



Gerencia de Planificación y Desarrollo Electoral  
Subgerencia de Planeamiento Electoral

*Área de Investigación Electoral*

Los jóvenes y las elecciones  
generales de 2006:  
Análisis cuantitativo y cualitativo de la  
participación de los electores de  
18 a 24 años

Serie: Documento de trabajo N.º 14

Los jóvenes y las elecciones generales de 2006: Análisis cuantitativo y cualitativo de la participación de los electores de 18 a 24 años.  
Lima, ONPE, 2006, 114 p.

PERÚ – PROCESOS ELECTORALES / PARTICIPACIÓN ELECTORAL /  
JÓVENES /

© Oficina Nacional de Procesos Electorales, ONPE  
Jr. Washington 1894 – Lima 1, Perú.  
Central telefónica : 4170630.  
E-mail: <webmaster@onpe.gob.pe>.  
URL: <www.onpe.gob.pe>.

Edición:	GPDE – SGPE - Área de Investigación Electoral
Corrección de estilo:	Odín Del Pozo Omiste
Diagramación:	Termil S.R.L.
Fotografía de caratula:	Carlos Valencia
Diseño de carátula:	Victoria Ávalos
Impresión:	Gráfica Técnica S.R.L.
ISBN de la serie:	9972-695-11-5
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú :	2006-11567

Serie: Documento de Trabajo N.º 14  
Primera edición  
Lima, diciembre de 2006

Esta investigación ha sido ejecutada en el marco del Plan Operativo Institucional 2006 por la Gerencia de Planificación y Desarrollo Electoral – Subgerencia de Planeamiento Electoral – Área de Investigación Electoral. A cargo de la investigación estuvo Martha Vicente Castro. La presente publicación es de responsabilidad exclusiva de su autor.

# Contenido

PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
I. EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	11
II. UN ENFOQUE DE LA JUVENTUD COMO INICIACIÓN	17
III. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA POBLACIÓN ELECTORAL DE 18 A 24 AÑOS	23
IV. EL CONTEXTO DE LA DIFUSIÓN Y LA CAPACITACIÓN ELECTORAL DURANTE EL PROCESO	33
V. INFORMACIÓN ELECTORAL, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACTITUDES HACIA EL VOTO Y LAS ELECCIONES EN LOS JÓVENES: ANÁLISIS DE UNA ENCUESTA NACIONAL URBANA A ELECTORES DE 18 A 24 AÑOS	47
VI. OPINIONES, VALORACIONES Y PERCEPCIONES CUALITATIVAS SOBRE LAS ELECCIONES, EL VOTO Y LA POLÍTICA EN LOS JÓVENES: ANÁLISIS DE ENTREVISTAS GRUPALES EN LIMA METROPOLITANA	61
VII. PARTICIPACIÓN ELECTORAL DE LOS JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2006	77
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	97
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	99
ANEXOS	103



# Presentación

Los jóvenes que participaron en las recientes elecciones generales 2006 experimentaron de manera positiva el ejercicio de su ciudadanía a través del sufragio; se trata de una relación de naturaleza cívica antes que política que se caracteriza por un sentido de obligación moral antes que uno de cumplimiento de su derecho a participar políticamente. Estamos frente a una generación de ciudadanos cuyas percepciones sobre su derecho al voto se mueven entre la motivación y la apatía, que manifiesta su interés en participar más en la política pero que reconocen que el contexto político y la imagen que perciben de ella a través de los medios y de su entorno familiar los puede ir desmotivando con el tiempo.

La Oficina Nacional de Procesos Electorales, consciente del impulso que se viene dando a una mayor y mejor participación de los jóvenes en la política, pone a disposición del público interesado una nueva investigación electoral dedicada esta vez al estudio del comportamiento electoral de los jóvenes en nuestro país. Se trata de una investigación que combina el análisis cuantitativo con el cualitativo y que ofrece valiosa información sobre los electores de 18 a 24 años de edad; todo ello enmarcado en un enfoque basado en la incorporación de los jóvenes como actores estratégicos de su formación ciudadana y electoral.

Uno de los aportes del trabajo que ahora ponemos en sus manos lo constituyen las diferentes percepciones y valoraciones que manifiestan los jóvenes, a nivel nacional y de Lima Metropolitana, sobre su primera experiencia de votación y sobre las elecciones y la política. También lo es el análisis que hace de los omisos jóvenes en las elecciones generales 2006 y cómo se presenta en mayor proporción en distritos con un nivel de vida alto.

Acercarse a los jóvenes y conocer lo que piensan desde sus primeros años como electores es ser parte del inicio de una etapa de formación de nuevos ciudadanos, los mismos que nos acompañarán y participarán en las próximas elecciones que quedan por venir. Es también renovar con otros sentidos y percepciones la cultura política y

y las estrategias para incentivar la participación electoral. Por ello la ONPE presenta este nuevo estudio que contribuye a la reflexión y al debate de la cultura política y la ciudadanía en nuestro país.

Lima, diciembre de 2006

Área de Investigación Electoral

# Introducción

La organización y ejecución de comicios, tarea encomendada a la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), requiere la participación informada y consciente del electorado. Sin electores no hay ejercicio del sufragio ni se construye democracia. Velar por la obtención de la fiel y libre expresión de la voluntad popular es la función esencial de la ONPE.

Así, la presente investigación —realizada en el marco del Plan Operativo Institucional (POI) 2006— tiene como objetivo ofrecer un análisis del comportamiento electoral de los jóvenes en el marco de las últimas elecciones generales. Para ello brinda datos tanto de forma cuantitativa como cualitativa sobre los electores entre 18 y 24 años. De esta manera se realiza un análisis sobre su distribución por sexo, edad, grado de instrucción y lugar de residencia; sus actitudes, opiniones y valoraciones sobre las elecciones, el voto y la política; su grado y medios de información electoral; así como su participación en las elecciones generales de 2006. Todo ello en un marco teórico que propone un enfoque del sector juvenil basado en la incorporación de los jóvenes como actores estratégicos de su formación ciudadana.

Para esta investigación, ha sido de especial interés analizar al grupo de electores que ejerce el voto por primera vez, ellos son en su mayoría jóvenes de 18 a 24 años, con el fin de captar su experiencia electoral como un fenómeno nuevo de ejercicio ciudadano. Esta primera experiencia de sufragio merece una atención especial, pues se da en los primeros años del proceso de formación de autonomía y maduración de los jóvenes, dentro del cual está la formación de su identidad ciudadana. Precisamente una de las propuestas de este trabajo es asumir la juventud como una etapa de iniciación social —antes que de transición—, lo cual significa incorporar a los jóvenes como sujetos activos de las estrategias de educación y formación electoral.

Asimismo, con los resultados de este trabajo se busca contribuir a la bibliografía existente sobre jóvenes, particularmente en el ámbito de aquellos estudios que se han

circunscrito a analizar su cultura y participación en la esfera política<sup>1</sup>. Por ello, se brindan datos cuantitativos y cualitativos sobre este sector poblacional, examinando su comportamiento electoral en un contexto específico como las últimas elecciones generales. No obstante, en el ámbito institucional, no se cuenta con información organizada ni con análisis que enfoquen a esta población como sujetos electorales, a diferencia de otros estudios que se han concentrado en electores rurales, mujeres, iletrados y de lenguas nativas. Precisamente, la importancia de focalizar el estudio en electores jóvenes se debe a que, en este grupo, los efectos multiplicadores de su educación y conocimiento electoral se van a sentir también en los próximos comicios.

La relevancia empírica del estudio radica en el alto incremento de la población electoral joven en el último quinquenio (2001-2006), que supera el 40%; y en la reciente aplicación de la Ley del Concejal Joven<sup>2</sup> que promovió la participación de los menores de 29 años en las listas de regidores provinciales y municipales, para las elecciones subnacionales de noviembre de 2006.

El trabajo ofrece un análisis a partir de datos primarios —cuantitativos y cualitativos— sobre el comportamiento electoral de los jóvenes. Se describe la distribución geográfica del electorado juvenil en el país y en el exterior, según las variables sexo, edad, grado de instrucción y lugar de residencia; ello sobre la base del padrón electoral de las elecciones generales de 2006. También se investiga, tanto cuantitativa como cualitativamente —a escala nacional y en Lima Metropolitana, respectivamente— las necesidades y grados de información electoral de los jóvenes, así como sobre sus construcciones de sentido, valoraciones y actitudes sobre la política, el voto y las elecciones. Finalmente, se hace un examen de la participación electoral joven en las elecciones generales de 2006, a partir del registro de omisos y votantes de la ONPE; estos datos son detallados por sexo, edad y grado de instrucción en los ámbitos nacional, extranjero y de Lima Metropolitana.

Así, aparte de la consideración por zonas geográficas, también se brinda información sobre los jóvenes residentes en el exterior. No obstante, nos hemos concentrado en la provincia de Lima por residir ahí más de la tercera parte de la población electoral joven del país; allí los datos son considerados por distrito.

<sup>1</sup> En los estudios revisados sobre el tema de jóvenes, si bien se analizan aspectos como su cultura juvenil (Panfichi y Valcárcel 1999; Macassi 2001); su participación política (Venturo 2001); o su perfil sociodemográfico (Ayllón 1990), no se han hecho estudios más profundos sobre su comportamiento electoral a excepción de los informes de CONAJU (2004 y 2005) que ofrecen información cuantitativa muy general sobre el tema.

<sup>2</sup> Ley N.º 28869 («Ley que promueve la participación de la juventud en las listas de regidores provinciales y municipales»), aprobada el 10 de agosto de 2006, establece una cuota de participación de 20% de ciudadanos y ciudadanas jóvenes menores de 29 años en las listas de candidatos a regidores. Disponible en: <<http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/28869.pdf>>.

Este trabajo está dividido en siete capítulos y un apartado de conclusiones y recomendaciones. El primer capítulo presenta el diseño metodológico de la investigación, a fin de darle más validez a los datos obtenidos. El segundo, aborda los conceptos teóricos utilizados en este trabajo, especialmente el de juventud como iniciación. El tercer apartado describe el perfil del elector joven y su distribución geográfica en el territorio nacional y extranjero, por sexo, edad y grado de instrucción. El cuarto capítulo expone las estrategias de difusión y capacitación electoral desarrolladas por la ONPE en las últimas elecciones generales, y el impacto de ésta última en una muestra de jóvenes. Las secciones quinta y sexta analizan las opiniones, valoraciones y actitudes de los jóvenes sobre las elecciones, el voto y la política, así como sus necesidades y grados de conocimiento electoral; el capítulo quinto, lo hace a partir de datos cuantitativos tomados de una encuesta nacional; y el sexto, a partir de testimonios cualitativos obtenidos a través de entrevistas grupales en Lima. El séptimo capítulo ofrece noticias acerca de los votantes y omisos jóvenes —según sexo, edad y grado de instrucción— en los ámbitos nacional, extranjero y de Lima Metropolitana. Finalmente se presentan las conclusiones, elaboradas a partir de los principales hallazgos de este trabajo y se ofrecen algunas recomendaciones que puedan contribuir a una toma de decisiones apropiada para este grupo electoral.



