial és que és fàcil de representar gràficament. Es representa una escala ideològica esquerra/dreta, es representa a sobre la ubicació ideològica de cada partit (sovint en forma de bandera), i finalment s'hi representa l'autoubicació ideològica de l'elector. La distància es manifesta de manera gràfica i el resultat és evident (gràfic 7).

#### Vegeu també

Les funcions de popularitat i el vot temàtic s'analitzaran en els apartats 4 i 5 del mòdul "Context electoral i vot" d'aquesta assignatura.

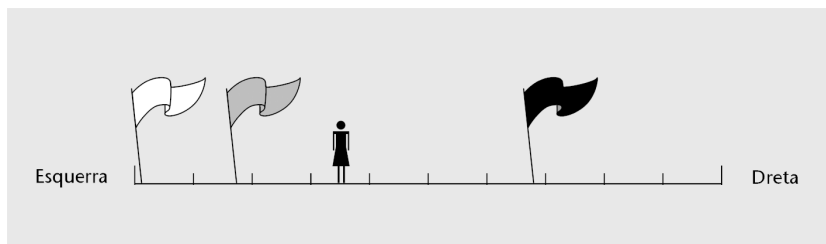
#### Similitud

Observeu la gran similitud amb els tres axiomes del model ideològic del vot tradicional. Malgrat que varia el presupòsit sobre la motivació del vot, encara en romanen nombroses similituds.

#### Vegeu també

El model de competència espacial avançat que mostra l'apartat 1 del mòdul "Context electoral i vot" ja incorpora els moviments ideològics dels partits, a més d'altres complicacions.

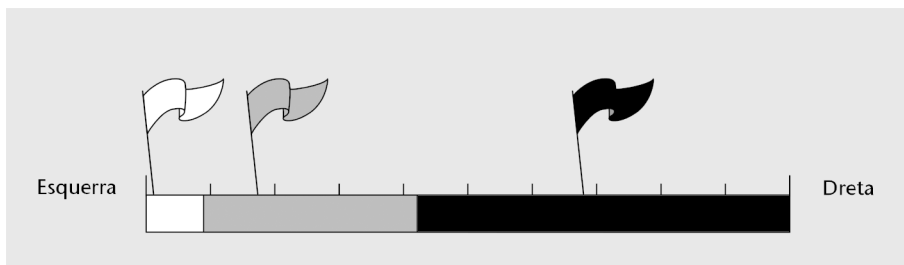
Gràfic 7. El model de competència espacial



Segons el model de competència espacial, sembla clar que aquest elector votarà pel partit gris (el que té immediatament a l'esquerra), ja que els altres dos li queden massa lluny ideològicament: el partit negre és massa de dretes i el partit blanc és massa d'esquerres.

Si cada elector vota pel partit que li queda a menys distància, és fàcil veure que al voltant de la ubicació ideològica de cada partit s'hi delimita una àrea en la qual aquell partit atrau els electors que s'hi autoubiquen. És el que s'anomena l'àrea d'atracció del partit. L'àrea d'atracció d'un **partit** és tota la zona de l'escala ideològica esquerra/dreta en la qual aquell partit és el més proper.

Vegem-ne un exemple amb l'esquema següent:

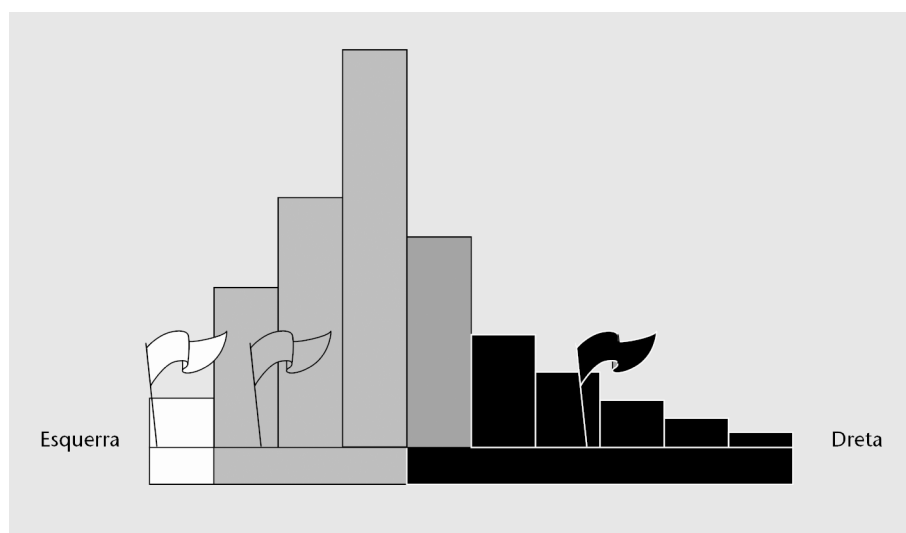


La zona blanca de l'escala ideològica esquerra/dreta és l'àrea d'atracció del partit blanc, la zona gris és l'àrea d'atracció del partit gris i la zona negra, l'àrea d'atracció del partit negre. És fàcil de comprovar visualment que, en qualsevol punt d'una àrea d'atracció, el partit que hi ha a dins sempre és el partit que hi està més proper.

Adoneu-vos que la ubicació del partit no té per què estar en el centre de la seva àrea d'atracció. De fet, la bandera del partit gris està notòriament desplaçada cap a una banda de la seva pròpia àrea d'atracció. El que sí que necessàriament ha d'estar centrat és el punt de separació de les àrees d'atracció. Observeu en l'esquema que el punt que separa l'àrea d'atracció blanca de la gris és al punt mig entre les dues banderes. Igual passa en el punt que separa l'àrea d'atracció gris de la negra.

Les amplades de les àrees d'atracció són un indicador del nombre de votants dels quals disposa un partit.

En aquest exemple, el partit blanc és molt probable que sigui un partit menor, potser marginal, ja que la seva àrea d'atracció és molt estreta. En canvi, el partit gris i el partit negre seran partits amb molts votants. Encara que l'àrea d'atracció del partit negre sigui lleugerament més ampla que la del partit gris, no podem estar segurs que tindrà més votants, ja que això també depèn d'altres qüestions: la més important és la proporció d'electors que s'autoubiquen en la zona de l'escala esquerra/dreta en la qual hi ha aquella àrea d'atracció. Així, doncs, també és fonamental sobreposar l'autoubicació dels electors a les anteriors àrees d'atracció. Això se sol fer amb un histograma com el que mostra l'esquema següent:



El model de competència espacial que mostra aquest esquema fa veure que el partit gris probablement tindrà més electors que no pas el negre perquè la seva àrea d'atracció està lleugerament més poblada.

Així, doncs, tal com passava en el model ideològic del vot, si volem saber quin és el partit que obtindrà més vots, és fonamental conèixer la distribució estadística de l'autoubicació ideològica esquerra/dreta dels electors d'un país.

La verificació empírica del model també és molt important.

Un dels avantatges del model de competència espacial sobre el model ideològic tradicional és que permet complementar-lo amb elements que varien a curt termini per donar lloc a una versió més avançada del model. Per exemple, la ubicació ideològica dels partits podrà variar segons les estratègies de les seves elits en busca de vots; o les àrees d'atracció es podran encongir o eixamplar

#### Vegeu també

Hem dissenyat l'activitat 2 amb la intenció que sigueu vosaltres, els estudiants, els qui feu la verificació empírica del model de competència espacial.

segons el context en el qual se celebren les eleccions i incidir en assumptes com ara la credibilitat del partit en aquell moment. Igualment s'hi poden afegir altres dimensions de competència no subsumibles en la ideologia esquerra/dreta.

Tots aquests complements comportaran un model de competència espacial més avançat que permetrà d'incorporar-hi canvis a curt termini. És per això que és un model més equipat per a explicar les variacions de vot entre elecció i elecció, i en particular, les explica molt millor que el model ideològic tradicional, que no deixava de ser un model que explicava la permanència.

## 6.2. Té ideologia la gent del carrer?

En l'apartat 4, hem assumit que la major part de la gent tenia una ideologia esquerra/dreta, i el nostre interès s'ha centrat a preguntar-nos si aquesta ideologia exercia una gran influència sobre el vot. Però tot un corrent de pensament s'ha dirigit a qüestionar si realment era versemblant assumir que la major part de la gent tingués una ideologia.

Fins a cert punt, això és només una qüestió empírica. En podem conèixer la resposta si analitzem les actituds de la gent amb la intenció de descobrir si s'hi detecta la presència d'alguna ideologia. Aquesta anàlisi es pot fer per mitjà de tres tècniques:

1) **Autoubicació:** aquesta tècnica simplement demana als electors que s'autoubiquin en una escala d'ideologia esquerra/dreta. Si són capaços de fer-ho vol dir que tenen una ideologia esquerra/dreta. El problema d'aquesta tècnica és que els electors s'hi podrien autoubicar aleatòriament, i per tant, l'autoubicació podria no ser símptoma suficient de tenir una ideologia esquerra/dreta.

