

“Revista Virtual Universidad Católica del Norte”. No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Abstencionismo: ¿por qué no votan los jóvenes universitarios?¹

Abstentionism: Why university students do not vote?

Abstentionnisme: ¿Pour quoi les étudiants universitaires ne votent pas?

Alejandro Valencia Arias

Estudiante de Ingeniería Administrativa

Correos: javalenca@unal.edu.co, javalenciar@gmail.com

Auxiliar de investigación

Integrante del grupo de Innovación y Gestión Tecnológica

Facultad de Minas Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín

Esteban Peláez Arroyave

Estudiante de Ingeniería Administrativa

Correos: epelaez@unal.edu.co, eparroyave@gmail.com

Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín

Carla Carolina Rúa Gómez

Estudiante de Ingeniería Administrativa

Correos: ccrua@unal.edu.co, carla230412@gmail.com

Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín

Gabriel Awad Aubad

Ingeniero Administrador, Universidad Nacional de Colombia

Especialista en Política Económica, Universidad de Antioquia

Magíster en Ingeniería de Sistemas, Universidad Nacional de Colombia

Correo: gawad@unal.edu.co, gawad@bt.unal.edu.co

Investigador - grupo de Innovación y Gestión Tecnológica

de la Facultad de Minas Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín

¹ Este artículo presenta resultados parciales de la investigación “Actitudes y opiniones de jóvenes universitarios sobre campañas políticas” realizada en el marco del área de investigación de mercados de la Escuela de Ingeniería de la organización adscrita a la Facultad de Minas de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín. La totalidad de la investigación fue financiada con recursos de la misma Universidad y coordinada por el profesor Gabriel Awad, con la participación de cinco estudiantes de la Facultad. La investigación se realizó entre enero y junio de 2010. Los autores agradecen la participación de Ferney Ibarguen y Tomás Uribe en la realización del trabajo de campo.

Tipo de artículo: Corto (resultado parcial de investigación)
Recepción: 2010-07-28
Revisión: 2010-09-03
Aprobación: 2010-09-09

Contenido

1. Introducción
2. Relación entre el nivel educativo y la participación electoral
3. Planteamiento de hipótesis
4. Metodología
5. Resultados y discusión
6. Conclusiones
7. Lista de referencias

Resumen

Numerosas investigaciones argumentan que las diferencias relacionadas con el comportamiento en la vida política se pueden explicar en términos de los grupos de edad y en el acceso a la educación universitaria. En este contexto es pertinente explorar las razones que llevan a los jóvenes universitarios a abstenerse de participar en los procesos electorales. Para esto se llevó a cabo una investigación exploratoria de campo tanto con metodologías cuantitativas (análisis de datos secundarios, encuestas personales y virtuales) como cualitativas (sesión de grupo y entrevistas a profundidad). Los resultados muestran que a pesar de que la población objetivo concibe el voto como un derecho y un deber, influenciada por su entorno social y educativo, no consideran que participar en el proceso electoral tenga impacto en los resultados generales de este.

Palabras clave

Abstencionismo, Educación universitaria, Elecciones, Participación política, Voto joven.

Abstract

Several researches argue that behavior-related differences in the political life can be explained in terms of the age groups and university education itself can directly affect the democratic behavior. Therefore, it is necessary to explore the reasons that lead university students to refrain from participating in electoral processes. In order to do so, an exploratory field research with quantitative (secondary data analysis and personal and virtual interviews) and qualitative (focus group and depth interviews) methodologies were carried out. It is concluded that although youth university population, influenced by their social and educational environment, considers the vote as a right and a duty does not consider that its electoral participation could have an impact on the overall results of the electoral process.

Keywords

Abstentionism, Higher education, Elections, Political participation, Youth vote

Résumé.

Plusieurs recherches argumentent que les différences liés à le conduite dans la vie politique peuvent être expliqués en termes des groupes d'âge et dans l'accès à l'éducation universitaire. Dans ce contexte est pertinent explorer les raisons qui conduisent aux jeunes universitaires à s'abstenir de participer dans les processus électoraux. Pour ça on fait une recherche exploratoire avec méthodologies quantitatives (analyse de données secondaires, enquêtes personnels et virtuels) et qualitatives (séances de groupe et interviewes à profondeur). Les résultats nous montrent que, en dépit de ça, la population de but conçoit le suffrage comme un droit et un devoir, qui est influencé par son environnement social et éducatif, la population ne considère pas que participer dans le processus électoral affecte les résultats globaux.

Mots-clés

Abstentionnisme, Education universitaire, Elections, Participation politique, Suffrage jeune

1. Introducción

Una preocupación actual de muchos países democráticos es la baja participación electoral de los jóvenes, un caso preocupante es el Reino Unido, donde en 2005 solo el 37% de los jóvenes inscritos acudieron a las urnas (Edwards, 2007) al igual que con Estados Unidos donde las tasas de votación entre los jóvenes (18 a 24 años) han bajado del 50% (registrado en 1972) a un escaso 20% en las elecciones del 2002 (Shea & Harris, 2006), este comportamiento se aprecia también en países tercermundistas, allí los jóvenes son tres veces menos propensos que las personas mayores a votar (Wattenberg, 2003).

Dada esta problemática varios autores han señalado que los factores del ciclo de vida juegan un papel importante en la explicación de las bajas tasas de participación de los jóvenes, encontrando que la participación electoral de un individuo tiende a aumentar con el paso del tiempo (Wattenberg, 2003), ya que este índice por lo general aumenta cuando una persona crece y adopta "el rol de adulto" (Leppäniemi et al., 2010).

En este punto vale la pena mencionar que este tipo de estudios ya se venían planteando desde 1971, donde se había detectado que las diferencias relacionadas con el comportamiento en la vida política se pueden explicar en términos de los grupos de edad, dados los acontecimientos que se enfrentan en cada etapa y viendo la decisión de votar como un reflejo de las perspectivas y necesidades propias de las diferentes etapas del ciclo de vida (Seagull, 1971).