# Capítulo I

## El diseño de la investigación

En este capítulo se presenta la estructura metodológica que se ha utilizado para llegar a los objetivos planteados en esta investigación, a saber: analizar a la población joven de 18 a 24 años en el contexto de las elecciones generales de 2006, particularmente algunos aspectos de su perfil poblacional, de su comportamiento frente a los comicios, con respecto a la política, el voto y su grado de participación electoral.

Los elementos del perfil poblacional a los que hacemos referencia son:

- a) La distribución de la población electoral de 18 a 24 años según las variables de sexo, edad, grado de instrucción y lugar de residencia; esto último en los ámbitos nacional, extranjero y de Lima Metropolitana.
- b) El comportamiento electoral al que se hace referencia es abordado desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. Se consideran, por ello, las necesidades de información electoral de los jóvenes: cuánto conocen del proceso y de sus procedimientos; a través de qué medios y espacios se informan; etc., según edad, sexo y lugar de residencia. Esto a escala nacional, por zonas geográficas.
- c) Las construcciones y valoraciones que sobre la política, el voto y los comicios hacen los jóvenes en una coyuntura electoral particular.
- d) Finalmente, la participación electoral de los jóvenes es analizada desde el registro de votantes y de omisos del padrón electoral.

De esta manera, la investigación busca información de tipo cuantitativo como cualitativo acerca de los electores de 18 a 24 años de edad, durante el proceso de elecciones generales de 2006.

## 1.1 Objetivo general

Analizar la población electoral joven, entre 18 y 24 años, desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, en el contexto del proceso de las elecciones generales de 2006.

## 1.2 Objetivos específicos

- Describir el perfil de la población electoral joven de 18 a 24 años.
- Medir la cantidad y la calidad de la información con que cuentan los jóvenes votantes durante una coyuntura electoral para conocer sus necesidades en esa materia.
- Comprender la forma en que construyen sus percepciones y valoraciones sobre la política, los políticos, las elecciones, el voto y su experiencia de votación en este proceso.
- Analizar el índice de participación electoral de los jóvenes durante este proceso.

## 1.3 Aplicabilidad

- Ofrecer nociones empíricas y analíticas para el diseño de estrategias de información y educación electoral orientadas a los jóvenes.
- Brindar ideas útiles para el diseño de los contenidos de los materiales educativos y de capacitación electoral orientados a este grupo etario.
- Ofrecer a los órganos electorales —particularmente a la ONPE—, a los partidos y agrupaciones políticas, y a los organismos dedicados al tema juvenil elementos empíricos y analíticos sobre la cultura política de los electores jóvenes.

## 1.4 Metodología

La investigación está enfocada a combinar tanto el método cuantitativo como el cualitativo, de acuerdo con el tipo de datos a acopiar. Por un lado, se busca obtener referencias numéricas para medir el comportamiento electoral de los jóvenes así como su conocimiento y participación electoral. Por otra parte, se orienta a recoger opiniones y valoraciones sobre la forma en que los jóvenes construyen grupalmente su concepto sobre las elecciones, la política y el voto, así como enunciados sobre su primera experiencia de votación.

### 1.4.1 Técnicas de recolección

Se han combinado dos métodos de recopilación de datos, tanto cualitativos como cuantitativos; ello por varias razones:

- Con el objetivo de consultar diferentes fuentes de información que, a la vez, se complementen.
- Para dar mayor validez a los resultados, en la medida que se reduce el margen de error que produciría el tener sólo una fuente.
- Porque los objetivos de la investigación (describir y explicar) exigen acercamientos distintos a las fuentes.

Los instrumentos de recopilación de datos aplicados fueron los siguientes:

- a) *Encuesta*: se realizó una encuesta a escala nacional durante la coyuntura del proceso electoral. Tuvo como objetivo principal describir el grado y el tipo de información con que contaban los jóvenes en ese contexto, así como datos cuantitativos sobre sus opiniones y valoraciones sobre el voto, las elecciones y la política. El diseño de la muestra incluyó las variables sociodemográficas edad, sexo, lugar de residencia y estrato socioeconómico. También se utilizó una encuesta aplicada por la GFCE en los talleres de capacitación electoral a una muestra de electores jóvenes.
- b) *Entrevistas grupales*: se realizaron cuatro entrevistas grupales con 13 jóvenes estudiantes universitarios y no universitarios residentes en Lima Metropolitana. El objetivo principal de esta técnica fue obtener información cualitativa y construcciones de sentido grupales (tales como percepciones y valoraciones) de los jóvenes respecto al voto, las elecciones y la política.

### 1.4.2 Fuentes de información

Estas fueron básicamente primarias y secundarias:

Fuentes primarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta nacional a jóvenes (abril de 2006).</li> <li>- Entrevistas grupales en Lima a jóvenes (junio de 2006).</li> <li>- Padrón electoral y Registro de omisos y votantes de la ONPE (diciembre y abril-junio de 2006).</li> <li>- Encuesta de evaluación de aprendizajes de electores y electoras (abril de 2006).</li> <li>- Documentos oficiales de ONPE.</li> </ul>
-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuentes secundarias**

- Mapa de pobreza de FONCODES (2000).
- Artículos periodísticos.
- Bibliografía especializada.

**1.5 Población estudiada**

Está integrada por los ciudadanos y las ciudadanas con Documento Nacional de Identidad (DNI) que tienen entre 18 y 24 años de edad, incluyendo a los menores de 18 años declarados emancipados<sup>3</sup> según el padrón electoral conformado para las elecciones generales de 2006. Para este proceso electoral, la población examinada suma un total de 2.935.217 electores y electoras del grupo etario indicado.<sup>4</sup>

**Población electoral joven de 18 a 24 años**

2.935.217

*1.5.1 Variables*

El análisis de los datos tendrá en cuenta las siguientes variables sociodemográficas y sus respectivas categorías:

- Sexo: hombre/mujer.
- Grupo de edad: de 16 a 24 años.
- Grado de instrucción: desde iletrados hasta técnica y/o superior.
- Lugar de residencia: nacional (departamental/distrital en Lima) y extranjero.

*1.5.2 Muestras seleccionadas*

El comportamiento electoral de los jóvenes fue examinado a partir de la recolección de datos de las siguientes muestras:

<sup>3</sup> Artículo 46.º del Código Civil: Fin de la incapacidad de mayores de 16 años por matrimonio o título: «La incapacidad de los mayores de dieciséis años cesa por matrimonio o por obtener título oficial que les autorice para ejercer una profesión u oficio».

<sup>4</sup> El registro de electores en el padrón electoral para las elecciones generales de 2006 se cerró el 10 de diciembre de 2005, según Resolución Jefatural N.º 1194-2005-JEF/RENIEC publicada ese día en el diario oficial El Peruano, por lo que se consigna sólo a los jóvenes que hasta ese día habían cumplido 18 años, edad establecida por la Constitución Política del Perú (capítulo III, artículo 30.º) como requisito para el ejercicio de su ciudadanía. La fuente de esta información ha sido obtenida del padrón electoral proporcionado por el RENIEC y trabajado por la ONPE para este estudio.

Tipos de datos	Técnica	Muestra
Cuantitativos	Encuesta nacional	1.035 encuestados
Cualitativos	Entrevistas grupales en Lima Metropolitana	13 entrevistados en cuatro grupos
Cuantitativos	Evaluación de aprendizajes a electores y electoras	364 electores de 18 a más años 59 electores (de 18 a 24 años de edad)

Cada una de estas muestras responde a objetivos metodológicos distintos, por lo que los datos deben ser interpretados con ese alcance específico:

- a) La encuesta nacional a 1.035 jóvenes buscó sondear, de forma general, la cantidad de información electoral manejada por este grupo.
- b) Las entrevistas grupales, a electores jóvenes de Lima Metropolitana, profundizaron en percepciones específicas sobre los comicios y otros temas.
- c) La encuesta aplicada en los talleres de capacitación de evaluación de aprendizajes fue un complemento para conocer el alcance de la educación electoral recibida por el elector joven.

### 1.5.3 Base de datos

Para la investigación sobre electores, votantes y omisos de 18 a 24 años de edad, se utilizó la base de datos de la ONPE, la misma que integró el padrón electoral alcanzado por el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) con un total de 2.935.217 electores del grupo etario en cuestión.

Este diseño de investigación permite combinar el análisis de datos cuantitativos y cualitativos sobre una misma unidad de observación: el comportamiento electoral de los jóvenes entre 18 y 24 años. Con ello se muestra que la validez de la información obtenida en cualquier investigación no proviene del estilo de técnica utilizada—sea ésta cuantitativa o cualitativa— sino de la rigurosidad metodológica con que son aplicadas las técnicas propuestas en el diseño. La intención de este capítulo ha sido otorgar mayor validez a los datos ofrecidos en los siguientes apartados y, de esa manera, a la investigación en su conjunto.



## Capítulo II

# Un enfoque de la juventud como iniciación

En este capítulo se define el concepto de juventud que asume esta investigación. El mismo va más allá de una dimensión meramente demográfica o referida a un rango de edad. La juventud es entendida aquí como una etapa de iniciación en el proceso de formación de la autonomía y —como veremos— de la ciudadanía de la persona, antes que de transición o «moratoria» que remite a una etapa de preparación sin participación; la juventud como iniciación se atiene más al comienzo de una vida adulta y menos a la continuación de un estadio de adolescencia. Con ello, es posible sustentar el desarrollo de una estrategia de incorporación de los jóvenes a la vida política desde sus primeros años de juventud y no cuando lleguen a la adultez.

Para explicar mejor esta perspectiva de la juventud como iniciación, revisaremos algunos de los enfoques teóricos sobre la problemática juvenil y las formas cómo éstos categorizan a los jóvenes.