2) **Reconeixement o comprensió:** aquesta tècnica parteix de la idea que els electors amb una ideologia esquerra/dreta també haurien de ser capaços de comprendre què vol dir *ser de dretes* o *ser d'esqueres*. Per tant, després de demanar-los la seva ideologia esquerra/dreta, aquesta tècnica els demana que defineixin què vol dir *ser de dretes* o *ser d'esqueres*.

3) **Utilització activa:** si la ideologia esquerra/dreta és un processador d'informació política, els electors que tinguin una ideologia esquerra/dreta l'utilitzaran activament per a formar les seves opinions polítiques. Per tant, les seves opinions polítiques mostraran una clara coherència interna i una gran estabilitat. Aquesta tècnica busca pautes de coherència i estabilitat en les opinions polítiques dels electors a partir de correlacionar-les estadísticament.

Els primers estudis elaborats als Estats Units van utilitzar les tècniques de reconeixement i d'utilització activa, però els resultats van ser descoratjadors: només un 17% dels americans eren capaços de donar definicions relativament

### Vegeu també

D'acord amb la divisió temàtica que hem fet d'aquesta assignatura, hem desplaçat al mòdul "Context electoral i vot" totes aquestes qüestions conjunturals. L'apartat 1 mostrarà aquest model dinàmic de competència espacial, i –entre altres coses– hi incorporarà els moviments ideològics dels partits.

### Lectura complementària

El corrent que posa en dubte que les masses tinguin ideologia s'originà amb l'autor següent:

**P. Converse** (1963). "The nature of beliefs systems in mass publics". A: D. Apter (ed.). *Ideology and discontent*. Nova York: Free Press.

sofisticades de la ideologia esquerra/dreta, i el percentatge només augmentava fins al 53% quan es toleraven definicions exageradament menys sofisticades. Pel que fa a la utilització activa, els resultats encara eren més descoratjadors: només el 2,5% dels americans utilitzaven espontàniament conceptes ideològics, i el percentatge només arribava fins a l'11,5% quan també es comptabilitzava com a utilització fins i tot la mera menció de la ideologia. A més, la correlació entre les opinions polítiques dels americans eren exageradament baixes, la qual cosa denotava l'escassa coherència interna i la inestabilitat al llarg del temps. Tot apuntava a la inexistència d'ideologia.

Si els electors no reconeixen i no utilitzen la ideologia esquerra/dreta, si els electors mantenen opinions polítiques que no estan relacionades coherentment, i si aquestes opinions polítiques són molt inestables, l'única conclusió possible és que els electors no tenen ideologia.

Per tant, el model ideològic del vot és problemàtic des del seu primer axioma: la gent no vota segons la seva ideologia esquerra/dreta per la simple raó que la gent no té una ideologia esquerra/dreta.

Estudis posteriors efectuats en moltes altres democràcies occidentals són més benevolents. En part això es deu a tres reconsideracions que fan aquests estudis, que són el moment, el lloc i la tècnica:

1) El moment: s'ha produït un procés de mobilització cognitiva en les democràcies occidentals, ja que han pujat molt els nivells d'estudis, els recursos informatius, i fins i tot l'interès en política.

#### **Millores gràcies a la mobilització cognitiva**

Si als anys cinquanta i principi dels seixanta només un 11,5% dels americans feien un ús actiu de la ideologia esquerra/dreta, als anys setanta el percentatge ja era del 21%, i des de llavors ha pujat força.

2) Els primers estudis se circumscrivien als Estats Units, que (tal com ja ha mostrat l'apartat 3) és un dels països occidentals menys ideologitzats. Per tant, és erroni generalitzar a partir de les dades d'un cas tan especial.

#### **Peculiaritats *made in USA***

El 21% d'americans que feien un ús actiu de la ideologia esquerra/dreta als anys setanta empal·lidien davant del 55% d'italians que feien el mateix, o el 36% dels holandesos, o el 34% dels alemanys.

3) Els primers estudis no donaven cap paper a la tècnica de l'autoubicació. I això és injust perquè el primer axioma del model ideològic del vot només assumeix que els electors es poden autoubicar, no pas que compreguin què és la ideologia esquerra/dreta o que en facin un ús actiu.

#### **Lectura complementària**

Es pot consultar un bon compendi d'aquests estudis en l'obra següent:

**R. Dalton** (2002). *Citizen politics* (cap. 2). Londres: Chatman House.

### Tot depèn de la mesura

Fins i tot als Estats Units el percentatge d'electors que es poden autoubicar és relativament gran. Als anys setanta ja era del 67% i encara ha augmentat notablement. En aquell mateix moment, ja arribava al 92% a Alemanya, al 90% als Països Baixos, al 82% al Regne Unit, etc.

Quan s'actualitzen les dades, s'abasta un ventall de països més ampli i es reconsidera la tècnica que es fa servir, i la tesi de la inexistència d'ideologia no té tanta força com adduïen els primers crítics. Per tant, torna a esdevenir versemblant que la gent voti segons la seva ideologia esquerra/dreta.

Però encara resta un dubte que clama al cel. Si hi ha tanta diferència entre la tècnica de la utilització activa i la tècnica de l'autoubicació, quina mena d'ideologia utilitzen els electors per a autoubicar-se? O per dir-ho d'una altra manera: si només una tercera part dels que s'autoubiquen en l'escala esquerra/dreta fan una utilització activa de la ideologia esquerra/dreta, de quina manera aconseguen autoubicar-s'hi les dues terceres parts restants?

Hem de buscar la resposta en el que hem explicat sobre l'origen dels valors polítics. És a dir, que són un entramat tremendament complex que s'aprenen a la infantesa, en l'escola, en els mitjans de comunicació, imitant els companys, etc. En tots els casos, els humans desenvolupem una simpatia i una afinitat envers alguns objectes polítics, però no tenim per què desenvolupar paral·lelament un coneixement profund sobre el significat últim d'aquests objectes. En definitiva, la simpatia o afinitat que una gran part dels ciutadans senten envers la dreta o l'esquerra es podria aproximar molt al simple estereotip: una actitud molt ben assumida però molt poc racionalitzada. Ara bé, el fet que la ideologia esquerra/dreta d'una part substancial de la població no sigui racionalitzada no vol dir que aquests ciutadans no tinguin ideologia esquerra/dreta, sinó que aquest valor polític (com la resta de valors) té un caire més emotiu que no pas racional.

També pot ser que els ciutadans s'autoubiquen en l'escala esquerra/dreta a partir d'altres actituds. Per exemple, pot ser que alguns ciutadans se sentin identificats amb un partit o sentin simpatia envers algun líder polític i, en la mesura que aquell partit o aquell líder es defineix com de dretes o d'esquerres, aquells ciutadans acabin fent el mateix.

### 6.3. El desalineament i la volatilitat

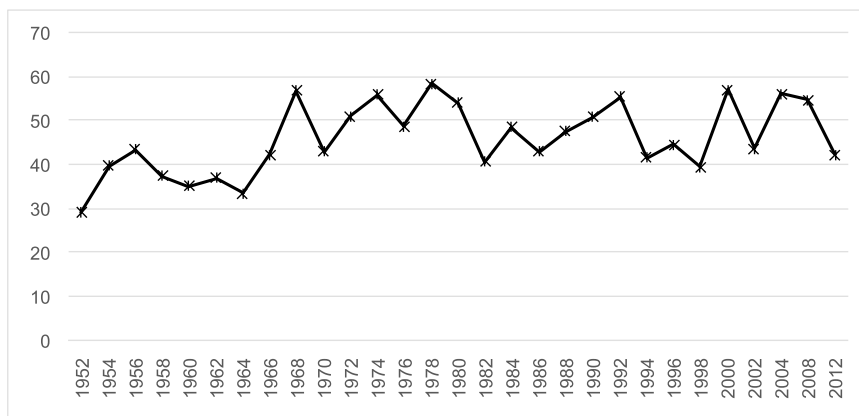
Una de les crítiques més habituals que han hagut de suportar les explicacions del vot que es basen en els valors polítics és que es tracta d'explicacions caduques. Aquesta crítica ve a argumentar que és cert que –durant bona part del segle XX– la identificació amb un partit influïa poderosament en el seu vot. Però això ja no és així, perquè ara els electors es mostren menys identificats

#### Vegeu també

Vegeu l'origen dels valors polítics en l'apartat 2 d'aquest mòdul didàctic.

amb els partits: per exemple, als Estats Units, el nombre d'electors que no se senten identificats amb cap dels dos grans partits ha augmentat molt durant la segona meitat del segle XX, tal com mostra el gràfic 8.

Gràfic 8. Percentatge de no identificats amb els partits als Estats Units



Font: elaboració pròpia a partir de dades NES (1948-2012, totes les ondes agregades).

Si la proporció d'americans als anys cinquanta que deien no sentir-se identificats amb cap dels partits era de menys d'una quarta part, aquesta proporció va anar pujant fins a arribar al 40% al final dels anys setanta, i s'ha mantingut des de llavors en aquesta situació.