A diferencia del enfoque que explica la relación del abstencionismo con el ciclo de vida, surge el enfoque generacional que sostiene que este fenómeno se convierte en una característica permanente en la orientación política de los grupos de edad jóvenes, lo que implicaría que cuando estos jóvenes son mayores no podrán llegar a los niveles de participación de sus predecesores (Leppäniemi et al., 2010). Por otro lado, esta brecha de participación entre jóvenes y adultos mayores ha llevado a pensar que o los jóvenes de hoy están satisfechos con la forma en que la democracia está funcionando o que cada vez están menos preocupados sobre la participación electoral (Wattenberg, 2003).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Además, otra explicación interesante plantea que al realizar una actividad en el presente se hace más probable repetir la misma actividad en el futuro, mostrando que las personas son más propensas a votar si lo han hecho en elecciones anteriores, incluso después de una serie de factores individuales que suelen estar relacionados a la abstención, lo que muestra que las personas que votan regularmente aprenden a sentirse cómodas con esta actividad (Green & Shachar, 2000, citado en Wattenberg, 2003). Esto es especialmente probable cuando los individuos son afectados por el resultado de su acción, por ejemplo a través de la victoria (o derrota) de su candidato preferido (Geys, 2006).

Sobre la base de las consideraciones anteriores se expone el concepto de abstencionismo intermitente, el cual se presenta cuando se decide votar en una u otra elección. Se adopta este concepto ya que a menudo el abstencionismo se asocia con una salida definitiva de los votantes del mercado electoral, pero no se considera que hay "movimientos de entrada" de quienes se han abstenido temporalmente y vuelven a votar (Legnante & Segatti, 2009). Dado lo anterior, es un error categorizar simplemente como abstencionistas a quienes no hayan votado, y por ello se sugiere disgregarlos en cuatro tipos (Crewe, 2002, citado en Johnston & Pattie, 2003):

- **Abstencionistas apáticos:** son los que carecen de conocimiento y de participación en política.
- **Abstencionistas alienados:** son quienes lo hacen por antipatía hacia el sistema electoral en general, ya que consideran que no les ofrece lo que quieren.
- **Abstencionistas indiferentes:** son reacios a una elección en particular, porque consideran que no les ofrece ninguna posibilidad real de elegir.
- **Abstencionistas instrumentales:** son quienes calculan que su voto no haría ninguna diferencia.

En ese mismo sentido, se han identificado otros dos tipos de abstencionistas: los que voluntariamente no votan, adoptando una decisión explícita de abstenerse (ciñéndose a alguna de las cuatro categorías anteriores); y los que involuntariamente no votan, quienes a pesar de tener la intención de hacerlo, desisten por algún suceso (Johnston & Pattie, 2003).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

En el caso de Colombia, estudios han mostrado que una proporción de la población define el voto momentos antes de marcar el tarjetón y se logra con exposición por publicidad u oportunismo en los medios de comunicación. Es así como el Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia, describe la popularidad del voto útil, en el cual se recarga al candidato con más posibilidades de ganar, ya que a los colombianos no les gusta perder su voto (Aigner, 2002)

En este aspecto, se sostiene que existe una falta de motivación para los partidos relacionada con la movilización de un mayor número de votantes, ya que lo que buscan es atraer votantes indecisos que puedan tener preferencia por ellos y dejan de lado la posibilidad de construir campañas que generen una mayor participación, así no sea toda a su favor (Carey & Shugart, 1995, citado en Fisher, Hobolt & Curtice, 2008).

Asimismo, se afirma que el control de las características del sistema de participación tiende a ser menor cuando existen más partes, por lo tanto al haber un mayor número de partidos, se aumenta la posibilidad de coaliciones, lo que desalienta la presencia de los electores en las votaciones (Brockington, 2004, citado en Fisher et al., 2008). Es así como la identificación con un partido específico es fundamental para comprender cómo los ciudadanos interpretan los asuntos públicos y toman decisiones al respecto (Wolak, 2009).

En este contexto, diversas son las razones que han sido expuestas por varios autores en el fenómeno de abstención electoral, entre estos se encuentran quienes explican que los ciudadanos no votan, ya sea porque no pueden (carecen de los recursos o la capacidad), o porque no lo desean (carecen de motivación) (Verba et al., 1995, citado en Lutz & Marsh, 2007). Por otro lado se argumenta que gran parte de los que no votan lo hacen por la falta de interés, bajo conocimiento e indiferencia hacia las elecciones y la política en general. También se sostiene que entre mayor sea la brecha de votos percibida entre los candidatos, se espera una tasa de abstención más alta (Gershtenson, 2004, citado en Geys, 2006), además, es vital tener en cuenta el estado de los asuntos políticos a nivel nacional al momento de la votación, ya que una crisis política que afecta al gobierno puede conducir a la separación de los electores (Pini, 2009).

2. Relación entre el nivel educativo y la participación electoral

Un factor que ha sido considerado "inesperado" en la política actual es el alto nivel de apatía política que se presenta entre los jóvenes de hoy, dado que sus posiciones educativas son tan altas. Un caso muestra el registro de abstención anual de estudiantes universitarios en Estados Unidos, donde tan solo el 26% de los jóvenes, para el año 2002, dijo que estar al tanto de la política era una prioridad en comparación con el 58% registrado en 1970 (Edwards, 2002, citado en Wattenberg, 2003); sin embargo, diversas investigaciones reportan que existe un patrón en la relación entre el conocimiento político y la participación, donde esta última tiende a ser más fuerte cuando el nivel de educación en una sociedad es más alto (Fisher et al., 2008).

Un ejemplo es el estudio realizado en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en el 2004 donde se muestra que sólo el 51% de individuos con educación secundaria informaron que habían votado, contrastándose con el 92% de los que poseían educación universitaria; llegando a la conclusión de que la participación efectiva de los ciudadanos depende del funcionamiento del sistema educativo de la nación (Lewis-Beck et al., 2008, citado en Burden, 2009).

En este sentido se observa que el compromiso político de los universitarios es una importante área de estudio, debido a que estos son más propensos a votar que sus pares no universitarios; además, diversas características relacionadas con esta población son importantes en relación con las percepciones, actitudes y comportamientos frente a la política (Bernstein, 2005).

Es así como el nivel educativo se ha vuelto un factor predictivo importante en la actividad política de un individuo, pero las razones por las que pudo haber cambiado a lo largo del tiempo se deben a que los contenidos del plan de estudios son dinámicos, por lo tanto la oferta de conocimientos y capacidades proporcionadas por la educación formal podrían haber cambiado (Burden, 2009).