### 2.1 Categoría ‘joven’

Antes que nada, hay que mencionar que la categoría joven remite a varias dimensiones a la vez. Puede especificarse desde los aspectos demográfico, social y cultural:

- a) El aspecto demográfico se refiere a un grupo etario cuyo rango es variable. En nuestro país, según el Consejo Nacional de la Juventud (CONAJU)<sup>5</sup> y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la categoría joven abarca a personas entre los 15 y 29 años de edad. Para organismos internacionales como el Banco Mundial y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la juventud comprende desde los 15 hasta los 24 años.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> «Ley del Consejo Nacional de Juventud». Ley N.º 27802, artículo 2. Disponible en: <<http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/27802.pdf>>. Cf. también <[www.conaju.gob.pe](http://www.conaju.gob.pe)>.

- b) El aspecto social se refiere a los jóvenes dentro de su ubicación en el tejido social de las relaciones sociales, como un grupo que se encuentra en una etapa de transición entre la niñez y la adultez. Es una fase de su proceso de socialización en el que el joven aún no está incorporado a las actividades productivas, cívicas y sociales de la comunidad. Es, por lo tanto, una etapa de espera o preparatoria (Krauskopf 2000: 121).
- c) El aspecto cultural se refiere a la imagen construida sobre lo que significa ser joven en una sociedad y cultura determinadas. Esta imagen es producto de la industria de los medios de comunicación, la publicidad y la cultura de masas, que busca diferenciar a la juventud de la adultez, a través de signos y símbolos «juveniles», como la vestimenta, la música, el lenguaje, etc. Son también los estudios que se han desarrollado sobre el consumo cultural de los jóvenes y bandas juveniles, entre otros.<sup>7</sup>

## 2.2 La juventud como fenómeno moderno

La categoría joven no oculta las diferencias —sociales y culturales— que se dan al interior de este grupo de edad, sobre todo por los contrastes socioeconómicos que facilitan o dificultan, según sea el caso, el acceso a ciertos espacios como la educación.<sup>8</sup> Tampoco encubre las diferencias generacionales que se tejen entre jóvenes de una época y de otra, en parte por los diferentes escenarios políticos, económicos y sociales en que se desarrollan.<sup>9</sup> Todo lo contrario, la categoría joven revela lo novedoso que puede significar una generación respecto a la que la antecede.

La juventud como hecho social es un fenómeno moderno, contemporáneo, y que en nuestro país se convierte en una realidad a partir de los años cincuenta, cuando los jóvenes se distinguen —culturalmente hablando— de los adultos (Venturo 2001: 24). El efecto de la industria de los medios, la publicidad y la cultura de masas contribuyó a diferenciar y a construir un concepto y una cultura juvenil.

<sup>6</sup> INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) Encuesta Nacional de Hogares ENAHO 2002, IV trimestre (<[www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)>). Banco Mundial: Objetivos de Desarrollo del Milenio (<<http://www.bancomundial.org/temas/omd/index.htm>>).

<sup>7</sup> Ver por ejemplo Sandro Macassi (2001) en Perú y Rossana Reguillo (2000) en México, entre otros estudios.

<sup>8</sup> Cf. el estudio de Pierre Bourdieu y Jean Claude Passeron (2004) sobre la cultura y los estudiantes en Francia de 1968. Allí se demuestra que los sistemas escolares reproducían las diferenciaciones sociales de origen de los alumnos.

<sup>9</sup> V. g., revisar las diferencias entre la generación de los ochenta y la de los noventa en los jóvenes chilenos en cuanto a su forma de participar y relacionarse con lo político (Fernández 2000: 88).

Como otras categorías sociales, la juventud es una construcción social que varía con el contexto sociohistórico, de ahí que sea importante reconocer este contexto antes de definirla de alguna manera. Sobre juventud, hemos encontrado en la teoría dos corrientes de pensamiento acerca de lo que significa ser joven y la forma cómo abordarlo en función de la investigación.

Uno de los objetivos de este trabajo es mostrar que estudiar a los jóvenes no es sólo hablar de personas de cierto grupo etario o con una identidad distinta a la de los otros grupos generacionales. Es también referirse a un concepto que necesita ser enfocado de manera más activa y abierta con el objetivo de incorporar a los jóvenes en la dinámica social, política y cultural de la sociedad no al final de su etapa de formación y maduración sino durante su inicio. Así, lo primero es asumir un enfoque de juventud como moratoria o preparatoria y, lo segundo, como iniciación.

### 2.3 Enfoques sobre juventud

Preguntarse qué es ser joven en nuestro país o cómo lo entendemos, implica conocer el enfoque conceptual con que estamos abordando el tema juvenil. En nuestro país, el estudio de los jóvenes tiene ya algunas décadas de desarrollo, por lo que su tratamiento en este capítulo rebasaría los límites del trabajo. Sin embargo, haremos referencia sólo a dos de ellos —y no a todos los enfoques existentes— que nos permitirá aclarar lo que aquí entendemos por juventud, sobre todo en referencia a su participación en la política y en las elecciones.

#### 2.3.1 *Juventud como «moratoria» o transición*

La etapa de «moratoria» es un término sociológico, desde el punto de vista del funcionamiento de las sociedades, usado para referirse a la fase de preparación de un grupo poblacional —especialmente en el ámbito educativo y laboral— para su posterior inserción en la dinámica de la misma.<sup>10</sup> En este enfoque, los jóvenes son una continuación de la adolescencia, en tránsito a una vida adulta que se supone formada y acabada. Al joven le corresponde una etapa de preparación para alcanzar un estatus de adulto, consolidación de su desarrollo en todos los ámbitos.

Sin embargo, este enfoque de juventud como moratoria vacía de contenido la etapa propia de la juventud (Krauskopf 2000: 121). Si bien la educación es una etapa de preparación del individuo para una integración posterior al resto de la sociedad, el efecto de una concepción de la juventud como etapa de moratoria es que los jóvenes

<sup>10</sup> Cf. Juan Carlos Cortázar (1992) citado en Venturo (2001: 24).

—y sus problemas— son aislados del resto de la sociedad como un fenómeno con una dinámica diferente. De ahí que problemas adjudicados a los jóvenes, tales como el pandillaje, las drogas, la delincuencia juvenil, la apatía política, etc., pretendan ser abordados sin tomar en cuenta que ellos forman parte de problemas mucho más amplios que afectan a la sociedad en su conjunto.

La crisis económica, al igual que la crisis de los partidos y de la política, retrasa y en algunos casos hasta impide la participación de los jóvenes o de algunos de ellos en la dinámica social y política de una sociedad. Para los sectores populares y los jóvenes de las zonas rurales resulta aún más difícil ser «joven» puesto que no logran completar su etapa de «preparación» en el ámbito educativo al ser incorporados de manera forzada a la esfera del trabajo desde edades tan tempranas como la adolescencia e incluso la niñez. Las carencias económicas limitan cualquier etapa de moratoria, más aún cuando la lucha por subsistir es una prioridad en sus contextos.<sup>11</sup>

Los estudios desarrollados al respecto han concluido que la incapacidad del Estado por incorporar a los jóvenes en sus políticas educativas y en el mercado laboral han generado sentimientos de frustración que muchas veces se han reflejado en conductas anómicas o transgresoras de la población joven (es el caso de las pandillas juveniles; las barras bravas; la delincuencia y la drogadicción; los embarazos adolescentes; la apatía política, entre otros problemas de tipo «juvenil»).<sup>12</sup>

### 2.3.2 *Juventud como iniciación*

Este enfoque propone un concepto más dinámico y activo sobre la juventud, en el que se entienda no como una fase de transición hacia otro período de madurez sino como el inicio de una etapa de formación y maduración social: «[la] primera etapa del proceso de la conformación de la autonomía y de la maduración social, que las personas vivimos durante toda la vida. Es decir, la juventud no sólo inicia la incorporación funcional sino [también] la integración simbólica y moral a la sociedad» (Venturo 2001: 27). La diferencia con el enfoque de transición o moratoria, es que en esta perspectiva los jóvenes no son percibidos como «menores» o desvalidos, sino más bien como sujetos activos que participan del desarrollo de su comunidad y de la formación de la identidad de la misma.

Este enfoque destaca a la juventud como actor protagónico en el proceso de renovación permanente de las sociedades, particularmente en un contexto de reestruc-

<sup>11</sup> Al respecto puede consultarse Aldo Panfichi y Marcel Valcárcel: «El significado de la juventud en las ciencias sociales» (en Panfichi y Valcárcel 1999: 13).

<sup>12</sup> Sobre este punto puede verse la revisión teórica que hace Sandro Macassi (2001: 12) sobre el enfoque de la moratoria y la emergencia poblacional en los jóvenes.

turación socioeconómica y de globalización. La participación juvenil, como parte crucial del desarrollo de una sociedad, adquiere mayor valor y protagonismo (Krauskopf 2000: 123).

Entender la juventud como una etapa de iniciación antes que de transición, implica asumir que la formación educativa de los jóvenes ocurre dentro de la dinámica social y económica de la sociedad. Supone, asimismo, la aceptación de responsabilidades cívicas y económicas, en un proceso permanente de integración a la vida social (Venturo 2001: 28), sin tener que esperar a que termine una edad determinada socialmente como joven.

## 2.4 Los jóvenes y las elecciones

Debido al crecimiento de la población electoral joven en nuestro país, ahora se le da mayor importancia a la participación política de este sector en el proceso electoral; ejemplo de ello es la ya citada Ley del Concejal Joven para las elecciones regionales y municipales de 2006. Además, la presencia de los jóvenes en diversas organizaciones sociales y culturales en nuestro país obliga a reflexionar y preguntarnos sobre ellos en relación con los comicios. Particularmente, sobre la forma en que se comportan los electores jóvenes frente al voto y la política, así como para conocer de cerca sus percepciones, valoraciones y opiniones sobre las elecciones y su ejercicio del voto.

Para ello es necesario partir del supuesto de que los jóvenes son sujetos activos y pensantes frente a su condición de ciudadanos y de electores; así, logran construir una posición y un discurso particular sobre las elecciones y la política que marca de alguna manera su comportamiento frente al voto. Es decir, que los electores —en este caso jóvenes— acuden a votar con un grado de información y de opinión previa, marcando su actitud frente al ejercicio de su voto desde la primera vez que lo realizan.

El ejercicio del voto, desde las primeras experiencias de los jóvenes electores, constituye parte de la iniciación del proceso de formación de su identidad como electores y como ciudadanos. Por ciudadanía entendemos aquí la condición de pertenencia a una determinada comunidad política.<sup>13</sup> En ese sentido, ejercer su derecho al voto resulta una forma de participar junto a una comunidad de electores en la elección de los gobernantes. De ahí la importancia de saber qué es lo que piensan y cómo actúan los jóvenes frente al voto, para conocer qué pensarán y cómo actuarán posiblemente los electores en los próximos años.