A més de la disminució de la identificació amb els partits, els crítics argumenten que també apareix un fenomen paral·lel molt més important. Tant si és cert que es mostren menys identificats amb els partits, com si no ho és, el cert és que el vot dels electors es veu cada vegada menys determinat per la seva identificació amb un partit. Contràriament, el vot està cada vegada més condicionat per factors conjunturals i contextuals. En definitiva, abans els electors estaven alineats amb uns partits i deduien el seu vot d'aquest valor polític. En la societat actual, aquest alineament està en crisi, situació que es coneix amb el nom de *desalineament*.

El **desalineament** és la pèrdua d'influència de la identificació amb un partit (i d'altres valors polítics, com ara la ideologia esquerra/dreta) sobre el vot.

Si bé el desalineament es referia originalment a la pèrdua d'influència de la identificació amb un partit, aquest concepte es pot traslladar sense gaires problemes a la pèrdua d'influència d'altres valors polítics, com la ideologia esquerra/dreta. I fins i tot es pot traslladar a la pèrdua d'influència de la posició social de l'individu.

Les **causes** de l'aparició del desalineament són diverses, i algunes de les que s'han apuntat són les següents:

#### Vegeu també

En el mòdul "Context electoral i vot" d'aquesta assignatura es veuen alguns factors conjunturals i contextuals que influeixen en el vot de les persones.

#### Vegeu també

Recordem que en l'apartat 7 del mòdul "Posició social i vot" definim el desalineament amb referència a la posició social.



a) La societat actual ha erosionat molt els agrupaments classistes, religiosos, etc. De la mateixa manera que aquesta erosió debilitava les clivelles, també ha debilitat les identificacions amb els partits, ja que aquestes identificacions estaven fortament influïdes per aquests factors de posició social.

b) Ha augmentat molt l'habilitat cognitiva dels electors com a conseqüència de l'augment del nivell d'estudis, de l'expansió de la informació política, etc. Aquesta habilitat cognitiva més gran propicia que els electors facin una avaluació directa de les entrades polítiques, sense tanta necessitat de les pistes que ofereix la identificació amb un partit o altres valors polítics.

c) El mer reemplaçament generacional també facilita el desalineament. L'experiència política dels més grans fa que les generacions passades hagin desenvolupat alineaments molts més sòlids. En canvi, les noves generacions que les vénen a reemplaçar encara no ho han pogut fer. En aquest context, el desalineament no seria un "canvi en els individus", sinó un "canvi d'individus".

d) En la decisió del vot, cada dia es dóna més importància a les qüestions conjunturals i contextuals, com ara els candidats, la conjuntura econòmica, etc. La gran influència que exerceixen aquestes qüestions erosiona la influència dels valors polítics i de la posició social.

e) Durant l'últim quart del segle xx, s'han propagat nous valors polítics (com l'ecologia, el feminisme, el pacifisme, etc.) que no es veuen ben recollits ni per la vella ideologia esquerra/dreta ni pels partits tradicionals amb els quals els electors se sentien identificats. En la mesura que aquests nous valors polítics augmenten la seva influència sobre el vot, disminueix la influència de la identificació amb un partit i la de la ideologia esquerra/dreta. A més, la influència electoral d'aquests nous valors és molt més gran entre els electors que s'identifiquen menys amb els partits. Això provoca que l'impacte de la identificació amb un partit sobre el vot esdevingui encara més petit.

Tan important com conèixer les causes del desalineament és conèixer-ne les **conseqüències** electorals. Fonamentalment, se n'ha proposat les següents:

#### a) Volatilitat del vot

Com que els alineaments entre electors i partits s'han debilitat, aquell vot normal (que es repetia una vegada i una altra) deixa de tenir tant de vigor. Els electors ja no voten de manera tan estable i és molt més probable que els electors canviïn el seu vot quan canvien les circumstàncies conjunturals. En definitiva, el desalineament provoca que els electors comencin a canviar el seu vot.

#### Realignement

Si la pèrdua d'influència electoral d'un determinat valor polític es deu a l'aparició d'un nou valor polític competidor, el desalineament passa a anomenar-se *realignement*.

#### Vegeu també

Llegiu el subapartat 6.4 per veure l'impacte d'aquests nous valors polítics sobre el vot.

#### Advertiment

La volatilitat no inclou els canvis sistemàtics de partit entre eleccions de diferent nivell.

Les comprovacions empíriques semblen indicar que la volatilitat ha augmentat efectivament en els països europeus durant la segona meitat del segle XX. El gràfic 9 mostra l'evolució de la mitjana dels coeficients de volatilitat dels tretze països europeus per als quals tenim dades.

Gràfic 9. Evolució de la mitjana dels coeficients de volatilitat en alguns països europeus



Font: elaboració pròpia a partir dels resultats electorals oficials de cada país.

El gràfic 9 mostra que a partir dels anys setanta la volatilitat es va propagar a Europa: cada vegada més votants canvien el seu vot entre elecció i elecció; és a dir, no mantenen fidelitat al partit que havien votat anteriorment.

### b) Canvi del sistema de partits

El debilitament dels alineaments no solament provoca volatilitat en el sentit de canvi de vot entre els partits habituals. Contràriament, aquest debilitament genera l'aparició d'alguns nous partits que irrompen en uns sistemes de partits que sovint havien estat immutables durant dècades. Aquests nous partits van ser particularment reeixits a Europa a partir del final dels anys setanta.

Igualment, també desapareixen –o entren en crisi– alguns partits tradicionals que havien monopolitzat l'escena política d'aquests països durant dècades.

### c) Devaluació de les explicacions basades en els valors polítics

El model de Michigan i el model ideològic del vot hipotetitzen una forta relació entre el vot i la identificació amb un partit i entre el vot i la ideologia esquerra/dreta. En la mesura que el desalineament erosiona aquestes relacions, també devalua aquests models, ja que les seves hipòtesis –que abans eren correctes– ara esdevenen falsejades. En el fons, aquests models eren teories de l'estabilitat. Tot i que permetien un cert vot desviat i alguns canvis a curt termini, eren models que es trobaven més còmodes explicant la permanència que no pas el canvi. El desalineament esdevé un difícil repte per a aquests models.

#### Vegeu també

La definició i el càlcul de la volatilitat són en el subapartat 3.3 del mòdul "Eleccions i comportament electoral" d'aquesta assignatura.

Però el problema no és només que els valors polítics esdevinguin mals predictors del vot, sinó que també es genera un problema afegit: com que els valors polítics que serveixen d'hipòtesis d'aquests models (sobretot la identificació amb un partit, però també la ideologia esquerra/dreta) esdevenen molt dèbils, és més fàcil que la direcció de la causalitat es capgiri; és a dir, que no siguin els valors polítics els que influeixin en el vot, sinó al contrari.

Quan els valors polítics són dèbils, és versemblant que l'elector decideixi primer el seu vot (per qualsevol altra causa) i després ajusti els seus valors polítics tenint en compte aquest vot. Òbviament, això refusa les explicacions del vot basades en els valors polítics.

Això ens porta a una reflexió sobre quins models d'explicació del vot són més correctes en cada moment. Ja hem vist que les clivelles (o, com a mínim, les clivelles clàssiques) es van erosionar i van perdre poder explicatiu. Durant un quant temps, els valors polítics van actuar com un bon substitut i ens van dotar d'explicacions vàlides del vot, però sembla que també perden poder explicatiu. Ens queda l'esglaió següent de l'explicació del vot: sembla que la causació del vot es basa cada dia menys en factors estructurals i en valors polítics i cada dia més en elements conjunturals i en el context electoral.

#### 6.4. Les noves ideologies: postmaterialisme i vot

Una de les revisions més interessants que s'han fet del model ideològic del vot parteix de la idea següent: no és que tots els valors polítics hagin deixat d'influir en el vot, sinó que allò que ha deixat d'influir-hi són els valors polítics tradicionals. En particular, la ideologia esquerra/dreta està essent sotmesa a una dura competència per part d'un nou valor polític que ha sorgit durant l'últim quart del segle XX. Com que aquest nou valor polític tindria cada vegada més influència sobre el vot, això erosionaria la influència –abans determinant– que hi tenia la ideologia esquerra/dreta. És a dir, hi hauria un realineament en favor d'aquest nou valor polític.

Aquest nou valor polític, o **nova ideologia** (si utilitzem el concepte ideologia en el sentit més ampli), ha estat batejat i analitzat sota diverses denominacions i sota marcs teòrics molt diversos. Un dels plantejaments teòrics que ha tingut més èxit en ciència política ha estat el que bateja aquesta nova ideologia o nou valor polític com a *postmaterialisme*.

El **postmaterialisme** parteix de la idea que els humans perseguim objectius successius de manera jeràrquica, només en la mesura que hem satisfet els objectius precedents. Primer perseguim la supervivència fisiològica, la mera seguretat física (menjar, aixopluc, protecció contra les agressions). Quan tenim assegurat aquest objectiu, tendim a donar-lo per descomptat i el deixem de valorar. Llavors ens plantegem un pas més i comencem a valorar les coses que

#### Vegeu també

Vegeu l'erosió de les clivelles clàssiques al final del mòdul "Posició social i vot" d'aquesta assignatura.