Actualmente, varias investigaciones muestran efectos directos de los planes de estudio universitarios en la participación política. Ahora el cuestionamiento que surge al respecto es si lo que define la predicción en la participación política es la calidad de la institución académica, el plan de

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

estudios específicos o el esfuerzo ejercido por cada estudiante (Hillygus, 2005).

La explicación más importante para el vínculo entre la educación y la participación política puede ser la llamada teoría de la educación cívica. Esta tiene sus raíces en la creencia de que la educación proporciona las habilidades y conocimientos necesarios para ser políticamente activos y aceptar los principios democráticos. En consecuencia, parece lógico que una educación universitaria, en sí misma, puede afectar directamente la conducta democrática (Galston, 2001, citado en Hillygus, 2005). En esta misma línea se afirma que las personas con mayor educación tienen más probabilidades de participar en los procesos políticos formales debido a que poseen un mayor acceso a redes sociales que así lo propician (Wilkins, 2000).

De esta manera, se sostiene que la instrucción en el aula y la pertenencia a redes sociales permite incentivar el sentido del deber cívico, dejando claro que hay múltiples vías a través de las cuales la educación formal puede influir en la probabilidad de votar o abstenerse de hacerlo (Burden, 2009).

3. Planteamiento de hipótesis

Se afirma que los jóvenes de hoy no hacen parte de la época donde la mayoría de los ciudadanos concedían importancia a los fenómenos políticos, lo que se constituye como una de las razones claves por la que muchos de ellos todavía están en proceso de adquirir la costumbre de participar en política (Wattenberg, 2003). Esto es apoyado por diversos estudios como es el caso de la encuesta realizada por la oficina del censo estadounidense, la cual ha precisado que los jóvenes generalmente están poco familiarizados con las elecciones y no tienen claro lo que es el proceso electoral (MacManus, 1996, citado en Eagles & Davidson, 2001).

En contraste con estos resultados, algunas investigaciones apuntan a que la baja participación e interés en política no es culpa de los jóvenes, ya que a diferencia de generaciones anteriores, no han sido expuestos a la política en su etapa de crecimiento, por lo tanto están menos informados, lo que a la luz de su experiencia en socialización política hace comprensible sus bajas tasas de participación (Wattenberg, 2003).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Otros enfoques sostienen que algunos individuos deciden abstenerse del ejercicio del voto pues lo toman como medida de distanciamiento al sistema democrático, dejando de considerar esta actividad como un derecho y un deber ciudadano. Esto se asocia a abstencionistas apáticos y alienados que ven poco valor en votar y en la participación política en general (Crewe, 2000, citado en Johnston & Pattie, 2003).

De todo esto se desprende que la baja participación electoral es una de las piezas que evidencia la crisis en la democracia, convirtiéndose en un indicador indiscutible de la participación política; por lo que el voto puede ser considerado como una manera de medir la "salud democrática", convirtiéndose en la forma más completa de la actividad política. En este sentido es necesario medir la percepción que tienen los jóvenes universitarios sobre la importancia del voto como un deber y un derecho, surgiendo así la primera hipótesis.

Hipótesis 1: *los jóvenes universitarios se abstienen de votar porque no lo consideran como un derecho y un deber.*

En ocasiones quienes tienen un mayor conocimiento sobre la estructura institucional democrática son más propensos a considerar las elecciones como algo sin importancia (Fisher et al., 2008). En algunos esfuerzos por buscar soluciones a los problemas de abstencionismo en los jóvenes, se ha asumido que esta problemática se debe a altos niveles de apatía y alienación. Aunque estas actitudes negativas se presentan en todas las edades, se observa que esta desconfianza de los jóvenes en la política se ha traducido en una menor tendencia a votar (Shea & Harris, 2006).

Esta abstención puede ser un reflejo de la desconfianza en los políticos, la frustración en el sistema y la disminución de la conciencia política en general (Bannon, 2005). Es así como los jóvenes se inclinan más a emitir su voto si creen que este hace la diferencia y lo que se encuentra en juego en las elecciones tiene un impacto importante en sus vidas (Pini, 2009).

No son muchas las novedades que se hallan en estudios anteriores realizados en Medellín sobre abstencionismo electoral, pero es válido resaltar que el escepticismo es más marcado entre los jóvenes y las "minorías activas politizadas" y aflora ante los mensajes y actos del gobierno local o de las organizaciones encargadas de los problemas comunitarios con la percepción de que "no se puede creer en nadie" (Aigner, 1998).

No obstante, se sostiene que no se debe confundir la desconfianza con la apatía, ya que esta última está vinculada a la alienación política, siendo causante de una baja participación en estos procesos, mientras que la desconfianza puede motivar a los individuos a votar en determinadas condiciones, ya que los electores desconfiados son más propensos a votar que las personas que son más complacientes con el sistema político. Por lo tanto, una táctica para mejorar este compromiso podría ser la de educar a las personas hacia una perspectiva crítica (Austin & Pinkleton, 1995, citado en Wilkins, 2000).

Sin embargo, este desinterés puede ser causado por otra variedad de factores, entre los cuales se encuentra que los nuevos programas o candidatos se perciben como similares a los anteriores y no se considera necesario participar, ya que todos los resultados son aceptables. Por otro lado, el voto puede ser percibido como incapaz de influir en el resultado, lo que genera la abstención (Bannon, 2005). Todo lo anterior muestra la importancia de conocer si una de las razones que llevan a los jóvenes universitarios a no votar es la consideración de que su voto no tiene ningún impacto y no hará que las cosas sean mejores, dando así origen a la segunda hipótesis.

Hipótesis 2: *los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín se abstienen de votar porque consideran que su voto no hará que las cosas sean mejores.*

Ahora, si se ve la socialización política como un proceso de aprendizaje, entonces el paso en la adquisición de una identidad partidista y una posición frente a los procesos electorales depende de la exposición hacia la información política que se tenga en el ambiente. Esta información puede provenir del entorno del hogar, como se ha afirmado en estudios anteriores, o también puede originarse desde el exterior (en escuelas, iglesias, amigos, o en las mismas campañas políticas). En el caso del entorno familiar, el éxito de la trasmisión de la identificación política y partidista depende de los niveles de información que posibilitan el desarrollo de dicha identificación (Wolak, 2009).