<sup>13</sup> Nicolás Lynch, «La ciudadanía: ¿un bien importado? Reflexiones sobre la ciudadanía en el Perú» (s/f).



## Capítulo III

# Características sociodemográficas de la población electoral de 18 a 24 años

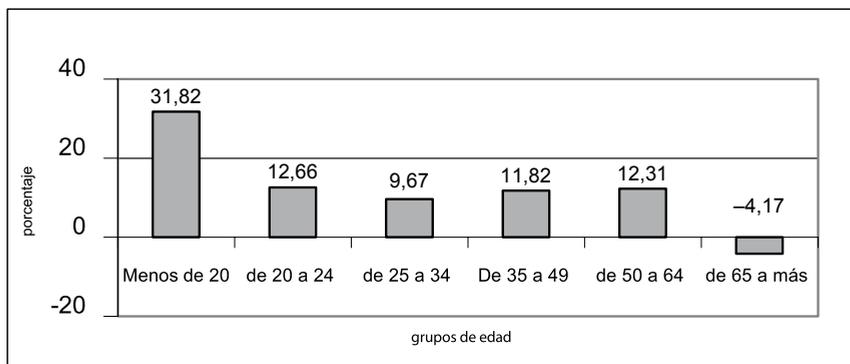
En este capítulo se describe el perfil de la población electoral joven, que tiene entre 18 y 24 años de edad y que incluye a los electores menores de 18 años declarados emancipados<sup>14</sup> (según el artículo 46.º del Código Civil). La base de este análisis es el padrón electoral vigente para las elecciones generales de 2006. El capítulo muestra el alto crecimiento de este grupo electoral —en particular, en los últimos cinco años—, así como su distribución según variables sociodemográficas tales como sexo, edad y grado de instrucción. Finalmente, se describe la distribución de la población electoral joven según lugar de residencia, tanto en el territorio nacional como en el extranjero.

### 3.1 Crecimiento poblacional

El grupo de los electores menores de 20 años es el que tuvo mayor incremento en el período 2001-2006. Según el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), entre las elecciones generales de 2001 y las de 2006, el porcentaje —incluyendo a los declarados emancipados— aumentó en 31,82%, mientras que el grupo de 20 a 24 años se incrementó en 12,66%, en ese mismo lapso. Si unimos los dos grupos de edad, vemos que la población electoral joven entre 18 y 24 años creció en más del 43% respecto a los últimos cinco años.

<sup>14</sup> Para fines de este estudio, el grupo de 18 a 24 años de edad incluye a los diez menores de 18 años emancipados que están registrados en el padrón. Los datos utilizados en este capítulo han sido proporcionados por el Área de Estadística de la Gerencia de Planificación y Desarrollo Electoral de la ONPE, sobre la base del padrón electoral proporcionado por el RENIEC.

**GRÁFICO 1**  
**Variación porcentual de la población electoral**  
**entre 2001 y 2006 por grupo de edad**



Fuente: Padrón electoral 2006.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 3.2 Población electoral joven según variables sociodemográficas

De los 16.494.906 electores registrados en el padrón electoral para las elecciones generales de 2006, un total de 2.935.217 son electores entre 18 y 24 años de edad (incluyendo a los emancipados); ello representa el 17,79% de la población electoral total. Podemos decir entonces que casi una quinta parte del universo electoral es joven y tiene entre 18 y 24 años.

En esta parte se describe el perfil de la población electoral joven de ese grupo de edad según tres variables sociodemográficas: sexo, edad y grado de instrucción. Estas variables son obtenidas a partir de la información que proporciona el elector al momento de tramitar su DNI, por lo que son tomadas de manera referencial para construir un panorama general de los electores entre 18 y 24 años.

#### 3.2.1 Según sexo

La distribución por sexo de los jóvenes es similar a la de la población electoral total. Los electores de 18 a 24 años se distribuyen en proporciones semejantes entre hombres y mujeres: 1.477.495 varones (50,3%) y 1.457.722 son mujeres (49,7%). En general, se repite el patrón de la población electoral total en la que el grupo de varones representa el 50,2% y el de mujeres el 49,8%.

**CUADRO 1**  
**Electores jóvenes según sexo**

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Total	2.935.217	100,0
Hombre	1.477.495	50,3
Mujer	1.457.722	49,7

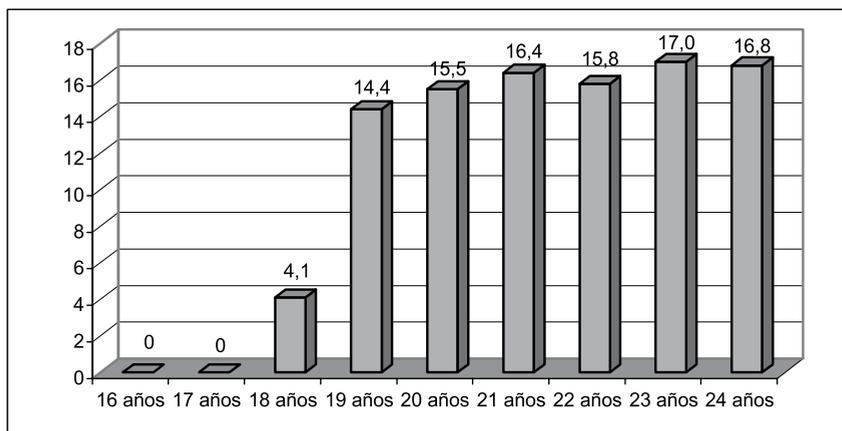
Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 3.2.2 Según edad

El porcentaje de electores jóvenes en nuestro país incluye a diez menores de edad, de 16 y 17 años, que han sido declarados emancipados y tienen derecho a voto. Los que tienen 18 años también constituyen una proporción baja con relación al resto del grupo, suman 120.768 electores (4,1% del total de electores de 18 a 24 años). Entre los 19 y los 21 años la tendencia de los electores jóvenes es creciente: así tenemos que hay 421.393 jóvenes electores con 19 años (14,4%); 456.017 tienen 20 años (15,5%); y 480.657, 21 años (16,4%). Después, a los 22 años la tendencia se detiene ligeramente: hay 465.068 jóvenes con esa edad (15,8%), para luego aumentar nuevamente a los 23 años, edad que declaran 499.362 jóvenes (17%) y los de 24 años de edad que suman 491.942 (16,8%).

**GRÁFICO 2**  
**Electores jóvenes según edad**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Cabe resaltar que en la población electoral total la tendencia es al crecimiento, a medida en que aumenta la edad del elector, particularmente hasta los 49 años. A partir de esta edad, la tendencia es a la baja en el resto de los grupos etarios.<sup>15</sup>

### 3.2.3 Según grado de instrucción

Los electores jóvenes entre 18 y 24 años de edad cuentan en su mayoría con grado de instrucción secundaria, exactamente 2.449.581 jóvenes (83,5%), lo que hace pensar que se trata de jóvenes con cierto nivel de educación. Ello se refuerza por el hecho de que sólo 349.031 jóvenes electores (11,8%) declara tener exclusivamente nivel primaria y 20.159 (0,7%) son iletrados.

Los jóvenes de este grupo de edad están empezando sus estudios universitarios o técnicos o, en algunos casos, no los tienen. Puede verse que sólo el 3,1% y el 0,8% de ellos declara tener grado de instrucción superior o técnico, respectivamente. Esto resalta si recordamos que el grueso de la población electoral joven, según este padrón, tiene entre 19 y 24 años, edad en la que la mayoría de los jóvenes ya culminaron sus estudios secundarios.

Del total del grupo de electores jóvenes con grado de instrucción secundaria, vemos que 1.801.412 electores (73,5%) ya cuenta con estudios secundarios completos. Con menores niveles de estudio tenemos que 178.467 personas tienen hasta cuarto año de secundaria (7,3%); 151.890 jóvenes (6,2%) cursaron hasta tercero de secundaria; 150.665 (6,2%) hasta quinto de media; 97.620 (4%) hasta segundo año de secundaria y 69.146 (2,8%) hasta primer año.

**CUADRO 2**  
**Electores jóvenes según grado de instrucción**

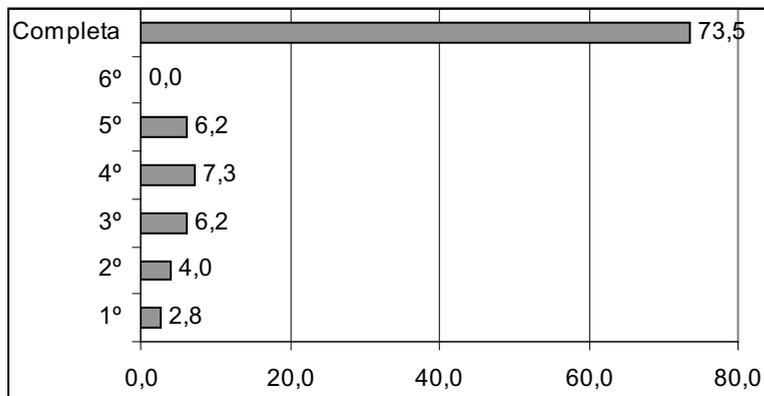
Grado de instrucción	Cantidad	Porcentaje
Total	2.935.217	100,0
Iletrado	20.159	0,7
Educación especial	1.554	0,1
Primaria	349.031	11,8
Secundaria	2.449.581	83,5
Técnica	24.623	0,8
Superior	90.269	3,1

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

<sup>15</sup> Ver RENIEC, «Población Electoral del Perú-Elecciones Generales 2006». Boletín Estadístico, p. 6.

**GRÁFICO 3**  
**Electores jóvenes con grado de secundaria**  
**según año de estudios**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 3.3 Distribución de los electores jóvenes según lugar de residencia

En esta parte se describe la población electoral joven según el ámbito de su residencia, tanto nacional como extranjera, para luego centrarnos en los jóvenes que residen en Lima Metropolitana, según distrito, por ser éste el ámbito de estudio de la técnica cualitativa. Como se verá en este punto, la distribución poblacional de los jóvenes, por lugar de residencia, es similar a la de la población electoral total.

La población electoral entre 18 y 24 años de edad que reside en el territorio nacional es de 2.896.439 personas (98,7%) y la que vive en el exterior es de 38.778 personas (1,3%), similar a la distribución de la población electoral total.