#### Vegeu també

Les causes més conjunturals són les que examina el mòdul "Context electoral i vot" d'aquesta assignatura.

#### Lectura complementària

L'obra originària és:

**R. Inglehart** (1977). *The silent revolution*. Princeton: Princeton University Press.

Una actualització més llegible és en l'obra següent:

**R. Inglehart** (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS ("Colección Monografías", núm. 121).

ens són escasses. És el moment en el qual perseguim assegurar la seguretat econòmica; és a dir, el benestar material (els diners, la feina, els béns materials). Quan ja tenim garantida tant la seguretat física com el benestar material, tornem a donar-los per descomptat i els tornem a valorar menys. Una vegada més, valorem allò que ens resulta escàs. És llavors quan comencem a perseguir objectius menys materials: llibertat, autorealització, participació, solidaritat.

Com que els valors d'un individu reflecteixen fonamentalment els objectius que persegueix i prioritza, el fet que un individu mantingui uns valors polítics o uns altres es veurà molt influït pels objectius que ja tingui satisfets. Com que fins a mitjan segle XX els occidentals vam experimentar problemes greus de seguretat física i material, el valor polític predominant (la ideologia esquerra/dreta) estava fonamentat en la prioritització d'objectius col·lectius d'aquest tipus. Així, l'esquerra prioritza la reducció de l'atur, la redistribució de la renda i altres objectius, sobretot materials, mentre que la dreta prioritza l'ordre públic, el creixement econòmic i altres objectius igual de materials.

Al darrer terç del segle XX, les societats occidentals avançades assoleixen uns nivells de seguretat econòmica sense precedents, i gaudeixen d'una seguretat col·lectiva que contrasta amb el drama de la Segona Guerra Mundial. Com a conseqüència, una gran majoria de ciutadans occidentals comencen a ser socialitzats en una nova escala de valors. Aquests sectors cada vegada més amplis deixen de prioritzar objectius materials per a començar a prioritzar objectius postmaterials. Aquests individus abracen un nou ideal que anomenem *postmaterialisme*.

El **postmaterialisme** es diferencia tant de la dreta tradicional com de l'esquerra tradicional, ja que tan els uns com els altres eren –sense saber-ho– materialistes. El nou valor polític ja no contraposarà la dreta a l'esquerra, sinó el materialisme al postmaterialisme.

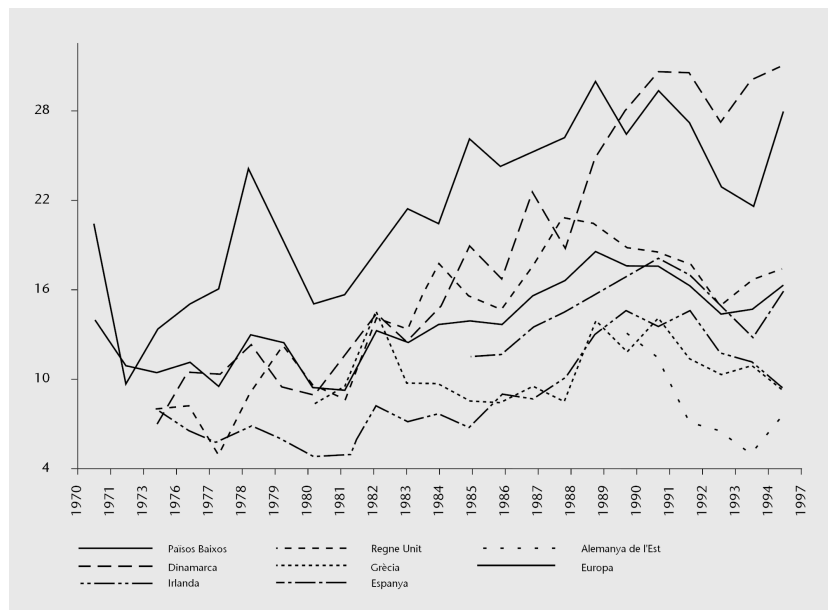
Ronald Inglehart va construir una escala de detecció d'aquest nou valor polític que es basa en una pregunta d'enquesta en la qual l'enquestat ha de prioritzar dos objectius polítics d'entre els quatre següents: ordre públic, participació política, inflació i llibertat d'expressió. Els materialistes prioritzen el primer i el tercer i els postmaterialistes prioritzen el segon i el quart.

El gràfic 10 mostra l'evolució del percentatge de postmaterialistes en alguns països europeus i deixa clar que hi ha hagut una alteració dels valors polítics des de posicions materialistes cap a posicions postmaterialistes.

#### Puntualització

És important adonar-se que tan materials eren els objectius tradicionals de la dreta com els de l'esquerra. Sovint la discrepància residia en com es repartia la riquesa material, però no es discrepava sobre el fet que la riquesa material era el punt clau.

Gràfic 10. Evolució del percentatge de postmaterialisme en alguns països europeus



Font: eurobaròmetres, fitxer agregat.

El gràfic també deixa clar que –d'acord amb el que preveu la hipòtesi– el canvi de valors ha estat més acusat en aquells països que han progressat més en la satisfacció de les seves necessitats materials, com per exemple, els països escandinaus, els Països Baixos, etc. Contràriament, no hi ha hagut gairebé cap canvi de valors a l'Alemanya de l'Est, Grècia, etc.

Tal com preveu la hipòtesi, el postmaterialisme s'ha estès més en els segments amb més nivell de renda, i més entre els joves que no pas entre els vells. A més, s'ha demostrat que això darrer és un efecte generacional i no pas una transformació personal de l'individu al llarg del seu cicle vital. Igualment, el postmaterialisme està molt més estès entre els segments que gaudeixen de més nivell d'estudis.

El que ens interessa és quina relació s'estableix entre aquest nou valor polític i el vot. Això és el que mostren les dades de la taula 7.

Taula 7. Postmaterialisme

<b>Àustria</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
VPO	34	12
SPO	41	37
Lib	1	5
Gr	4	24

<b>França</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
PS	30	42

Font: elaboració pròpia a partir de dades de WVS per a Espanya, Alemanya i Suècia (onada 2010-2014); Catalunya CEO (BOP març 2014). França i Àustria amb dades de l'Eurobaròmetre (fitxer agregat 2001).

#### Vegeu també

La relació amb el nivell d'estudis suggereix un lligam entre aquest nou valor polític i aquella "nova clivella de la societat del coneixement" que anunciàvem en el subapartat 7.2 del mòdul "Posició social i vot".

UDF	16	10
RPR	25	10
Verds	12	23

<b>Catalunya</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
PPC	64	5
CiU	16	28
ERC	5	39
PSC	24	21
ICV-EUiA	2	38

<b>Espanya</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
PSOE	38	7
PP	38	4
IU	21	24

<b>Alemanya</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
CDU/CSU	20	18
SPD	23	22
Die Grünen	10	41
PDS	19	24

<b>Suècia</b>	<b>Materialista</b>	<b>Postmaterialista</b>
Moderata samlingspartiet	8	24
Socialdemokraterna	12	31
Miljöpartiet	2	50

Font: elaboració pròpia a partir de dades de WVS per a Espanya, Alemanya i Suècia (onada 2010-2014); Catalunya CEO (BOP març 2014). França i Àustria amb dades de l'Eurobaròmetre (fitxer agregat 2001).

Les dades de la taula 7 indiquen l'existència de diversos models de relació entre postmaterialisme i vot. El model austríac és potser el més interessant, i es caracteritza pels trets següents:

- Els electors materialistes voten partits tradicionals (democratacristians, socialdemòcrates, conservadors, comunistes, etc.).

- Els electors postmaterialistes tenen més tendència que la resta a votar partits liberals.
- Apareixen nous partits específics (verds) als quals els postmaterialistes voten profusament.

Es fàcil de veure que aquests trets generen una certa erosió de la influència de la ideologia esquerra/dreta sobre el vot, ja que alguns partits de dreta i d'esquerres passen a compartir determinat tipus d'electorat. És a dir, comença a ser menys decisiu que un elector sigui de dretes o d'esquerres, però més decisiu que un elector sigui materialista o postmaterialista.

### **El nou laberint austríac**

Els votants del democratacristià ÖVP s'assemblen més als votants del socialdemòcrata SPÖ que no pas als votants del Liberales Forum. Tot i ser de dretes, aquests liberals són postmaterialistes com els Verds.

Com a contraposició, podríem concebre un model ideal completament oposat. L'aparició del postmaterialisme no comportaria cap erosió de la influència que tenia la ideologia esquerra/dreta perquè hi hauria una clara superposició entre la ideologia esquerra/dreta i el nou valor polític:

- Els electors materialistes votarien majoritàriament els partits de dretes.
- Els electors postmaterialistes no tendrien més a votar partits liberals.
- No apareixerien nous partits específics, sinó que el vot dels postmaterialistes seria atret pels partits socialdemòcrates clàssics i, en gran part, per antics partits radicals reciclats.