Además, se encontró que las redes sociales pueden alentar o desalentar la participación electoral. Aquí se resalta que los individuos más educados tienen un entorno social que propicia la discusión política, lo que incrementa las probabilidades de ser movilizados por las campañas o candidatos

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

(Hillygus, 2005). Bajo esta perspectiva, los individuos políticamente activos tienden a ser aquellos que se desenvuelven en la "élite política" y esto a su vez atrae a los individuos al centro de las redes sociales haciendo que el entorno social sea una característica muy influyente en la decisión de abstención pero no alcanza a explicar las variaciones en participación política en el ciclo de vida del graduado universitario (Rosenstone & Hansen, 1993, citado en Hillygus, 2005). Por lo tanto al tener presente la importancia del contexto social en la elección de abstenerse o participar por parte de los jóvenes, se decidió plantear la tercera hipótesis.

Hipótesis 3: *el contexto social en el que se desenvuelve el joven universitario es determinante en la decisión de abstenerse de votar.*

Cambiando la instancia de análisis, se aprecia que el contexto de la toma de decisiones electorales y la búsqueda de información al respecto se asocian con la manera en que los individuos buscan ratificar sus decisiones y perspectivas respecto a las elecciones, lo cual es particularmente relevante en la actualidad dada la variedad de las fuentes de información a las que estos pueden acceder (O'cass & Natarajan, 2003). Es así como aquellos adolescentes interesados en la política empiezan a desarrollar hábitos de interpretación selectiva hacia los medios de comunicación (Wolak, 2009). En el caso de los jóvenes universitarios, se observó que los hombres tienen una mayor tendencia que las mujeres en seguir la política a través de los medios de comunicación y en hablar sobre política con otras personas (Bernstein, 2005).

Además, los jóvenes de hoy utilizan varias horas al día los medios de comunicación digitales asociados con el internet y la telefonía móvil. Por lo tanto, para comunicarse con estos jóvenes votantes, los activistas políticos deben entender cómo es el comportamiento frente a estos medios y aplicar estrategias que ganen espacio en las elecciones, como es el caso del marketing viral, el cual permite y anima a los individuos a pasar un mensaje, creando un crecimiento exponencial en la exposición e influencia de este. Sin embargo aún no se logra despertar el interés de los votantes en este aspecto, ya que no se posee una comprensión profunda de la audiencia de jóvenes votantes (Leppäniemi et al, 2010).

En este ámbito se deben aprovechar los indicios acerca de la "sed" de información que se registra en los procesos electorales, lo cual se explica en el afán de algunos individuos por estar al "día" en el proceso electoral con el fin de permitirles una mejor decisión política (O'cass & Natarajan, 2003).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

En concordancia se reconoce que los beneficios potenciales de los medios de comunicación proporcionan interés en los individuos, lo que a su vez puede reducir la apatía y el abstencionismo (Pinkleton & Austin, 1998, citado en Wilkins, 2000). Estos aspectos hacen que sea vital cuestionarse sobre la influencia de los medios de comunicación en las decisiones electorales de los jóvenes universitarios, lo cual lleva a plantear la cuarta y última hipótesis expuesta en este artículo.

Hipótesis 4: *los medios de comunicación tienen una fuerte influencia en las decisiones electorales de los jóvenes universitarios.*

4. Metodología

Se realizó una investigación exploratoria de campo con metodologías cualitativas y cuantitativas, la cual se llevó a cabo entre los meses de enero y junio de 2010. Dicha investigación fue de carácter transversal mediante la recolección de información, tanto primaria como secundaria, que permitió evaluar diversos comportamientos de los jóvenes universitarios frente a las campañas y elecciones políticas, entre los cuales se encontraba la abstención de los jóvenes universitarios en las urnas. Esta investigación fue realizada posterior a las elecciones legislativas de Colombia y en el marco de las elecciones presidenciales de 2010, siendo este el momento oportuno para identificar los comportamientos electorales de abstención en los jóvenes dada la exposición mediática y el entorno en el cual se encontraban.

Las metodologías (a excepción del análisis de datos secundarios) se realizaron mediante muestreo no probabilístico y fueron aplicadas a estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín, Universidad de Antioquia (UdeA), Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) y Universidad EAFIT, de todos los estratos sociales y con participación de universidades tanto públicas como privadas. Se eligió este tipo de muestreo dado que facilitaba la recolección de los datos, aunque no permitiera formular conclusiones universales para la población objetivo, ya que la intención era realizar una aproximación al problema del abstencionismo de los jóvenes en Colombia que sirviera como punto de partida y referencia para nuevas investigaciones y profundizaciones al respecto.

Se empleó la triangulación metodológica buscando la recolección y análisis de datos desde distintos ángulos para compararlos y contrastarlos entre sí, por lo que se aplicaron diferentes diseños metodológicos como son: datos

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

secundarios, encuestas personales, encuestas virtuales, grupo focal y entrevistas a profundidad.

Con lo anterior se buscó la adquisición de un conocimiento más amplio y profundo del objeto de análisis, enfocándolo de una manera integral por medio de la comparación de las diferentes perspectivas encontradas en los instrumentos utilizados, permitiendo así clarificar las distorsiones y sesgos subjetivos que se producen en la utilización de una sola metodología (Cantor, 2002).

A continuación, se mencionan algunos aspectos que sirven para clarificar la forma en que fueron desarrollados los diseños metodológicos enunciados anteriormente. Las encuestas personales por ejemplo, fueron aplicadas a 116 personas de la muestra entre las diferentes universidades objeto de estudio. Por otro lado, para la aplicación de encuestas virtuales se recolectaron los correos electrónicos de jóvenes universitarios a los cuales se les solicitó que de manera anónima diligenciaran la encuesta virtual publicada en googledocs, donde finalmente se recolectaron 100 encuestas. Para el análisis de datos secundarios se empleó la base de datos que correspondía al estudio de opinión pública que se aplica anualmente con alrededor de 19.000 entrevistas en 18 países de América Latina, llamada el Latinbarómetro. La base de datos utilizada corresponde al estudio realizado en el 2005, pues son los resultados más recientes disponibles en forma gratuita para el público en general.

Se utilizaron dos metodologías de análisis cualitativo, la primera de estas es la sesión de grupo donde se convocaron 10 jóvenes de universidades públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Medellín permitiendo cierto nivel de pluralismo en las ideas. La otra metodología cualitativa empleada fue la entrevista a profundidad realizada a 5 jóvenes universitarios, la cual se realizó con base en un cuestionario en el que se desarrollaron 3 ejes temáticos: opinión sobre la participación en política, prácticas de participación y opinión sobre campañas políticas. Las entrevistas fueron grabadas para facilitar la fluidez de la conversación.