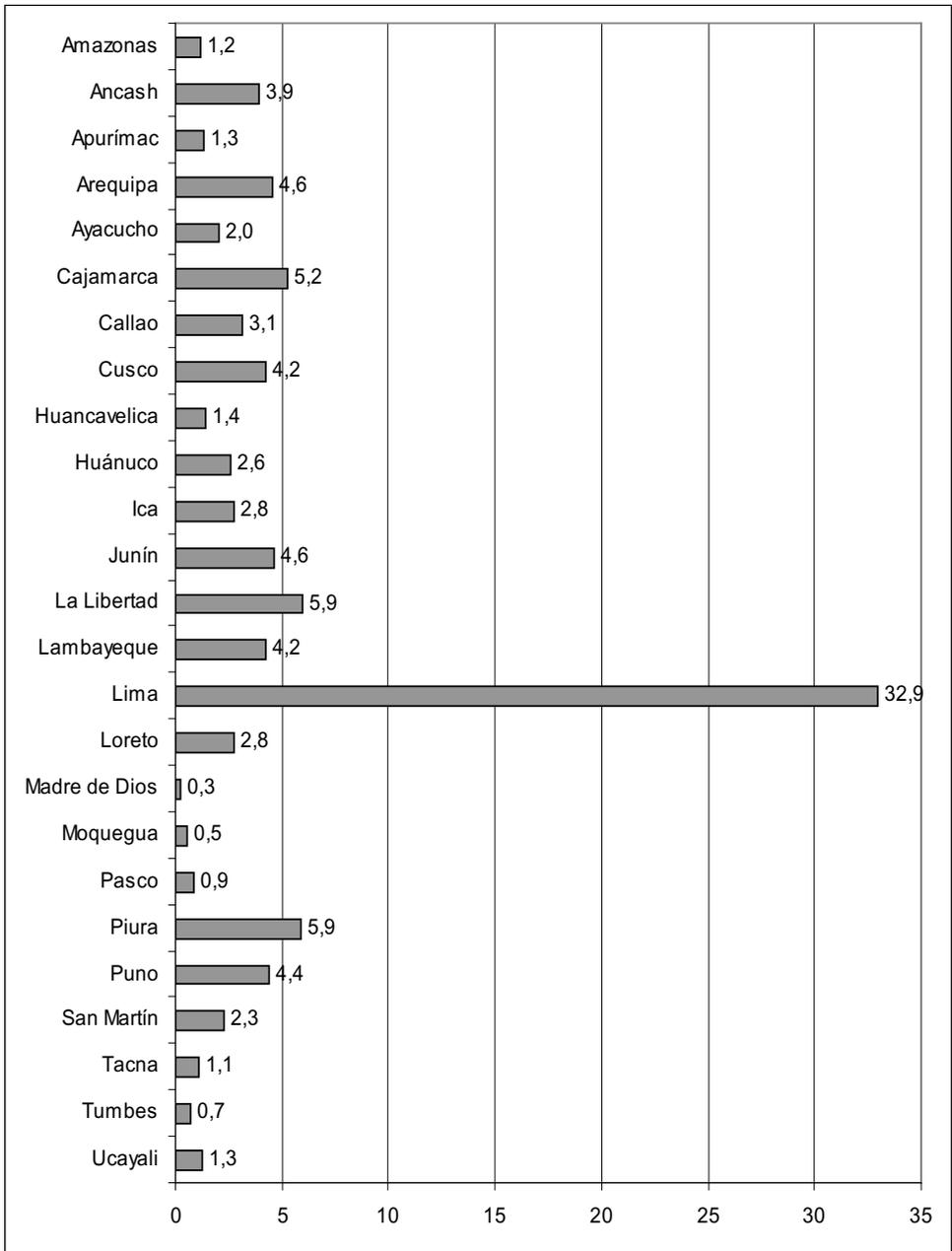
**CUADRO 3**  
**Electores jóvenes según lugar de residencia**

Lugar de residencia	Cantidad	%
Total	2.935.217	100,0
Nacional	2.896.439	98,7
Extranjero	38.778	1,3

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**GRÁFICO 4**  
**Población electoral joven según departamento**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.  
Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 3.3.1 Según departamentos del país

En el Perú, la población electoral joven se concentra en Lima, con 953.841 personas (32,9%). Otros departamentos con alto número de jóvenes son La Libertad con 172.031 electores (5,9%); Piura con 169.644 (5,9%); Cajamarca con 151.482 (5,2%); Junín con 134.140 (4,6%); Arequipa con 132.147 (4,6%); Puno con 127.617 (4,4%) y Cusco con 122.285 (4,2%).

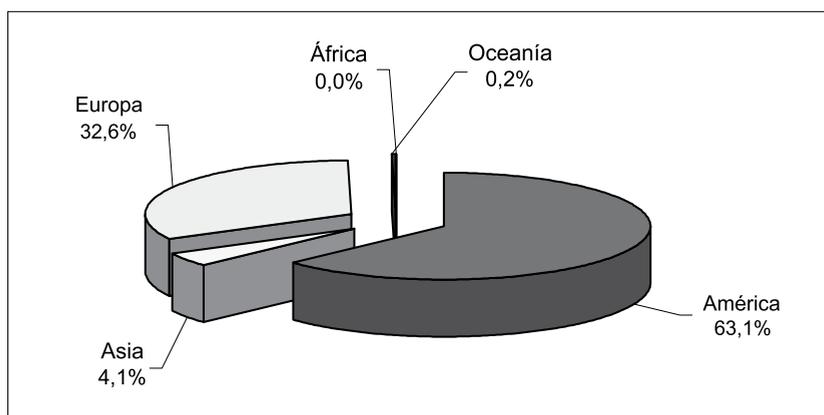
Cabe resaltar que la distribución de la población electoral joven en el país, sigue la tendencia de los departamentos con mayor población electoral total, siendo los mismos departamentos en ambos casos.

### 3.3.2 Según continentes en el extranjero

En cuanto a la población electoral joven que reside en el exterior, es el continente americano el que concentra la mayor parte de ese grupo; en América habitan 24.465 electores entre 18 y 24 años (63,1%); le sigue Europa, en donde residen 12.631 personas (32,6%). Los otros tres continentes tienen poblaciones menos numerosas; en Asia se registran 1.598 electores jóvenes (4,1%), en Oceanía 77 jóvenes (0,2%) y en África sólo 7 (0,0%).

Es del caso mencionar que el registro electoral de la población peruana en el exterior —a cargo del RENIEC— es todavía de proporciones muy bajas, llegando

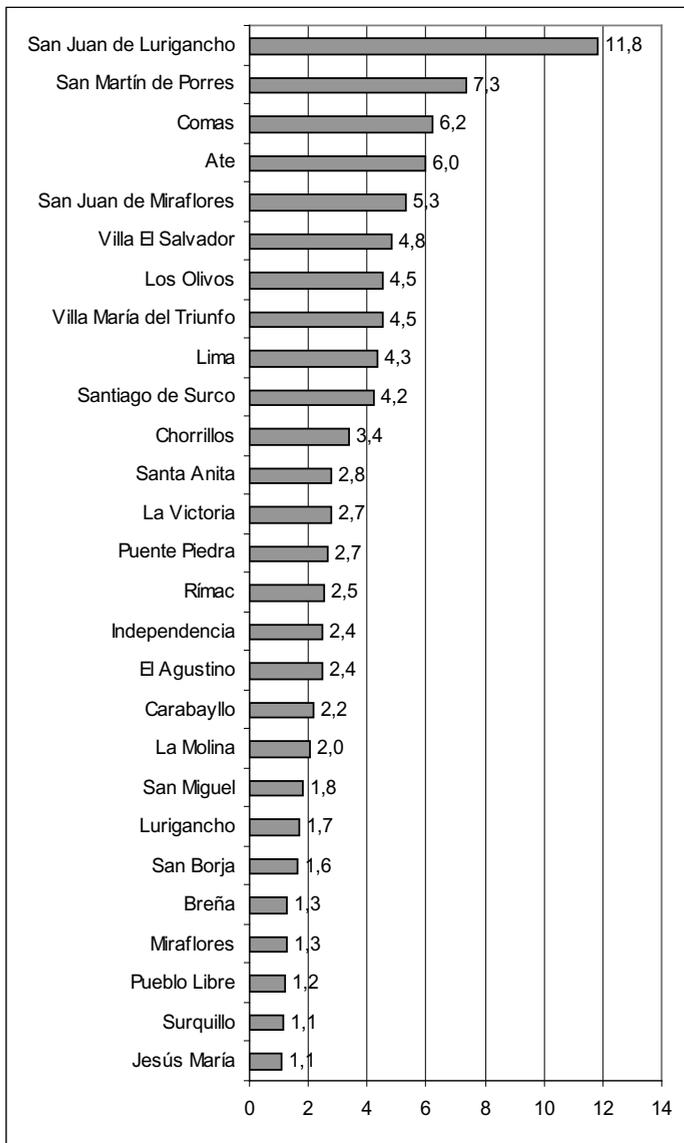
**GRÁFICO 5**  
**Electores jóvenes en el extranjero según continente**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**GRÁFICO 6**  
**Distritos de Lima con mayor población electoral joven**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.  
 Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

a representar menos del 3% de la población electoral total.<sup>16</sup> Ello en parte porque depende de la actualización del padrón electoral en el exterior, realizada en coordinación con los Consulados respectivos.

### 3.3.3 Según distritos de Lima Metropolitana

Los electores jóvenes que residen en Lima Metropolitana<sup>17</sup> suman un total de 863.357 personas, lo que representa el 29,4% de toda la población de 18 a 24 años registrada para las elecciones generales de 2006. Es decir, que casi un tercio de los jóvenes de ese grupo de edad reside en algunos de los distritos de la provincia de Lima.

De este total de jóvenes electores residentes en Lima, más de la décima parte vive en el distrito de San Juan de Lurigancho, en donde están registrados 101.995 jóvenes (11,8%); aparte de éste, los distritos con mayor población electoral joven de Lima son San Martín de Porres con 63.358 personas (7,3%); Comas con 53.457 jóvenes (6,2%); Ate con 51.453 jóvenes (6%); San Juan de Miraflores con 45.924 jóvenes (5,3%); Villa el Salvador con 41.427 personas (4,8%); y Los Olivos con 39.234 jóvenes (4,5%), por mencionar sólo algunos. Estos distritos son también los que concentran la mayor población electoral total de Lima. Como puede verse, se trata de distritos principalmente urbanos.

<sup>16</sup> Según datos del RENIEC en el año 2001 había poco más de 255.000 peruanos registrados en el exterior (1,7% de la población electoral total), y para el año 2006 esa cifra aumentó a poco más de 457.000 (2,8%) (RENIEC 2006: 12).

<sup>17</sup> Nos referimos a la provincia de Lima (en el departamento de Lima) conformada por 43 distritos. No incluye a los distritos de la provincia constitucional del Callao.