En part, això és el que ha passat a França. Només hi falla el fet que han aparegut dos partits verds específics que atrauen gran part del vot postmaterialista i, en canvi, els vells partits radicals (com el PCF o LO) no s'han reciclat. Per això, a França, la ideologia esquerra/dreta no ha patit una pèrdua d'influència tan gran.

Catalunya segueix una mica el model austríac, tot i que substitueix els partits específics per partits d'esquerra radical. En canvi, el cas espanyol té certes similituds amb el model francès. Això no obstant, cal subratllar que el cas francès és poc habitual en la resta de països europeus.

Per recapitular, podríem dir que hi ha una certa relació entre posmaterialisme i vot, però també és veritat que és una relació problemàtica, que no és unidireccional i que no és ni de bon tros una relació tan clara com la que s'establia entre la ideologia esquerra/dreta i el vot. Això indica que potser s'hauria de puntualitzar la revisió postmaterialista del model ideològic del vot.

Pot ser que sigui un procés a molt llarg termini que tot just s'inicia. També pot ser que, malgrat que es produeixin els canvis de valors polítics, aquests encara no han aconseguit cristal·litzar en partits que els simbolitzin. És a dir, encara no s'han format gaires partits postmaterialistes, més enllà dels partits verds.

També podria ser tot un problema de l'escala de mesura que utilitzem. Es pot argumentar que aquest tractament concret de la nova ideologia en una escala de postmaterialisme simplifica excessivament l'abast d'aquestes noves ideologies, i que altres tractaments podrien detectar millor les noves influències sobre el vot. En aquest sentit, altres tractaments rebategen aquests nous valors com a **nova esquerra**.

Això és molt problemàtic perquè la definició d'aquests nous valors no té res a veure amb la definició ortodoxa de l'esquerra: no persegueixen pas més igualtat entre els ciutadans, ni tan sols més implicació de l'estat en la societat. Des d'un punt de vista merament analític, és molt problemàtic proclamar que aquests nous valors polítics poden ser una mera revisió de la definició ortodoxa d'*esquerra*. Una cosa diferent és constatar des d'un punt de vista purament empíric que alguns partits d'esquerres d'alguns països específics hagin abraçat entusiastament aquests nous valors. Però aquesta relació empírica –que a més no és gens universal– no ens hauria d'impedir veure la gran diferència analítica entre els dos valors polítics.

#### Analogia

També hi ha una relació empírica entre la ideologia esquerra/dreta i el nacionalisme i a ningú no se li ocorre proclamar que el nacionalisme és una "mera revisió" de la definició ortodoxa de *dreta* o d'*esquerra*.



## Resum

Aquest mòdul s'ha centrat en la influència que tenen els valors polítics sobre el vot dels ciutadans. Per això, es pot entendre com una continuació lògica del mòdul "Posició social i vot", en el qual s'afirma que la posició social requereix l'acompanyament d'uns valors polítics perquè exerceixi la seva influència sobre el vot dels ciutadans.

La raó per la qual els valors polítics condicionen el vot dels individus és que el ciutadà processa la informació política que li arriba per mitjà dels seus valors polítics, que es converteixen en un dels únics punts de referència que té el ciutadà del carrer per a valorar les entrades que li arriben.

Els agents que tenen un paper destacat en la socialització política són la família, l'escola, els mitjans de comunicació i els companys i amics. En el procés de socialització familiar, els pares transmeten certs valors polítics molt difusos, com per exemple una certa simpatia per uns i una determinada antipatia envers uns altres, molt abans que els pares parlin d'assumptes polítics als fills. La socialització secundària també té una gran influència sobre la formació dels valors polítics i el canvi o el reforçament d'aquells valors polítics que havia format la socialització primària.

El model de Michigan preveu una forta relació entre la identificació amb un partit i el fet de votar-lo i que com més fort és el sentiment d'identificació, més probabilitat hi ha de votar-lo. Com que la identificació amb un partit té una estabilitat en el temps, aquell individu que s'identifiqui amb un partit és molt probable que el voti repetidament. Aquest vot repetit una i una altra vegada al llarg del temps i derivat de la identificació que l'elector sent per un partit és el que anomenem *vot normal de l'individu*.

El model de Michigan ha estat severament qüestionat perquè pressuposa que sentir-se identificat amb un partit no és el mateix que votar-lo. I això, segons els crítics, no seria una explicació, seria una tautologia.

El model ideològic del vot, que preveu que la major part de l'electorat vota aquell partit que està d'acord amb la seva pròpia ideologia esquerra/dreta, s'ha vist modificat per l'escola racional del comportament electoral. La diferència principal és que no pressuposa una motivació emotiva de l'elector, sinó merament racional. En aquest model de competència espacial, la distància que hi ha entre l'autoubicació ideològica de l'elector i la ubicació ideològica de cada partit assenyala quin partit acaba votant l'elector. Entorn de la ubicació ideològica de cada partit es delimita l'àrea d'atracció del partit, que és on aquell partit atrau els electors que s'hi autoubiquen. Si volem saber quin partit ob-

tindrà més vots, és fonamental conèixer l'amplada de les àrees d'atracció i la distribució estadística de l'autoubicació ideològica esquerra/dreta dels electors d'un país.

Segons alguns, el model ideològic del vot és problemàtic des del seu primer axioma: la gent no vota segons la seva ideologia esquerra/dreta, per la simple raó que la gent no té una ideologia esquerra/dreta. Però quan s'actualitzen les dades, s'abasta un ventall de països més ampli, es reconsidera la tècnica utilitzada, i la tesi de la inexistència d'ideologia no té tanta força com adduïen els primers crítics.

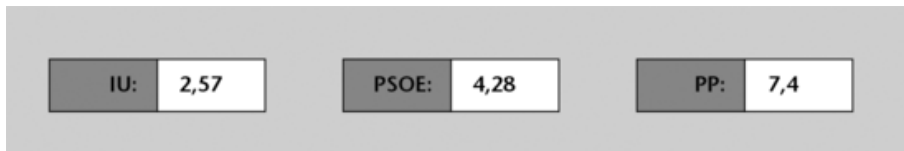
En contra del model de Michigan, els crítics també argumenten que el nombre d'electors que no se senten identificats amb cap partit ha augmentat molt durant la segona meitat del segle XX i que el vot dels electors es veu cada vegada menys determinat per la seva identificació amb un partit. És el que es coneix com a *desalineament*. Entre altres coses, el desalineament provoca que els electors deixin de votar de manera tan estable i comencin a canviar el seu vot per raons conjunturals.

Quan les societats occidentals avançades assoleixen uns nivells de seguretat econòmica sense precedents, sectors cada vegada més amplis deixen de prioritzar objectius materials per a començar a prioritzar objectius postmaterials. El nou valor polític ja no contraposarà la dreta a l'esquerra, sinó el materialisme al postmaterialisme, i podria començar a influir en el vot en detriment de la ideologia esquerra/dreta.

## Activitats

1. Comenteu les diferències entre països que es desprenen a partir de les dades que us proporcionem. Per a resoldre aquesta activitat 1 us caldrà consultar les taules que trobareu en l'annex d'aquest mòdul, obtingudes a partir dels eurobaròmetres, que mostren la relació entre ideologia esquerra/dreta i vot a diversos països europeus, i també les dades que us proporcionarem des del tauler de l'assignatura.

2. Us adjuntem les dades necessàries, obtingudes del CIS, per a verificar el model de competència espacial a Espanya. L'esquema següent mostra la ubicació dels tres principals partits segons les percepcions de l'electorat en les eleccions generals de l'any 2000. Posicioneu les tres banderes sobre una escala ideològica esquerra/dreta, tal com s'explica en el subapartat 6.1. Delimitau-ne les àrees d'atracció. Quin partit té una àrea d'atracció més àmplia?



La taula A mostra el percentatge de votants espanyols que s'autoubicaven en cada punt de l'escala ideològica esquerra/dreta. Per a simplificar l'activitat n'hem eliminat els abstencionistes. Feu-ne un histograma. Quines posicions eren més poblades?

Taula A

	1. Esquerra	2	3	4	5	6	7	8	9	10. Dreta
<b>Total</b>	4,7	5,8	16,4	19,5	24,8	15,4	8,5	4,9	1,9	2,6

La taula B mostra els percentatges de vot a cada partit en cada una de les autoubicacions de l'electorat. Els percentatges no estan calculats sobre cada columna, sinó que estan calculats sobre el total dels votants. És a dir, que la suma de les quatre cel·les d'una columna és igual al percentatge de la taula A. Feu-ne un altre histograma, però aquest haurà de tenir diferents trames dins de cada columna, segons el percentatge de votants de cada partit.