Para los resultados cuantitativos se efectuó análisis estadístico inferencial por medio del paquete estadístico open source R, el cual fue empleado para realizar la interpretación descriptiva de los resultados.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

H_0 : Independencia entre las variables. H_1 : Dependencia entre las variables.
 $p = 0.024$ (Para Colombia)

En el caso de las metodologías con diseños cualitativos se llevó a cabo un proceso de construcción y validación de categorías que permitió la estructuración del análisis tras la culminación del trabajo de campo. Éste se dividió en tres fases: descriptiva, relacional y selectiva.

5. Resultados y discusión

A continuación se presentan los resultados de la investigación en cuanto a los aspectos claves del abstencionismo en jóvenes universitarios. Esta presentación se realiza agrupando en cada una de las hipótesis los resultados obtenidos en los diversos instrumentos metodológicos. El contraste entre los procedimientos cuantitativos y cualitativos ayuda a corregir los sesgos propios de cada metodología.

Hipótesis 1: los jóvenes universitarios de la Ciudad de Medellín se abstienen de votar porque no lo consideran como un derecho y un deber.

Esta hipótesis se evaluó mediante las encuestas personales, donde se les preguntaba a los estudiantes si consideraban el ejercicio del voto como: un derecho y un deber, una pérdida de tiempo o si les era indiferente. La gran mayoría de los encuestados (89%) respondieron que consideraban el voto como un derecho y un deber. En la figura 1 se observa que este comportamiento registra valores similares entre los estudiantes de universidades públicas y privadas, registrándose una diferencia del 3% a favor de las privadas. Además, al realizar la encuesta, los resultados se dividieron en dos grupos: quienes habían votado y quienes se abstuvieron de hacerlo. Al consultarle al primer grupo la razón por la cual votaron, se obtuvo que un 56% lo consideraban como un deber ciudadano, por lo que se supone un factor importante para haber votado en el pasado.

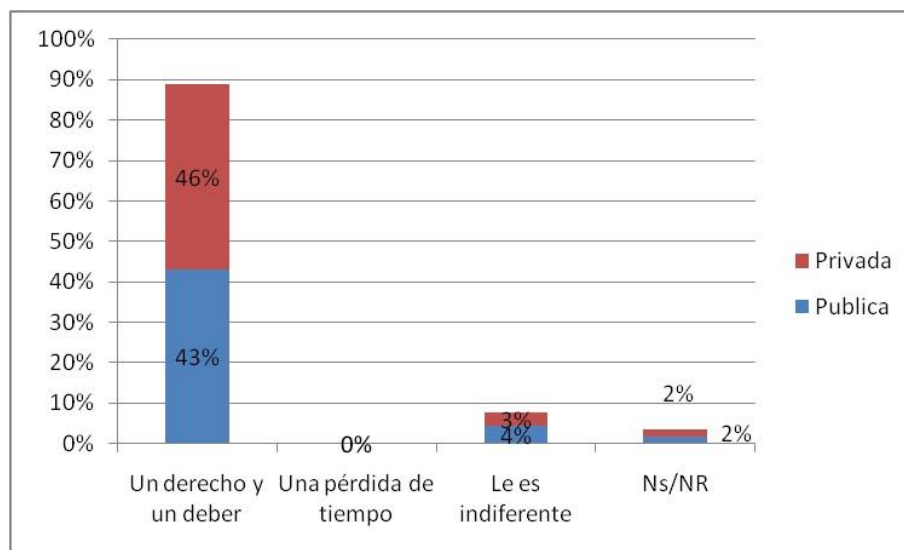


Figura 1. Consideraciones del voto en los jóvenes universitarios.

Fuente: elaboración propia.

Además, a través de las encuestas virtuales se pudo profundizar esta concepción ya que se evaluó de forma diferencial si era percibido como derecho, deber o como ambos al mismo tiempo. En esta ocasión se observa que casi el 70% de los encuestados lo consideran en ambos sentidos. Por tanto, se rechaza la hipótesis, ya que se puede apreciar de manera exploratoria que el hecho de no considerar el voto como un derecho y deber no corresponde a una de las razones por las cuales los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín se abstienen de votar tal como se mostró en las dos metodologías. Además, en las entrevistas a profundidad se evidenció que si bien es cierto que los jóvenes universitarios tienen claro que el voto es un derecho y un deber, también se observa que tienen en el fondo otros intereses como son los beneficios electorales; sin embargo, se aprecia que votar se ve como un camino que permite crear una cultura del voto y constituye la manera individual de propiciar el cambio. En el análisis de esta hipótesis, se plantean entonces nuevas pautas de investigación en cuanto a los verdaderos motivos por los cuales se presenta la abstención en los jóvenes de las universidades.

Para finalizar la validación, es importante mencionar que esta percepción del voto como derecho y deber se apoya en el hecho de que los votantes se sienten satisfechos por ser capaces de actuar basados en sus actitudes políticas y en su búsqueda por fomentar la reputación como ciudadanos

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

responsables. De este modo los individuos esperan sentirse bien (con alta satisfacción) después de actuar como lo exige la deseabilidad social (haber ejercido el derecho al voto) o después de recibir una buena noticia (es decir, la victoria) y esperan sentirse mal (en caso de abstenerse) después de no poder actuar acorde con lo aceptado socialmente (Acevedo & Krueger, 2004). Sin embargo, otras investigaciones apuntan a que los abstencionistas en general poseen una imagen poco atractiva de la política, generando una falta de compromiso en el proceso electoral, ya que lo consideran poco relevante (Bannon, 2005).

Hipótesis 2: los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín se abstienen de votar porque consideran que su voto no hará que las cosas sean mejores.

Inicialmente se realiza aplicación de análisis de los datos secundarios con los datos recolectados del estudio Latinbarómetro en Colombia, el cual ha utilizado una muestra trietápica probabilística en 2 etapas y por cuotas en la etapa final. Se toma en cuenta este fundamento académico para apoyar la validez de constructo en la escala, dado que es un estudio que aplica anualmente alrededor de 19.000 entrevistas en 18 países de América Latina.