## **A modo de conclusión**

En este capítulo hemos demostrado que el grupo de jóvenes electores de 18 a 24 años es el que más ha crecido en los últimos cinco años; así, representa casi una quinta parte de la población electoral total.

Los electores jóvenes se dividen en proporciones similares entre hombres y mujeres; cuentan principalmente con grado de instrucción secundaria; tienen en su mayoría entre 20 y 24 años de edad; están concentrados en el departamento de Lima, particularmente en Lima Metropolitana y en el distrito de San Juan de Lurigancho. Los electores jóvenes residen sobre todo en departamentos y distritos ubicados en la costa del país y en áreas urbanas; ello nos habla de un electorado esencialmente urbano, limeño e instruido.

Tener en cuenta los rasgos sociodemográficos de una población-objetivo es fundamental al momento de diseñar una estrategia de difusión o de capacitación dirigida hacia dicho grupo; esto con el fin de conocer a qué público va dirigido el mensaje y obtener una mayor efectividad en la transmisión de los contenidos.

## Capítulo IV

# El contexto de la difusión y la capacitación electoral durante el proceso

La Oficina Nacional de Procesos Electorales, de acuerdo con su objetivo general, llevó a cabo la organización y ejecución del proceso de las elecciones generales del año 2006. Así, garantizó que la elección de representantes refleje la libre expresión de la voluntad de la ciudadanía. En pos de dicho objetivo, la ONPE desarrolló actividades de difusión y capacitación electoral dirigidas a la ciudadanía en general.

En este capítulo revisaremos las actividades ejecutadas con respecto a la difusión del proceso electoral —realizadas por la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE)— y en materia de capacitación al elector —a cargo de la Gerencia de Formación y Capacitación Electoral (GFCE) — de la ONPE dirigidas al elector en general, y al joven en particular. Ello servirá como marco institucional en el cual analizar los datos obtenidos por las técnicas cuantitativas y cualitativas sobre la información electoral recibida por los jóvenes para este proceso.

Este capítulo incluye parte de la evaluación del aprendizaje logrado por un grupo de electores jóvenes, en los talleres de capacitación electoral a escala nacional; dicha evaluación contiene aspectos como su desempeño en los procedimientos de votación y la recordación de materiales educativos, entre otros. La fuente de ello es una encuesta nacional a electores capacitados en los talleres descentralizados, aplicada como parte de las estrategias de evaluación educativa de la GFCE de la ONPE.<sup>18</sup>

### 4.1 La difusión del proceso electoral

La propuesta integral de difusión del proceso estuvo a cargo de la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE) de la ONPE mientras que la difusión en

<sup>18</sup> Gerencia de Formación y Capacitación Electoral-Equipo de Seguimiento y Evaluación. «Evaluación de aprendizajes de electores. Elecciones Generales 2006», documento interno, ONPE.

los ámbitos descentralizados fue responsabilidad de los coordinadores de prensa de cada una de las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales (ODPE). La meta de esta tarea fue lograr que la campaña publicitaria tenga una cobertura del 85% de la población electoral.<sup>19</sup>

#### 4.1.1 Elecciones Generales 2006

La difusión centralizada del proceso electoral, para las elecciones generales de 2006, se realizó a través de algunas estrategias, tal como se observa en el cuadro 4.

**CUADRO 4**  
**Estrategias de difusión de las Elecciones Generales 2006**

Estrategias	Período
Campaña publicitaria a través de radio, televisión y prensa escrita, de alcance nacional y local.	Del 12 de marzo al 8 de abril
Talleres de educación electoral en Lima Metropolitana. <sup>20</sup>	Entre el 1 y el 16 de marzo
Actualización de la página Web con información sobre el proceso electoral.	De diciembre de 2005 a abril de 2006
Transmisión de microprogramas en circuito cerrado de TV y en canal 7 a escala nacional.	De febrero a abril de 2006
Otras. <sup>21</sup>	De febrero a abril de 2006

Fuente: ONPE-GIEE.

Según la GIEE, los motivos para los mensajes de la campaña publicitaria de las Elecciones Generales 2006 fueron cinco: a) Institucional: tema general; b) Parla-

<sup>19</sup> Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Electoral-Subgerencia de Planeamiento Electoral. «Plan General de Elecciones Generales 2006», documento interno, diciembre de 2005, ONPE.

<sup>20</sup> En dichos Talleres se transmitía un video de educación electoral con la participación del personaje de TV «Nicolasa». Los talleres se realizaron en Villa el Salvador, Lurin, San Martín de Porres, Ate-Vitarte, Rímac y Chosica.

<sup>21</sup> Información brindada a través de FONONPE; consultas a través de mensajes de texto de empresas Claro y Telefónica sobre miembros de mesa; conferencias de prensa; notas de prensa; publicación de resoluciones, comunicados en diarios de circulación nacional; despachos radiales a escala nacional; entrevistas a funcionarios de ONPE; etc.

mento Andino: naturaleza de las elecciones; c) Miembros de mesa: motivación; d) Cómo votar: procedimiento para la votación; e) Tipos de voto: cédulas de sufragio.

La distribución de los avisos publicitarios se hizo a través de seis (6) canales de televisión, veinte (20) radioemisoras y diecisiete (17) diarios de la siguiente manera:

**CUADRO 5**  
**Número de avisos según medio de comunicación**

Temas	En canales de TV	En radioemisoras	En diarios
Totales	1.562	5.582	104
Institucional	148	846	-
Parlamento Andino	403	1.260	-
Miembros de mesa	406	1.902	-
Cómo votar	359	1.574	-
Tipos de voto – Cédula	246	-	-

Nota: La información en radio diarios no está especificada por temas.

Fuente: ONPE-GIEE.

La difusión en cada uno de los medios de comunicación se detalla a continuación:

#### a) Difusión por radio

La mayor parte de los mensajes de la campaña fueron difundidos por la radio, a través de 20 radioemisoras de alcance nacional.<sup>22</sup> En este medio, el mensaje más frecuente fue el que se dirigió a motivar a los miembros de mesa (1.902) y sobre cómo votar (1.574). El mensaje sobre Parlamento Andino fue difundido en 1.260 oportunidades. Los 5.582 mensajes tuvieron una duración de 4.638 minutos aproximadamente. Las estaciones de radio en las que se difundieron más avisos fueron Panamericana (441), Moda (411), Radio Mar Plus (399) y Radio Programas del Perú (351).

<sup>22</sup> Radio Mar Plus, La Mega, Corazón, Studio 92, Ké Buena, Oxígeno, RPP, La Inolvidable, Ica AM/FM, Ritmo Romántica, Moda, Panamericana, 1160, Okey, Radio A, Radio Z, Radio R700, CPN Radio, Telestereo, Radio Unión (Fuente: ONPE-GIEE).

## b) Difusión por televisión

A través de seis canales de televisión —cinco de señal abierta y uno de cable— se difundieron mensajes de los cinco temas motivadores, siendo más frecuente el del Parlamento Andino y el de los miembros de mesa. Los mensajes sobre el tipo de voto-cédulas tuvieron un menor tiempo de difusión, ya que fueron incorporados en la mitad de la campaña publicitaria.

Los 1.562 mensajes difundidos por televisión tuvieron una duración de 1.346 minutos aproximadamente. Los mensajes se propagaron, en señal abierta, a través de Frecuencia Latina (420), Andina de Radiodifusión (343) y Panamericana Televisión (287).

## c) Difusión por diarios

A través de 17 diarios de circulación nacional fueron publicados 104 avisos conteniendo los cinco temas de motivación de la campaña. Los diarios en los que se difundieron más mensajes fueron Trome, El Popular y Ajá con 10 avisos cada uno, seguidos de Correo (Lima), Ojo y El Bocón, con ocho avisos cada uno.

### 4.1.2 Segunda Elección Presidencial

La GIEE desarrolló para este proceso una campaña educativa de 21 días. Ésta incluyó algunos medios de comunicación que tienen llegada a provincias, para reforzar el alcance de la campaña.<sup>23</sup>

Para la Segunda Elección Presidencial, la campaña reforzó la transmisión de dos mensajes publicitarios: uno dirigido a los miembros de mesa para que vuelvan a cumplir con su labor el día de la jornada, y otro sobre el procedimiento de votación.

La campaña de difusión electoral durante el proceso no estuvo dirigida hacia grupos específicos del electorado sino a todos en general; ofreció avisos referidos principalmente a los procedimientos de votación, al nuevo proceso electoral (elección de representantes en el Parlamento Andino) y de motivación a los miembros de mesa.

<sup>23</sup> Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE). «Informe mensual de cumplimiento de metas físicas del plan general para la segunda elección presidencial», documento interno, mayo de 2006.

**CUADRO 6**  
**Estrategias de difusión del proceso electoral 2006**  
**(Segunda Elección Presidencial)**

Estrategias	Período
Campaña de educación electoral a través de radio, televisión y prensa escrita, de alcance nacional y local.	Del 14 de mayo al 3 de junio
Desarrollo de actividades de FONONPE.	Todo el mes de mayo
Actualización de la página Web con información sobre el proceso electoral.	Todo el mes de mayo
Atención a autoridades, funcionarios, periodistas y actores electorales.	Todo el mes de mayo
Desarrollo de actividades de prensa (notas de prensa, entrevistas, despachos radiales, enlaces microondas y conferencias de prensa).	Todo el mes de mayo

Fuente: ONPE-GIEE. «Informe mensual de cumplimiento de metas físicas», mayo de 2006.

## 4.2. La capacitación electoral

Entre las tareas de la Gerencia de Formación y Capacitación Electoral (GFCE) de la ONPE está el diseño, elaboración de contenidos y metodología de todo el material de capacitación y educación dirigido al personal de las ODPE y a los actores electorales que participan del proceso, entre los cuales se encuentra el elector. La GFCE organiza y coordina diversos talleres de capacitación al personal de las oficinas descentralizadas de la ONPE, a través de especialistas en capacitación llamados formadores.

En cuanto a la capacitación para la población electoral joven, para el proceso de las elecciones generales de 2006 se imprimió por primera vez un afiche educativo dirigido a este grupo. El afiche «Listos para votar» fue diseñado con el objetivo de animar a los jóvenes a votar. Se imprimieron un total de diez millares de afiches para todo el proceso.<sup>24</sup> A escala descentralizada, la GFCE recomendó a las ODPE «desarrollar acciones de capacitación dirigidas a jóvenes, llegando a espacios donde

<sup>24</sup> Los afiches se terminaron de producir en marzo, a un mes de las elecciones; ello debido al retraso que ocasionó el cambio en el diseño de la cédula de votación —en febrero— que supuso una revisión y ajuste de todos los contenidos y diseños de los materiales de capacitación. Gerencia de Formación y Capacitación Electoral. «Informe de evaluación cualitativa». Documento interno, julio de 2006.

se concentran, como institutos, universidades, academias, etc.»<sup>25</sup>, con el objetivo de promover su participación en el proceso electoral y en el voluntariado.