Taula B

	1. Esquerra	2	3	4	5	6	7	8	9	10. Dreta
<b>IU</b>	2,2	3,6	6,4	1,2	0,2	0,1	0	0	0	0
<b>PSOE</b>	3,2	3,6	11,7	16,7	14,2	5,4	0,2	0,2	0,1	0
<b>PP</b>	0,1	0,1	0,4	1,0	7,5	9,2	9,5	6,8	2,9	4,0

És veritat que la gran majoria de votants inclosos en una mateixa àrea d'atracció van votar pel partit més proper?

### Com es fa histogrames en l'Excel

Transcriviu aquestes dades, seleccioneu-les amb el ratolí, premeu la icona de l'assistent per a gràfics, escolliu el tipus de gràfic "Columnnes", i premeu "Acabar". Podeu millorar-ne l'aparença clicant dues vegades sobre una columna, i en la finestra de "Format de la sèrie de dades", escolliu la pestanya "Opcions", i poseu una "Amplada del rang" igual a 0.

### Més histogrames amb l'Excel

Podeu fer aquest histograma igual que abans, però en la finestra "Tipus de gràfic", mireu-vos el "Subtipus de gràfic" i escolliu "Columna apilada".

## Exercicis d'autoavaluació

1. S'ha constatat quina evolució experimenten els valors polítics dels individus amb el pas del temps. Quina de les descripcions següents **no** és correcta?

- Se solidifiquen amb el pas del temps.
- Són molt estables al llarg del temps.
- Són molt inestables al llarg del temps.
- Són molt estables i se solidifiquen amb el pas del temps.
- Els pocs canvis que s'hi efectuen solen ser deguts a canvis en la posició social de l'individu.

2. Quan un votant nord-americà vota en una convocatòria un partit que no és aquell amb el qual sempre s'havia identificat, diem...

- a) que la seva identificació amb un partit ha canviat.
- b) que ha patit un realineament.
- c) que té una identificació dual.
- d) que no s'identifica amb cap partit.
- e) Cap de les anteriors.

3. El problema per importar a Europa el model de la identificació amb un partit com a explicació del vot és...

- a) que esdevé tautològic, ja que el partit amb el qual un elector s'identifica és el mateix que el partit al qual vota.
- b) que pressuposa que tots els partits són de dretes com als Estats Units.
- c) que en un sistema multipartidista, el fet d'estar més identificat amb un partit no implica necessàriament estar menys identificat amb tots els altres, per la qual cosa no es pot establir un *continuum* unidimensional com als Estats Units.
- d) La a i la b.
- e) La a i la c.

4. Els axiomes fonamentals del model ideològic del vot són els següents.

- a) L'elector és capaç d'autoubicar-se ideològicament, encara que no sigui capaç d'ubicar ideològicament els partits.
- b) L'elector és capaç d'autoubicar-se ideològicament i també és capaç d'ubicar ideològicament els partits.
- c) L'elector és capaç d'autoubicar-se ideològicament i vota el partit ideològicament més semblant.
- d) L'elector és capaç d'ubicar ideològicament els partits, encara que no sigui capaç d'autoubicar-se ideològicament.
- e) L'elector és capaç d'ubicar ideològicament els partits i vota el partit ideològicament més semblant.
- f) Les respostes b, c i e són correctes, però incompletes.

5. Respecte a l'anomenat *vot normal*, podem dir...

- a) que el vot normal de l'elector tendeix a debilitar la seva ideologia esquerra/dreta amb el pas del temps.
- b) que el vot normal d'un elector és el que vota sempre i cada vegada, sense excepcions.
- c) que el vot normal d'un país no canvia a llarg termini.
- d) que el vot normal d'un país és determinat per la distribució ideològica esquerra/dreta de la societat.

6. L'impacte de la ideologia esquerra/dreta sobre el vot és...

- a) menys potent que no pas el de la classe social perquè és un impacte més proper en la cadena causal.
- b) menys potent que no pas el de la classe social perquè l'elector valora més la seva classe social que no pas la seva ideologia esquerra/dreta.
- c) més potent que no pas el de la classe social perquè és un impacte més proper en la cadena causal.
- d) més potent que no pas el de la classe social perquè l'elector valora més la seva ideologia esquerra/dreta que no pas la seva classe social.

7. Els valors polítics que incideixen més habitualment en el comportament electoral són...

- a) la identificació amb un partit a Europa i la ideologia esquerra/dreta als Estats Units.
- b) la identificació amb un partit als Estats Units, la classe social a Europa i el nacionalisme en alguns països d'Europa.
- c) la identificació amb un partit als Estats Units, la ideologia esquerra/dreta a Europa i el nacionalisme en alguns països d'Europa.
- d) la identificació amb un partit als Estats Units, la religió a Europa i el nacionalisme en alguns països d'Europa.

e) la religió als Estats Units, la classe social a Europa i la ideologia esquerra/dreta a tots dos llocs.

8. Segons Converse, la ideologia no pot ser l'antecedent principal del vot...

- a) perquè els electors són racionals i no fan massa cas de les ideologies dels partits.
- b) perquè la majoria dels electors no tenen ideologia.
- c) perquè les velles ideologies estan caduques i en van sorgint de noves.
- d) perquè la classe social és un antecedent molt més important del vot.

9. Les conseqüències principals del desalineament que hi ha hagut en les societats occidentals són...

- a) la volatilitat del vot i l'aparició de nous partits.
- b) la volatilitat del vot i que els partits deixin d'estar alineats en una sola dimensió ideològica.
- c) l'erosió de les classes socials i els canvis generacionals.
- d) que els partits deixin d'estar alineats en una sola dimensió ideològica i l'aparició de nous partits.

10. La teoria del postmaterialisme afirma...

- a) que la llibertat d'expressió i la participació política són molt més importants que no pas la lluita contra la inflació i el manteniment de l'ordre.
- b) que quan les societats han anat satisfent els valors polítics materialistes, hi comença a haver pressió per a satisfer els valors polítics postmaterialistes.
- c) que en les societats occidentals la majoria de la gent prefereix satisfer els valors polítics materialistes i no pas satisfer els valors polítics postmaterialistes.
- d) que la socialització actual es fa en un ambient d'escassetat que fa valorar temes com la inflació i el manteniment de l'ordre.

11. Respecte al postmaterialisme, es pot afirmar...

- a) que és més difós entre els individus amb alt nivell d'estudis i els d'alt nivell de renda.
- b) que és un valor polític que no està relacionat amb l'edat.
- c) que les societats intenten satisfer valors materialistes quan ja s'han satisfet els valors postmaterialistes.
- d) que els postmaterialistes solen votar els partits tradicionals de dretes.
- e) que els postmaterialistes solen votar els partits tradicionals d'esquerres.

## Solucionari

### Exercicis d'autoavaluació

**1. c**

c) Correcte. Els valors polítics són estables i se solidifiquen amb el pas del temps, així que tant la **a**, com la **b**, com la **d** són correctes. La **e** també és un fenomen que hem detallat en el subapartat 2.3. Per tant, l'única resposta que no és correcta és la **c**.

**2. e**

e) Correcte. Cap de les respostes no és correcta. En cas de vot desviat, la identificació ni canvia, ni és "dual", ni és inexistent. Lògicament, tampoc no té per què haver-hi un realineament. Cal contestar la resposta **e**.

**3. e**

e) Correcte. La resposta **b** és insensata. La correcta és la **c**, tal com exposa el subapartat 3.3. La resposta **a** no és del tot incorrecta, però el problema al qual es refereix no és específicament europeu. Per tant, la resposta **e** es podria tolerar.

**4. f**

f) Correcte. Les respostes **a** i **d** són clarament incorrectes. La **b**, **c** i **e** són quasi correctes perquè cada una llista dos dels tres axiomes. Per tant, la millor és la **f**.

**5. d**

d) Correcte. El vot normal no debilita la ideologia (com diu la resposta **a**), sinó al revés. Tampoc no exigeix absoluta fidelitat (**b**), ni absoluta immutabilitat (**c**). Per tant, la resposta **d** és la correcta: la distribució ideològica és molt important.

**6. c**

c) Correcte. L'impacte que exerceix una variable no depèn de la voluntat dels electors, sinó de regularitats empíriques; per tant, les respostes **b** i **d** són incorrectes. La correcta és la **c**, i la **a** és antagònica a la correcta.

**7. c**

c) Correcte. Ni la classe social ni la religió no són valors polítics; per tant, la **b**, la **d** i la **e** són incorrectes. La **a** diu tot el contrari del que sabem. La correcta és la **c**.

**8. b**

b) Correcte. La crítica de Converse al model ideològic del vot es basa en la inexistència d'ideologia, com s'ha exposat en el subapartat 6.2. La correcta és la **b**.

**9. a**

a) Correcte. El desalineament no es refereix al fet que els partits deixin d'estar alineats en una sola dimensió ideològica, com diuen les respostes **b** i **d**. La resposta **c** és més aviat una causa del desalineament, no pas una conseqüència. La resposta **a** és la que hem descrit en el subapartat 6.3.

**10. b**

b) Correcte. El postmaterialisme no fa referència a quins valors són més importants (**a**), ni a quins valors són majoritaris a hores d'ara (**c**), sinó que fa referència a com canvien els valors, com diu la resposta **b**. La resposta **d** és indefensible.