En la aplicación de este análisis se buscó el aceptar o rechazar la siguiente pareja de hipótesis:

H₀: Independencia entre las variables. H₁: Dependencia entre las variables. Para lo cual se utilizó el R y las variables: Satisfacción con la democracia y consecuencias del voto.

Tabla 1. Relación entre las consecuencias del voto y la satisfacción con la democracia. Fuente: Elaboración propia.

Consecuencias del voto	Satisfacción con la democracia (%)				
	Muy satisfecho	Más bien satisfecho	No muy satisfecho	Nada satisfecho	No sabe
La manera como uno vota puede hacer que las cosas sean diferentes	100	73,3	72,3	47,1	0

“Revista Virtual Universidad Católica del Norte”. No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

No importa como uno vote, no hará que las cosas sean mejores	0	26,7	25,5	52,9	0
--	---	------	------	------	---

La tabla 1 presenta los resultados porcentuales de cruzar la base de datos Latinbarómetro con los resultados concernientes a las variables indagadas. Los datos arrojados por el software R fueron los siguientes: X-squared = 47.3517, df = 8, p-value = 1.314e-07 < 0.024, por lo que se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Dicha metodología indica entonces que existe una relación entre la satisfacción con la democracia y las consecuencias del voto como se evidencia en la tabla 1. En este tópico hay que apuntar que la mayoría de las personas que consideran que la manera como uno vota puede hacer que las cosas sean diferentes, muestran un grado de satisfacción con la democracia. En cambio, la mayoría de los encuestados que dicen estar nada satisfechos con la democracia dicen que no importa como uno vote, pues no hará que las cosas sean mejores. Por lo tanto quienes no votan se podrían clasificar según Crewe (2002) en abstencionistas instrumentales–alineados observándose que los tipos de categorías pueden generar cruces entre ellas, como en este caso, donde se liga el hecho de no creer en el sistema con la percepción de que el voto individual no hace la diferencia en unas elecciones.

En esta misma línea se presentan discusiones en diversas investigaciones sobre el aumento de las tasas de abstención dando como consecuencia la identificación de dos tipos de comportamiento: los que votan regularmente perciben que influyen en los resultados a través de sus votos y los que son escépticos sobre el valor de su votación deciden abstenerse. Este último comportamiento se relaciona estrechamente con la percepción sobre la política, especialmente sobre los gobiernos, pues si la gente piensa que la política es algo importante, los gobiernos cumplen sus promesas, y las alternativas ofrecidas por ellos son claras, estarán más dispuestos a participar (Johnston & Pattie, 2003).

Además, en las encuestas personales se cuestionó sobre el grado de importancia que se otorgaba a la percepción de que el voto individual no hacía la diferencia, pidiendo que se clasificara dicha importancia en una escala de Likert. Estos resultados arrojaron que el 48% de los encuestados lo encontraban como muy importante, mientras que el 24% lo veían como nada importante. Quienes lo denotan como nada importante tienen una alta

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

probabilidad de ser abstencionistas instrumentales-apáticos, pero ya se debe entrar a evaluar aspectos que permitan estudiar otras condiciones que los llevan a este tipo de percepción.

Por otro lado, en las metodologías cualitativas (grupos focales y entrevistas a profundidad) se encontró que los jóvenes universitarios que se abstienen de votar, lo hacen porque carecen de conocimientos y conciencia política; según ellos, esto último ocurre a raíz de un deficiente sistema de educación en el país que los hace considerar que su voto no es de importancia en los resultados generales del proceso electoral.

Esta percepción de deficiencia del sistema educativo en cuanto al fomento de la participación en política, particularmente en los procesos electorales, ha llevado a que en los países desarrollados se hayan implementado metodologías educativas para promover el conocimiento, interés y participación en la política. Sin embargo, se advierte que la enseñanza de los hechos sin fomentar la discusión puede llegar a enemistar a los jóvenes con la participación política (Shea & Harris, 2006).

Se observa entonces como la participación o abstención al momento de votar se puede ver condicionada por la dependencia entre las variables mencionadas anteriormente y la percepción de poca influencia del voto individual sobre los resultados electorales, como lo han señalado las metodologías anteriormente expuestas, por lo que se acepta la segunda hipótesis. Por último, estos jóvenes se asocian a un abstencionismo instrumental, aunque es evidente que se produce el cruce con otras tipologías de abstencionistas, lo que amerita un mayor análisis en este aspecto.

Hipótesis 3: el contexto social en el que se desenvuelve el joven universitario es determinante en la decisión de abstenerse de votar

En este caso se tomará el contexto social en el cual se desenvuelven los jóvenes universitarios compuesto principalmente por la familia y los amigos. De esta manera, para rechazar o validar esta hipótesis se utilizó la encuesta personal donde en una escala de Likert se preguntó a los jóvenes universitarios acerca de la importancia que otorgaban a las opiniones de su familia y amigos en cuanto a la decisión de no asistir a las urnas.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Los resultados de esta encuesta muestran que esta escala refleja la mayor importancia que tienen los amigos con un 67% de jóvenes que opinaron esto entre la escala muy importante o importante, mientras la familia registró un 62% en las mismas categorías.

Por otro lado, en las entrevistas a profundidad los participantes reconocieron que el hecho de sentir más cercanos a los candidatos hace que la motivación por votar se incremente, dado que su entorno social transmite información sobre ellos y ayuda a concientizar sobre la importancia y los beneficios que traería apoyarlo. En esta misma línea se evidencia que los participantes del grupo focal concuerdan en que dada la baja credibilidad que la política ha desarrollado, la decisión del voto se relaciona cada vez más con los consejos, opiniones y discusiones que se lleven a cabo entre los amigos, familiares y organizaciones a las que pertenecen los jóvenes.

Es por esto que se requiere fortalecer y apoyar organizaciones juveniles, para que los jóvenes aumenten su participación en el mercado político, algo que no solamente beneficiaría a los jóvenes, sino a la sociedad en su conjunto, un ejemplo de esto es el Consejo Municipal de Juventud en Medellín (Abad, 2002).

De esta manera se puede plantear que el contexto social en el que se desenvuelve el joven universitario sí representa un factor determinante en la decisión de abstenerse de votar, ya que la influencia que ejerce este contexto es vital al momento de participar en los procesos electorales.