#### 4.2.1 Elecciones Generales 2006

Entre el 8 de febrero y el 16 de marzo de 2006 se realizaron algunas actividades de capacitación que se detallan en el siguiente cuadro:

**CUADRO 7**  
**Actividades de capacitación**  
**(Elecciones Generales 2006)**

Tarea	Período
Difusión del proceso electoral: definición de contenidos, elaboración de guiones y producción de microprogramas radiales para miembros de mesa, personeros y electores en castellano y versiones de aimara y quechua.	Desde el 8 de febrero al 6 de marzo
Diseño, elaboración de contenidos, tratamiento pedagógico e impresión y distribución de material y módulos de capacitación para el personal de las ODPE.	Desde el 8 de febrero al 27 de marzo
Capacitación centralizada al personal de las ODPE. <sup>26</sup>	Del 2 al 28 de enero
Capacitación descentralizada al personal de las ODPE. <sup>27</sup>	Del 12 a 15 de febrero; del 10 a 12 de marzo; y del 14 al 16 de marzo.

Fuente: ONPE-GFCE, Informe de evaluación cualitativa.

Las tareas de educación al elector —como a los miembros de mesa, personeros, entre otros actores— se realizaron a través del personal de las ODPE, particularmente de los equipos distritales<sup>28</sup> de cada una de las 38 oficinas descentralizadas instaladas para este proceso.

<sup>25</sup> Gerencia de Formación y Capacitación Electoral. «Material de Capacitación para las ODPE». Documento. Lima: ONPE, mayo de 2006, p. 15.

<sup>26</sup> Jefes, asistentes administrativos, encargados de cómputo y coordinadores de subsede con centros de cómputo.

<sup>27</sup> A capacitadores, coordinadores de prensa; coordinadores distritales, logísticos, entre otros.

<sup>28</sup> Los equipos distritales estuvieron conformados por el coordinador distrital, el capacitador electoral y los coordinadores de local y de mesa.

Para la capacitación se utilizaron los diversos medios de comunicación de la jurisdicción de las ODPE, dando prioridad a los mensajes en lengua materna en las localidades que así lo requerían. Se desarrollaron actividades de difusión masiva, coordinadas con las autoridades de los distritos para lograr una mayor participación de la población.<sup>29</sup>

#### 4.2.2 Segunda Elección Presidencial

Para este proceso, algunas de las tareas desarrolladas son las apuntadas en el siguiente cuadro:

**CUADRO 8**  
**Actividades de capacitación**  
**(Segunda Elección Presidencial)**

Tarea	Período
Diseño, impresión, elaboración de contenidos y distribución de material para capacitación (para personal de ODPE, actores electorales y capacitadores).	Del 10 de abril al 5 de mayo
Capacitación descentralizada al personal de las ODPE. <sup>30</sup>	Del 12 al 13 y del 19 al 20 de mayo

Fuente: GFCE- Informe Segunda Elección Presidencial 2006. Documento.

La información mostrada hasta aquí nos permite ubicar las actividades de capacitación al elector, incluyendo al joven, en el marco de las actividades descentralizadas de las ODPE. También nos da la posibilidad de entender lo que implica la tarea de capacitación electoral para la ONPE, y diferenciarla de la tarea de difusión. La primera —la capacitación— se refiere al desarrollo de habilidades para una tarea específica, en este caso, ejercer el derecho de sufragio. La segunda —la difusión— garantiza que la información electoral llegue al espacio público con la mayor cobertura posible.

En el siguiente ítem se presenta una parte de la evaluación del aprendizaje obtenido en electores jóvenes a través de los talleres de capacitación de la ONPE.

<sup>29</sup> Informe de Cumplimiento de Metas Físicas del Plan General de Elecciones Generales 2006. ODPE.

<sup>30</sup> Talleres a jefes de ODPE; asistentes administrativos; coordinadores distritales, logísticos de subsección y de prensa; capacitadores, encargados y asistentes de cómputo; a coordinadores de local y de mesa.

### 4.3 Evaluación del aprendizaje en electores jóvenes

En esta sección se resume parte del resultado de las acciones de seguimiento y evaluación de la Gerencia de Formación y Capacitación Electoral, realizadas en el marco de la evaluación del proceso electoral. La información utilizada es producto de una encuesta aplicada por el equipo de seguimiento y evaluación de la GFCE. Esta encuesta fue aplicada antes y después de los talleres de capacitación al elector, a él mismo, con el objetivo de evaluar lo aprendido en los talleres:

**CUADRO 9**  
**Ficha Técnica de Evaluación de aprendizajes de electores**

Muestra:	364 encuestados (as)
Selección:	Estratificada y aleatoria
Nivel de confianza:	95%
Error máximo:	+/- 6%
Cobertura:	34 ODPE, 98 provincias, 217 distritos
Fecha de trabajo:	Del 18 de febrero al 8 de abril

Fuente: ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

La muestra de electores obtenida fue agrupada en tres rangos etarios, siendo el grupo de 18 y 24 años de edad el analizado en esta parte para fines de la investigación:

**CUADRO 10**  
**Muestra de Evaluación de aprendizajes de electores**

Interválo	Frecuencia
De 18 a 24 años	59
De 25 a 29 años	71
De 30 a más años	224
No hay respuesta	10
Total	364

Fuente: ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

El análisis de la evaluación del aprendizaje de electores fue dividido según los temas motivo de la evaluación misma, a saber:

- a) Motivo de participación en la elección manifestado por electores jóvenes.
- b) Desempeño del elector capacitado.
- c) Recordación de los pasos de la votación.
- d) Recordación de los materiales de capacitación.

#### 4.3.1 Motivo de participación en la elección manifestado por electores jóvenes

Uno de los objetivos de la capacitación fue que los electores aprendan que los comicios son un derecho que los forma como ciudadanos.

Antes de la capacitación, los jóvenes electores manifestaron mayoritariamente que el motivo de su participación en las elecciones era «una obligación» (44,1%) y un «derecho pero condicionado» (39%), siendo una minoría los que contestaron que el motivo «era un derecho ciudadano» (16,9%).

Después de recibir la capacitación, la motivación para asistir a las elecciones cambió radicalmente. La mayoría ya no manifestaba que la obligación era una motivación (20,7%) sino más bien porque era «un derecho ciudadano» (43,1%).

**CUADRO 11**  
**Motivo de participación en la elección**  
**(jóvenes de 18 a 24 años)**

	Antes de la capacitación	Después de la capacitación
Total	100,0%	100,0%
Es una obligación	44,1%	20,7%
Un derecho pero...	39,0%	36,2%
Un derecho ciudadano	16,9%	43,1%

Fuente: Evaluación de aprendizajes de electores. ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

Como puede verse, reconocer la elección como un derecho antes que una obligación y reconocerse a sí mismos como ciudadanos con derechos, son motivaciones que pueden ser transmitidas en las tareas de capacitación electoral. La capacitación

puede impactar en el concepto que sobre las elecciones y sobre sí mismos tienen los electores, contribuyendo a un reforzamiento de su condición de ciudadanos.

#### 4.3.2 Desempeño del elector capacitado

El desempeño del elector fue monitoreado desde dos aspectos: marcar bien el voto válido por agrupación y el voto preferencial; ambos se dirigían a uno de los objetivos de la capacitación, como fue reconocer las marcas de un voto válido.

En cuanto al ejercicio del voto válido por agrupación, vemos que sólo el 20,4% de los jóvenes de 18 a 24 años hizo el ejercicio adecuadamente; la mayoría de ellos se equivocó (34,7%) o tuvo dudas (20,4%). La complejidad del proceso electoral —incluyendo la novedad del proceso para el Parlamento Andino— hizo más difícil que los jóvenes marcaran su voto de manera válida.

Cabe resaltar que, comparados con otros grupos de edad, los jóvenes hicieron el ejercicio mejor que los demás; los que marcaron adecuadamente sumaron apenas el 8,6% de los electores de 25 a 29 años; y el 10,9% de los de 30 a más. En todos los grupos etarios, el porcentaje de los que marcaron erróneamente es alto.

**CUADRO 12**  
**Ejercicio de voto válido por agrupación y grupos de edad**

	de 18 a 24	de 25 a 29	de 30 a más
Total	100,0%	100,0%	100,0%
No se pudo observar	24,5%	39,7%	43,0%
Erróneamente	34,7%	37,9%	26,4%
Bien, pero con duda	20,4%	13,8%	19,7%
Adecuadamente	20,4%	8,6%	10,9%

Fuente: Evaluación de aprendizajes de electores. ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

Con relación al ejercicio del voto válido preferencial, la evaluación destaca que los jóvenes de 18 a 24 años realizan este ejercicio mejor que ningún otro grupo de edad; los que marcaron adecuadamente el voto preferencial fueron el 31,8% mientras que en otros grupos de edad, la proporción es de 13,8% (de 25 a 29 años) y de 16% (de 30 a más).

Por otro lado, los que marcaron erróneamente el voto preferencial fueron apenas el 15,9% de los más jóvenes; en cambio, en el grupo de 25 a 29 años, se equivocaron el 34,5%; y en el de 30 a más, lo hizo el 31,4%, casi un tercio de ellos.

**CUADRO 13**  
**Ejercicio de voto válido preferencial por grupos de edad**

	de 18 a 24	de 25 a 29	de 30 a más
Total	100,0%	100,0%	100,0%
No se pudo observar	18,2%	20,7%	17,6%
Erróneamente	15,9%	34,5%	31,4%
Bien, pero con duda	34,1%	31,0%	35,1%
Adecuadamente	31,8%	13,8%	15,9%

Fuente: Evaluación de aprendizajes de electores. ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

#### 4.3.3 Recordación de los pasos de la votación

El principal objetivo de la capacitación electoral fue orientar a los ciudadanos en los procedimientos para un adecuado sufragio.

Después de haber recibido el taller de capacitación electoral, los electores jóvenes recordaron mejor cada uno de los pasos de votación y el orden en que ocurren. Así lo demuestran los datos del cuadro siguiente donde se ve el impacto que tuvo la capacitación en algunos electores en cuanto a reconocer cada uno de los siete pasos de la votación y seguirlos en forma ordenada.

El impacto de la capacitación fue mayor para recordar el séptimo paso de votación (verificar el holograma en el DNI) y el tercero (ingresar a votar en la cámara secreta). Y mucho menor en los pasos cuarto y quinto.