**11. a**

a) Correcte. La resposta **c** és totalment antagònica al postmaterialisme. Les respostes **d** i **e** són incorrectes perquè els postmaterialistes no voten partits tradicionals, ni de dretes ni d'esquerres. La **b** és incorrecta perquè sí que té una certa relació amb l'edat. La correcta és la **a**.

## Glossari

**desalineament** *f* Pèrdua d'influència de la identificació amb un partit (i d'altres valors polítics, com ara la ideologia esquerra/dreta) sobre el vot.

**elecció de restitució** *f* Convocatòria que genera resultats habituals, però que s'ha celebrat just després d'unes eleccions desviades.

**elecció desviada** *f* Convocatòria electoral que genera resultats excepcionals perquè molts electors han exercit el vot desviat.

**homíng tendency** *f* Tendència que té l'elector a tornar a exercir el vot normal després d'exercir un vot desviat.

**identificació amb un partit** *f* Valor polític que es basa en una certa simpatia, un sentiment d'identificació o una afinitat envers algun dels partits.

**ideologia esquerra/dreta** *f* L'esquerra es defineix com aquell valor polític que persegueix més igualtat entre els ciutadans i/o una major implicació de l'estat en l'economia i en la societat. La dreta es defineix en oposició a aquella.

**model de competència espacial simple** *m* Model que pronostica quin partit acaba votant l'elector segons la distància (o espai, d'aquí ve el nom del model) que hi ha entre l'autoubicació ideològica de l'elector i la ubicació ideològica de cada partit.

**model de Michigan** *m* Model que pronostica quin partit acaba votant l'elector americà segons el sentiment d'identificació amb un dels dos partits.

**postmaterialisme** *m* Valor polític que parteix de la idea que els humans valorem allò que ens resulta escàs i perseguim objectius successius de manera jeràrquica, només en la mesura que hem satisfet els objectius precedents. Quan les societats occidentals avançades han assolit uns alts nivells de seguretat econòmica, els occidentals hem deixat de prioritzar objectius materials per a començar a prioritzar objectius postmaterials, com ara més llibertat, autorealització, participació, solidaritat, etc.

**socialització** *f* Procés pel qual es conformen els valors de l'individu al llarg de la seva vida. Conté bàsicament dues fases: la socialització primària, que inclou la que aporta la família; i la socialització secundària, que inclou l'escola, els mitjans de comunicació i els companys.

**valor polític** *m* Cada un dels principals instruments mentals que fan servir els ciutadans a l'hora de processar la informació política que els arriba i proporcionen una estructura mental que permet d'analitzar i valorar la política. Inclou conceptes com *cultura política*, *identificacions polítiques*, *actituds polítiques* i *opinió pública*.

**valor prepolític** *m* Cada una de les qüestions explícitament polítiques, però fàcilment polititzables. En són exemples la integració social, la identitat nacional, la religiositat, la classe social subjectiva, etc.

**volatilitat** *f* Fenomen que es caracteritza pel fet que els electors deixen d'exercir el vot normal i és més probable que canviïn el seu vot quan canvien les circumstàncies.

**vot desviat** *m* Comportament excepcional que porta l'elector a votar en contra del partit amb el qual s'identifica, o en contra del que preveurien els seus valors polítics.

**vot normal** *m* Vot repetit una vegada i una altra al llarg del temps, i que deriva de la ideologia esquerra/dreta que manté un elector o de la identificació que l'elector sent per un partit.

## Bibliografia

Alguns textos generals que inclouen referències a la relació entre valors polítics i vot:

**Bartolini, S.; Mair, P.** (1990). *Identity, competition and electoral availability*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Dalton, R.** (1996). *Citizen politics in Western democracies* (especialment els cap. 2 i 9). Londres: Chatman House.

**Dowse, R.; Hughes, J.** (1986). *Sociología política*. Madrid: Aguilar.

**Harrop, M.; Miller, M.** (1987). *Elections and voters* (especialment el cap. 6). Londres: Macmillan.

**Lipset, S. M.** (1981). *El Hombre político*. Madrid: Tecnos.

Sobre socialització política:

**Jennings, M. K.; Niemi, R. G.** (1981). *Generations and politics*. Princeton: Princeton University Press.

**Niemi, R. G.** i altres (ed.) (1974). *The politics of future citizens*. San Francisco: Jossey-Bass.

Sobre el model de competència espacial:

**Downs, A.** (1957). *An economic theory of democracy*. Nova York: Harper and Row.

**Downs, A.** (1992). "Teoría económica de la acción política en una democracia". A: D. A. Batlle (comp.) *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona: Ariel.

**Enelow, J.; Hinich, M.** (1984). *The spatial theory of voting*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sobre el model de Michigan i la identificació amb un partit:

**Budge, I.** i altres (ed.) (1976). *Party identification and beyond*. Londres: Wiley.

**Budge, I.; Farlie, D.** (1986). *Pronósticos electorales*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

**Campbell, A.** i altres (1960). *The American voter*. Nova York: Wiley.

**Castillo, P. del** (1990). "Aproximación al estudio de la identificación partidista en España". *Revista de estudios políticos* (núm. 70, pàg. 125-141).

**Deth, J. W. van; Geurts, P. A. T. M.** (1989). "Value orientation, left-right placement and voting". *European journal of political research* (núm. 17, pàg. 17-34).

**Miller, W. E.; Shanks, J. M.** (1996). *The new American voter*. Cambridge: Harvard University Press.

Sobre el model ideològic del vot:

**Fleury, C. J.; Lewis-Beck, M. S.** (1993). "Anchoring the french voter: ideology versus party". *Journal of politics* (núm. 55, pàg. 1.100-1.109).

**Knutsen, O.** (1995). "Party Choice". A: J. Van Deth; E. Scarbrough (ed.) *The impact of values*. Oxford: Oxford University Press.

**Sanders, D.** (1999). "The impact of left-right ideology". A: G. Evans; P. Norris (ed.) *Critical elections. British parties and voters in long-term Perspective*. Londres: Sage.

**Scarbrough, E.** (1989). *Political ideology and voting*. Oxford: Clarendon Press.

**Torcal, M.; Medina, L.** (2002). "Ideología y voto en España, 1979-2000". *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 6, pàg. 57-96).

Sobre la inexistència d'ideologia:



**Converse, P.** (1963). "The nature of beliefs systems in mass publics". A: D. Apter (ed.) *Ideology and discontent*. Nova York: Free Press.

Sobre desalineament:

**Andrés Orizo, E.; Roque, M. A.** (2001). *Els catalans a l'enquesta mundial de valors. Catalunya 2001*. Barcelona: Proa.

**Dalton, R.** i altres (1985). *Electoral change in advanced industrial democracies*. Princeton: Princeton University Press.

**Dalton, R.; Wattenberg, M. P.** (ed.) (2000). *Parties without partisans. Political change in advanced industrial democracies*. Oxford: Oxford University Press.

Sobre postmaterialisme i vot:

**Inglehart, R.** (1977). *The silent revolution*. Princeton: Princeton University Press.

**Inglehart, R.** (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS-s. XXI.

Altres referències del text:

**Bobbio, N.** (1998). *Dreta i esquerra*. Barcelona: Proa.

**Festinger, L.** (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.

## Annex

França					
	Esquerra	Centre-esquerra	Centre	Centre-dreta	Dreta
PCF + LO	31,1%	6,4%	2,5%	0,1%	0,9%
PS (+ satèl·lits)	58,5%	77,7%	24,6%	1,9%	1,6%
UDF (+ satèl·lits)	0,3%	1,6%	23,1%	23,3%	7,5%
RPR (+ satèl·lits)	0,0%	1,2%	18,9%	63,6%	36,8%
FN	0,9%	0,9%	6,6%	6,7%	49,4%
Verds + GE	7,6%	10,3%	16,9%	2,2%	1,3%
D'altres	1,6%	1,9%	7,4%	2,2%	2,5%

RFA					
	Esquerra	Centre-esquerra	Centre	Centre-dreta	Dreta
PDS	5,2%	1,1%	0,3%	0,1%	0,4%
SPD	58,1%	62,3%	40,6%	12,5%	10,2%
FDP	1,0%	1,7%	5,5%	3,6%	0,8%
CDU/CSU	8,7%	8,6%	40,1%	72,9%	69,8%
Reps	0,6%	0,4%	1,0%	5,5%	15,9%
B90/Gr	24,5%	25,0%	9,6%	2,7%	0,4%
D'altres	1,9%	0,9%	2,9%	2,6%	2,4%

RFA					
	Esquerra	Centre-esquerra	Centre	Centre-dreta	Dreta
PDS	66,5%	26,0%	7,1%	3,0%	1,3%
SPD	17,7%	44,0%	34,2%	9,2%	6,4%
FDP	0,2%	1,4%	4,3%	3,4%	0,0%
CDU	8,0%	11,3%	42,5%	68,1%	47,4%
Reps	0,4%	0,4%	0,8%	6,8%	37,2%
B90/Gr	7,0%	14,8%	8,3%	5,8%	0,0%