En este aspecto, muchos autores se han cuestionado sobre el proceso que afronta el individuo cuando pasa de ser adolescente a ser adulto en la construcción de su identidad política, ya que en la infancia, los padres son la principal fuente de información política, pero a medida que transcurre el tiempo, los mensajes políticos llegan por otras fuentes (campañas políticas, amigos, medios de comunicación entre otros) (Wolak, 2009).

Es así como se afirma que la participación social, bajo ciertas condiciones, prepara el camino para definir el interés en asuntos políticos, lo cual se apoya en estudios realizados que manifiestan un fuerte vínculo entre la participación electoral y la intervención en ciertas organizaciones y asociaciones (Laroche, 2002, citado en Gauthier, 2003).

Hipótesis 4: los medios de comunicación tienen una fuerte influencia en las decisiones electorales de los jóvenes universitarios

“Revista Virtual Universidad Católica del Norte”. No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Por un lado la sesión de grupo proporcionó datos que revelan la importancia de tener información previa acerca de los candidatos y su gestión en el ámbito público para decidir entre votar o abstenerse. Asimismo, los participantes de la sesión coinciden en que la imagen del candidato en los medios de comunicación tiene incidencia en la elección del joven votante. Esto se corrobora con investigaciones que han mostrado que los votantes desinformados poseen mayor incertidumbre sobre cual candidato prefieren, lo que dificulta la decisión de votar y aumenta la probabilidad de abstencionismo (Degan & Merlo, 2007, citado en Sobbrío & Navarra, 2009). Sin embargo, otras metodologías consideran que a pesar de la importancia de los medios de comunicación para mantenerse al tanto del proceso electoral, estos tienen una limitada influencia en la decisión de abstenerse.

En el caso de la metodología de encuestas personales, se preguntó por la influencia publicitaria que ejercen los diferentes medios de comunicación en la intencionalidad de votar. Los resultados muestran que en orden de importancia descendente, la televisión, las redes sociales, la prensa y la radio juegan un papel importante para este segmento como se observa en la figura 2.

Vale la pena observar que para gran parte de los encuestados el celular registra una baja influencia entre los medios de comunicación, lo cual difiere con estudios realizados en otros países, donde este es uno de los nuevos medios para la producción de publicidad interactiva boca a boca, es decir el marketing viral (Leppäniemi et al, 2010).

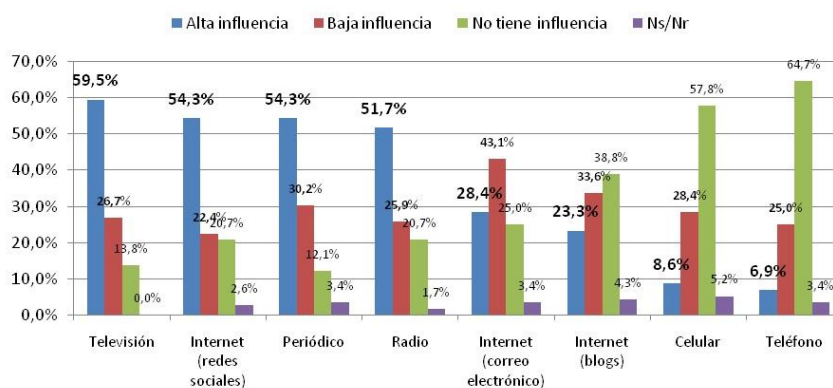


Figura 2. Influencia de los medios de comunicación en las campañas políticas. Fuente: elaboración propia.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Un aspecto a resaltar es el auge incremental del internet como principal fuente de información política en los jóvenes, convirtiéndose en el canal de comunicación más atractivo para combatir el abstencionismo, pero éste no debe estar desarticulado de los otros medios sino que debe ser utilizado como un componente de la mezcla de las campañas políticas en los medios de comunicación (Leppäniemi et al., 2010).

Siguiendo con la validación de la hipótesis, las sesiones de grupo y entrevistas a profundidad permitieron observar que al momento de tomar la decisión de votar se presenta una baja credibilidad en los medios de comunicación y una preferencia más marcada por fuentes personales para la toma de decisiones electorales por parte de los jóvenes universitarios. Pero además, los jóvenes universitarios entrevistados, consideran que la opinión de los líderes y de quienes son considerados con mayor nivel de conocimiento y criterio político, tiene una alta influencia en su decisión de voto y son escuchados con gran atención.

Es así como se muestra que cada vez se hace más difícil llegar a los votantes jóvenes con mensajes convencionales difundidos por medios tradicionales. Por lo tanto, las campañas políticas deben analizar el dilema sobre modificar el mensaje difundido y la diversificación de medios o continuar las campañas como habitualmente se realizan, lo cual puede ser un camino riesgoso para conquistar el voto juvenil. Queda por investigar más a fondo la magnitud de la influencia que tiene la televisión y las redes sociales en la formación de la opinión política de esta población.

6. Conclusiones

Según esta investigación, se pueden presentar dos formas de interpretación del abstencionismo en los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín. La primera apunta al concepto en términos de alienación y pasividad de los jóvenes, mientras que la segunda, menos representativa, pero igual de importante, se enfoca en individuos activos en la política, los cuales no votan con el propósito de enviar una señal de protesta explícita contra los partidos y el sistema político.

La educación universitaria puede ser un factor que lleva a incrementar el conocimiento político dadas las actitudes diferenciales que poseen los jóvenes universitarios en cuanto a percepciones, actitudes y comportamientos frente a la política; sin embargo, la investigación no

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

alcanza a precisar la relación de este conocimiento con una baja en las tasas de abstencionismo.

Como se mostró en los resultados, se podría argumentar que los jóvenes universitarios aceptan la influencia de algunos medios de comunicación en el reconocimiento de las campañas electorales, pero al momento de tomar la decisión de votar le han restado credibilidad a los canales tradicionales, buscando nuevos medios para formar su opinión.

Se observa que la comunicación interpersonal, representada por la familia y amigos, constituye una proporción muy significativa entre los medios por los cuales los jóvenes universitarios obtienen información política, evidenciándose que la toma de decisiones electorales se relaciona cada vez más con los consejos, opiniones y discusiones que se lleven a cabo entre los amigos y familiares.

Finalmente es importante mencionar, que las tipologías de abstencionismo propuestas por Crewe, no resultaron suficientes para clasificar los jóvenes universitarios, ya que se presentó una tendencia importante en el cruce de estas, observándose una prevalencia entre abstencionistas instrumentales y abstencionistas apáticos. Esto último puede ser un caso de interés para futuras investigaciones que permitan determinar cómo se clasifican este tipo de electores y que estrategias se deben formular para cada grupo, ya que el abstencionismo, aunque no es una tendencia inevitable, puede ser recuperada en determinadas circunstancias, haciendo que los esfuerzos por la movilización a las urnas sea un factor clave para activar este tipo de votantes potenciales que se ubican en fronteras flexibles frente a la decisión de participar o abstenerse.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

7. Lista de referencias

- Abad, M. (2002). Posibilidades y limitaciones de la participación juvenil para el impacto en la agenda pública: El caso del Consejo Municipal de Juventud en Medellín. *Última década*, 17(1), 65-94. doi: 10.4067/S0718-22362002000200004
- Acevedo, M., & Krueger, J. I. (2004). Two Egocentric Sources of the Decision to Vote: The Voter's Illusion and the Belief in Personal Relevance. *Political Psychology*, 25(1), 115-134. Recuperado el 3 de mayo de 2010, en <http://www.jstor.org/stable/3792526>
- Aignerren, M. (1998). Integración social y conflicto: la acción colectiva de los habitantes de barrios de Medellín considerados conflictivos. *La sociología en sus escenarios*, 2(1). Recuperado el 23 de mayo de 2010, en <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/1518>
- Aignerren, M. (2002). Debate electoral a través de los sondeos electorales. *La sociología en sus escenarios*, 6 (1). Recuperado el 7 de mayo de 2010, en <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/1603/1256>
- Bannon, D. P. (2005). Electoral Participation and Non-Voter Segmentation. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 14(1), 109. doi:10.1300/J054v14n01_07
- Bernstein, A. G. (2005). Gendered Characteristics of Political Engagement in College Students. *Sex Roles*, 52(5), 299-310. doi:10.1007/s11199-005-2674-5
- Burden, B. C. (2009). The dynamic effects of education on voter turnout. *Electoral Studies*, 28(4), 540-549. doi:10.1016/j.electstud.2009.05.027
- Cantor, G. (2002). La Triangulación Metodológica en Ciencias Sociales: Reflexiones a partir de un trabajo de investigación empírica. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 13. Recuperado el 23 de mayo de 2010, en redalyc.uaemex.mx/pdf/101/10101305.pdf
- Eagles, M., & Davidson, R. (2001). Civic Education, Political Socialization, and Political Mobilization: Can "Kids Voting, USA" Diminish Inequalities in Voter Participation?. *Journal of Geography*, 100(6), 233. doi:10.1080/00221340108978450

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Edwards, K. (2007). From Deficit to Disenfranchisement: Reframing Youth Electoral Participation. *Journal of Youth Studies*, 10(5), 539. doi:10.1080/13676260701600070

Fisher, S., Lessardphillips, L., Hobolt, S., & Curtice, J. (2008). Disengaging voters: Do plurality systems discourage the less knowledgeable from voting? *Electoral Studies*. doi:10.1016/j.electstud.2007.11.001

Gauthier, M. (2003). The inadequacy of concepts: the rise of youth interest in civic participation in Quebec [1]. *Journal of Youth Studies*, 6(3), 265. doi:10.1080/1367626032000138255

Geys, B. (2006). Explaining voter turnout: A review of aggregate-level research. *Electoral Studies*, 25(4), 637-663. doi:10.1016/j.electstud.2005.09.002

Hillygus, D. S. (2005). The Missing Link: Exploring the Relationship Between Higher Education and Political Engagement. *Political Behavior*, 27(1), 25-47. Recuperado el 9 de mayo de 2010, en <http://www.jstor.org/stable/4500183>

Johnston, R., & Pattie, C. (2003). The growing problem of electoral turnout in Britain? voluntary and involuntary non-voters in 2001. *Representation*, 40(1), 30. doi:10.1080/00344890308523244

Legnante, G. & Segatti, P. (2009). Intermittent abstentionism and multi-level mobilisation in Italy. *Modern Italy*, 14, 167-181. doi:10.1080/13532940902871802

Leppäniemi, M., Karjaluoto, H., Lehto, H., & Goman, A. (2010). Targeting Young Voters in a Political Campaign: Empirical Insights into an Interactive Digital Marketing Campaign. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(1), 14. doi:10.1080/10495140903190374

Lutz, G., & Marsh, M. (2007). Introduction: Consequences of low turnout. *Electoral Studies*, 26(3), 539-547. doi:10.1016/j.electstud.2006.10.001

O'Cass, A. (2003). Electoral Choice -The Effect of Voter Control and Involvement on Satisfaction and Voting Stability. *Journal of Political Marketing*, 3(1), 61. doi:10.1300/J199v03n01_04

O'Cass, A., & Nataraajan, R. (2003). At the Polls -- Continuing to Explore Voter Psychology. *Journal of Political Marketing*, 2(2), 67. doi:10.1300/J199v02n02_05

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 31, (septiembre-diciembre de 2010, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc y en el Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México [pp.363-387]

Pini, S. (2009). Analysing turnout in European elections: national differences, the peculiarity of the EU's system and the abstention of young people. *European View*, 8(1), 143-151. doi:10.1007/s12290-009-0071-0

Seagull, L. M. (1971). The Youth Vote and Change in American Politics. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 88-96. doi:10.1177/000271627139700111

Shea, D. M., & Harris, R. (2006). Why Bother? Because Peer-to-Peer Programs Can Mobilize Young Voters. *PS: Political Science & Politics*, 39(02), 341-345. doi:10.1017/S1049096506060550

Sobbrio, F., & Navarra, P. (2010). Electoral participation and communicative voting in Europe. *European Journal of Political Economy*, 26(2), 185-207. doi:10.1016/j.ejpoleco.2010.01.002

Wattenberg, M. P. (2003). Electoral turnout: The new generation gap. *British Elections & Parties Review*, 13(1), 159. doi:10.1080/13689880308413092

Wilkins, K. G. (2000). The Role of Media in Public Disengagement from Political Life. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 569. doi:10.1207/s15506878jobem4404_3

Wolak, J. (2009). Explaining change in party identification in adolescence. *Electoral Studies*, 28(4), 573-583. doi:10.1016/j.electstud.2009.05.020