<b>RFA</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>D'altres</b>	0,2%	2,3%	2,7%	3,8%	7,7%

<b>Dinamarca</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>SF</b>	42,6%	34,6%	4,6%	0,9%	1,2%
<b>SD</b>	13,7%	38,4%	48,6%	6,2%	4,0%
<b>RV + CD</b>	0,7%	5,9%	15,7%	2,6%	0,0%
<b>Vens + KF + KRF</b>	8,5%	13,6%	24,5%	76,1%	60,4%
<b>FRP</b>	0,7%	0,8%	1,7%	2,1%	12,4%
<b>DF</b>	0,4%	0,6%	2,2%	2,2%	12,4%
<b>Red/Gr</b>	31,0%	4,4%	1,9%	9,7%	8,8%
<b>D'altres</b>	2,5%	1,7%	0,9%	0,2%	0,8%

<b>Irlanda</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>Sinn Fein</b>	13,1%	3,3%	1,6%	0,6%	0,8%
<b>Labour + WP + DLeft</b>	41,9%	41,3%	14,1%	5,9%	2,5%
<b>Fine Gael</b>	6,9%	16,9%	23,9%	28,4%	22,0%
<b>Fianna Fáil</b>	21,9%	23,7%	46,5%	56,9%	68,9%
<b>Green</b>	8,8%	6,8%	5,1%	1,9%	1,3%
<b>Progr Dem</b>	1,9%	2,4%	3,5%	3,8%	3,5%
<b>Independents</b>	5,0%	5,3%	4,9%	2,4%	0,5%
<b>D'altres</b>	0,6%	0,3%	0,5%	0,1%	0,5%

<b>Regne Unit</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>Labour</b>	88,4%	80,0%	55,7%	21,5%	15,0%
<b>Conservative</b>	1,5%	3,8%	19,2%	65,0%	76,4%
<b>Liberals</b>	5,3%	11,2%	19,2%	8,6%	3,6%
<b>SNP + PCym</b>	2,0%	2,9%	2,8%	1,4%	0,9%

<b>Regne Unit</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>Green</b>	1,3%	1,4%	1,7%	1,1%	0,0%
<b>D'altres</b>	1,5%	0,8%	1,4%	2,4%	4,1%

<b>Grècia</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>KKE</b>	52,7%	10,0%	0,8%	0,3%	0,2%
<b>DIKKI + SPAD</b>	22,0%	30,3%	5,8%	1,0%	0,3%
<b>PASOK</b>	19,0%	51,3%	67,0%	5,5%	2,3%
<b>ND + POLA</b>	0,9%	3,4%	16,1%	89,4%	93,0%
<b>D'altres</b>	5,4%	5,0%	10,3%	3,7%	4,2%

<b>Espanya</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>HB + EH</b>	1,2%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%
<b>IU + NI + ICV + ERC</b>	43,1%	26,1%	5,2%	0,2%	0,4%
<b>PSOE</b>	46,6%	58,7%	20,2%	2,2%	2,3%
<b>BNG</b>	2,1%	2,5%	1,7%	0,5%	0,0%
<b>PNV + EA + PA + PAR + CAN</b>	0,8%	3,3%	5,8%	1,3%	0,4%
<b>CIU + CDS + UV</b>	1,7%	3,1%	13,2%	4,2%	1,2%
<b>PP</b>	1,2%	3,6%	51,3%	90,8%	94,2%

<b>Portugal</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>PCTP + PSR + CDU + PCP</b>	49,9%	14,4%	1,9%	1,1%	0,3%
<b>PS</b>	48,6%	80,8%	59,2%	12,2%	15,4%
<b>PSD</b>	1,3%	3,6%	34,0%	73,8%	71,2%
<b>CDS/PP + PRD + PPM + PSN</b>	0,3%	1,2%	4,8%	12,9%	13,1%

<b>Noruega</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>NKP</b>	25,0%	3,5%	0,0%	0,6%	0,0%
<b>AP</b>	38,9%	50,0%	55,8%	24,3%	8,1%
<b>SV</b>	16,7%	23,5%	4,6%	1,1%	0,0%
<b>VP</b>	5,6%	6,5%	3,1%	1,1%	0,0%
<b>KFP</b>	0,0%	2,5%	8,0%	2,2%	0,0%
<b>Hoyre</b>	0,0%	0,5%	5,2%	55,2%	54,1%
<b>FP</b>	5,6%	3,0%	5,2%	9,4%	35,1%
<b>SP</b>	2,8%	10,5%	16,0%	6,1%	0,0%
<b>D'altres</b>	5,6%	0,0%	2,1%	0,0%	2,7%

<b>Finlàndia</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>VAS + KTP</b>	59,8%	16,0%	2,4%	0,3%	0,3%
<b>SDP</b>	27,1%	63,1%	27,4%	6,7%	2,0%
<b>SKL</b>	0,9%	0,3%	4,1%	3,5%	2,5%
<b>Vihri + ECO</b>	7,0%	14,2%	14,7%	10,3%	1,5%
<b>KESK + SMP</b>	0,9%	2,8%	34,6%	23,0%	15,9%
<b>RKP</b>	0,5%	0,7%	3,2%	8,5%	6,8%
<b>KOK</b>	0,0%	0,7%	6,7%	40,3%	67,0%
<b>D'altres</b>	3,7%	2,2%	6,9%	7,4%	4,0%

<b>Suècia</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>SKP</b>	63,6%	25,7%	3,8%	0,4%	0,0%
<b>SD</b>	24,8%	53,7%	36,1%	3,3%	0,6%
<b>Gr</b>	7,8%	14,8%	13,6%	4,4%	0,9%
<b>CP + FPLib</b>	1,1%	2,7%	23,9%	16,3%	3,2%
<b>KDS</b>	0,0%	1,0%	6,5%	7,8%	2,9%
<b>Mod + NyD</b>	1,9%	0,6%	13,7%	66,2%	90,8%
<b>D'altres</b>	0,8%	1,4%	2,5%	1,5%	1,7%

<b>Àustria</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>SPO</b>	51,1%	55,1%	37,5%	12,8%	16,6%
<b>LIF</b>	2,6%	6,4%	7,0%	4,3%	1,8%
<b>OVP</b>	21,9%	15,2%	31,0%	43,5%	27,8%
<b>FPO</b>	13,5%	10,6%	15,2%	35,0%	49,8%
<b>Grünen</b>	9,9%	11,7%	8,4%	3,9%	4,0%

<b>Bèlgica</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>BCP/KP</b>	1,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,0%
<b>PS + SP</b>	47,7%	44,9%	16,8%	7,9%	4,7%
<b>ECOLO + AGALEV</b>	19,0%	19,7%	12,1%	5,3%	2,8%
<b>PRL + VLD + FDF + VU</b>	11,1%	17,7%	33,2%	44,6%	24,6%
<b>PSC</b>	3,3%	2,8%	9,1%	6,4%	2,4%
<b>CVP</b>	3,9%	6,1%	18,9%	20,3%	30,8%
<b>VB + FN</b>	8,2%	5,8%	7,0%	12,3%	29,4%
<b>D'altres</b>	5,6%	2,9%	2,7%	2,9%	5,2%

<b>Holanda</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>SP</b>	14,9%	5,0%	1,9%	0,8%	0,0%
<b>PvdA</b>	42,1%	43,5%	21,1%	6,8%	4,3%
<b>D66</b>	5,2%	19,4%	19,8%	6,8%	1,4%
<b>VVD</b>	2,2%	6,8%	26,3%	49,6%	36,2%
<b>CD</b>	1,1%	0,2%	0,9%	0,6%	4,3%
<b>CDA + SGP + GPV + RPF</b>	3,8%	6,6%	22,7%	33,4%	51,1%
<b>Groen</b>	29,1%	17,8%	4,4%	1,0%	0,0%
<b>D'altres</b>	1,6%	0,8%	2,9%	0,9%	2,8%

<b>Itàlia</b>					
	<b>Esquerra</b>	<b>Centre-esquerra</b>	<b>Centre</b>	<b>Centre-dreta</b>	<b>Dreta</b>
<b>RC</b>	36,1%	7,3%	2,5%	0,3%	0,5%
<b>PDS</b>	54,1%	61,8%	8,6%	0,9%	0,0%
<b>PSI + SD</b>	1,1%	4,0%	1,5%	0,9%	0,3%
<b>Verds</b>	3,5%	7,1%	5,2%	1,3%	0,5%
<b>Pat + Bia</b>	0,0%	4,1%	13,2%	0,4%	0,0%
<b>PPI + CCD</b>	0,8%	2,5%	23,0%	5,8%	0,5%
<b>LN</b>	0,3%	4,5%	6,2%	4,9%	2,8%
<b>FI</b>	1,0%	2,4%	24,0%	40,1%	20,3%
<b>AN</b>	0,3%	0,7%	9,2%	41,9%	72,5%
<b>D'altres</b>	2,9%	5,5%	6,5%	3,5%	2,8%