**CUADRO 14**  
**Recordación de los pasos de la votación**  
**(electores entre 18 y 24 años)**

Pasos de la votación		Antes de la capacitación (%)	Después de la capacitación (%)	Variación (%)
Primer paso:	Presentarse con su DNI ante la mesa	65,9	98,1	32,2
Segundo paso:	Recibir la cédula	65,9	94,4	28,5
Tercer paso:	Ingresar a votar a la cámara secreta	53,2	86,8	33,6
Cuarto paso:	Depositar la cédula en el ánfora	61,0	81,1	20,1
Quinto paso:	Firmar y colocar la huella digital	60,0	80,8	20,8
Sexto paso:	Introducir el dedo medio en la tinta	61,5	88,6	27,1
Séptimo paso:	Verificar el holograma en el DNI	57,1	97,4	40,3

Fuente: Evaluación de aprendizajes de electores. ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

#### 4.3.4 Recordación de los materiales de capacitación

Los materiales de capacitación constituyen una herramienta útil para el aprendizaje electoral, ello dentro del objetivo de que los electores se orienten en el procedimiento de votación.

Hubo tres materiales de capacitación que fueron particularmente recordados por más de la mitad de los electores jóvenes, después de haber recibido los talleres de educación electoral. Estos fueron el afiche «Los pasos de la votación»,<sup>31</sup> recordado por el 59% de jóvenes; el afiche «Cómo votar»,<sup>32</sup> recordado por el 55,9%; y la «Cartilla del elector»,<sup>33</sup> recordada por el 52,5%.

Materiales como el microprograma radial,<sup>34</sup> el afiche de motivación y el juego electoral, no fueron recordados por la mayoría de los jóvenes electores: 89,8%, 83,1% y 81,4%, respectivamente.

<sup>31</sup> El afiche «Los pasos de la votación» ilustra el procedimiento del acto de sufragar; para ello numera cada uno de los siete pasos que debe seguir el elector en el momento de la votación. Además de indicar la fecha del proceso, destaca la obligatoriedad del ejercicio del sufragio y la multa correspondiente.

<sup>32</sup> El afiche «Cómo votar» ilustra la cédula de votación distinguiéndola por cada proceso; instruye sobre la forma de hacer algunas marcas de voto válido y recuerda el uso del voto preferencial.

<sup>33</sup> La «Cartilla del elector» es un díptico que con ilustraciones y frases cortas instruye sobre cómo orientarse para ir a votar (ubicar su mesa y grupo de votación) y ejercer el voto, así como las sanciones que implica no hacerlo.

<sup>34</sup> Microprograma radial (en lenguas maternas y en castellano) dirigido a electores, en el que se instruye sobre la materia de las tres elecciones; sobre el derecho al voto y acerca del procedimiento de la votación, paso a paso.

**CUADRO 15**  
**Recordación de los materiales de capacitación**  
**(electores entre 18 y 24 años)**

Materiales	No recordaron (%)	Sí recordaron (%)
Afiche «Los pasos de la votación»	40,7	59,3
Afiche «¿Cómo votar?»	44,1	55,9
«Cartilla del elector»	47,5	52,5
Rotafolio	59,3	40,7
Láminas	78,0	22,0
Juego electoral	81,4	18,6
Afiche de motivación	83,1	16,9
Microprogramas radiales	89,8	10,2

Fuente: Evaluación de aprendizajes de electores. ONPE-GFCE, Equipo de Seguimiento y Evaluación.

### **A modo de conclusión**

La evaluación del aprendizaje logrado en los jóvenes de entre 18 y 24 años muestra la receptividad de este grupo a estrategias educativas orientadas a motivar su participación ciudadana en el proceso electoral de 2006. Las tareas de capacitación pueden impactar positivamente en la formación y reforzamiento de la identidad ciudadana de los jóvenes, enfatizando en un concepto de elección como derecho antes que como obligación. La motivación al ejercicio del sufragio es aún más relevante en un probable contexto en el que se debata el voto facultativo o, como ha sido el caso, de disminución de las multas por omisos al voto, lo cual podría desmotivar el ejercicio del sufragio en futuras elecciones.

La desmotivación para ir a votar es no sólo uno de los temas más frecuentes entre los jóvenes sino también una de sus principales demandas educativas, tal como se verá en capítulos siguientes cuando se analicen las entrevistas grupales. Ésta es también una de las conclusiones que formula la GFCE cuando sostiene que en la evaluación de la capacitación electoral «[...] se evidenció una alta demanda para incluir otros temas en la capacitación tales como democracia, derechos y deberes de los ciudadanos, funciones de quienes vamos a elegir, entre otros».<sup>35</sup>

<sup>35</sup> ONPE-Gerencia de Formación y Capacitación Electoral, «Informe de evaluación de actividades de capacitación. Segunda Elección Presidencial». Documento interno, p. 15.

Cabe mencionar que la ONPE tiene entre sus funciones las tareas de educación electoral, capacitación, comunicación, difusión y motivación orientadas al elector, a los actores electorales, a la ciudadanía y al público en general, durante todos los procesos electorales.<sup>36</sup> En ese marco, la inclusión de temas cívicos (como democracia, derechos y deberes ciudadanos, entre otros) en los talleres de capacitación no contradice la naturaleza de la educación electoral propiamente dicha; todo lo contrario, se hace más necesaria ante la posibilidad de una menor participación electoral en un contexto en el que el voto tiene un sentido menos imperativo.

El énfasis en aspectos de motivación antes que de procedimientos electorales en la capacitación electoral hacia los jóvenes, se sustenta también en el alto desempeño alcanzado por este grupo en el ejercicio del voto válido —tanto por agrupación como preferencial— superando a otros grupos de edad, así como en lo referente a los materiales educativos. Una de las características de los jóvenes es su flexibilidad a situaciones y conocimientos novedosos, así como su facilidad de aprendizaje.

En los siguientes capítulos se analizan los datos obtenidos a través de la aplicación de las técnicas cuantitativa y cualitativa diseñadas para este trabajo. Así, se confirma lo encontrado en términos generales hasta ahora, en cuanto a las necesidades de información de los jóvenes, así como sus actitudes hacia el voto y las elecciones.

<sup>36</sup> Ley Orgánica de la ONPE N.º 26487, artículo 5.º y artículos 44.º y 51.º del Reglamento Interno de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE.

## Capítulo V

### Información electoral, medios de comunicación y actitudes hacia el voto y las elecciones en los jóvenes: Análisis de una encuesta nacional urbana a electores de 18 a 24 años

Con el fin de describir el comportamiento electoral de los jóvenes votantes de 18 a 24 años de edad, se indagó por dos de sus aspectos más importantes: las necesidades de información que tienen y algunas valoraciones que, sobre las elecciones y el voto, construyen en un período electoral como el de los comicios generales de 2006. Es por ello que, en el marco de la presente investigación, se diseñó y aplicó una encuesta a escala nacional<sup>37</sup> cuyos objetivos principales fueron:

- Investigar el grado de información de los jóvenes electores.
- Conocer los medios de comunicación más comunes entre ellos.
- Averiguar el interés de los jóvenes hacia las elecciones y el voto.

**CUADRO 16**  
**Ficha Técnica de la muestra\***

Universo:	Jóvenes de 18 a 24 años con DNI
Muestra:	1.035 entrevistados(as)
Selección:	Polietápica y aleatoria
Nivel de confianza:	95,5%
Error máximo:	+/- 3,1%
Cobertura:	20 departamentos, 46 provincias (incluye el Callao) y 130 distritos.
Fecha de trabajo:	Del 29 de abril al 5 de mayo de 2006

Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

\* Ver ficha completa en Anexos.

<sup>37</sup> La aplicación de la encuesta fue encargada a la empresa IMASEN para fines exclusivos de la presente investigación, quedando bajo la supervisión directa del Área de Investigación Electoral de la ONPE.

El análisis de los cuadros se divide en tres ejes temáticos:

1. La información electoral: grados y tipo.
2. Medios de comunicación y espacios contratados.
3. Las actitudes hacia el voto y hacia las elecciones.

Para el análisis de la variable zona geográfica, las circunscripciones se refieren a los siguientes departamentos:

**CUADRO 17**  
**Zonas geográficas de la muestra\***

Zona	Departamentos
<i>Gran Lima</i>	Lima/Callao
<i>Norte</i>	Lima (Norte Chico), Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Áncash y Cajamarca
<i>Centro</i>	Huarochirí, Junín, Huánuco, Pasco
<i>Sur</i>	Lima (Sur Chico), Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna, Ayacucho, Cusco, Puno
<i>Oriente</i>	Loreto, San Martín, Ucayali

Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

\* Ver ficha completa en Anexos.

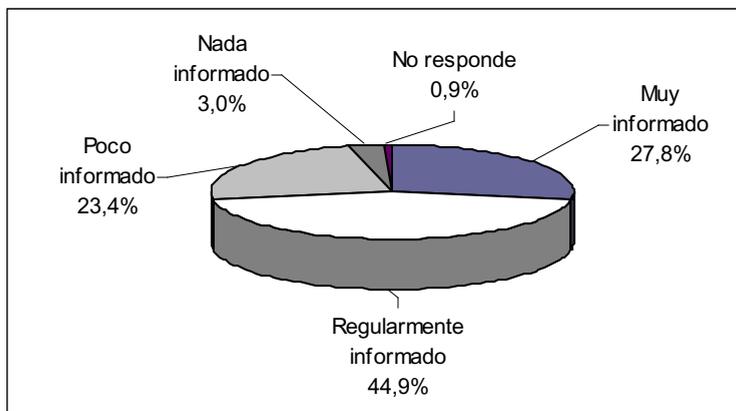
## 5.1. La información electoral en los jóvenes

En esta parte se usaron dos indicadores: el grado de información con que contaban los jóvenes votantes, que registra la dimensión cuantitativa; y, por otro lado, el tipo de información recibida, que mide la dimensión cualitativa de esta variable. El objetivo fue conocer la calidad y la cantidad de la educación que recibió el elector joven, en materia electoral, así como también a través de qué medios. Los datos fueron analizados según algunas variables como sexo, zona de residencia y estrato socioeconómico del votante.

### 5.1.1 Grado de información

Uno de los objetivos fue medir el grado de conocimiento que tenían los jóvenes electores —en la coyuntura de las elecciones— sobre la forma de votar, independientemente de la fuente de su procedencia (ONPE u otro organismo). En general, se encontró que la mayoría de los jóvenes conocía cómo sufragar; sin embargo, de todos ellos la mayor parte (44,9%) sentía que estaba «regularmente informado».

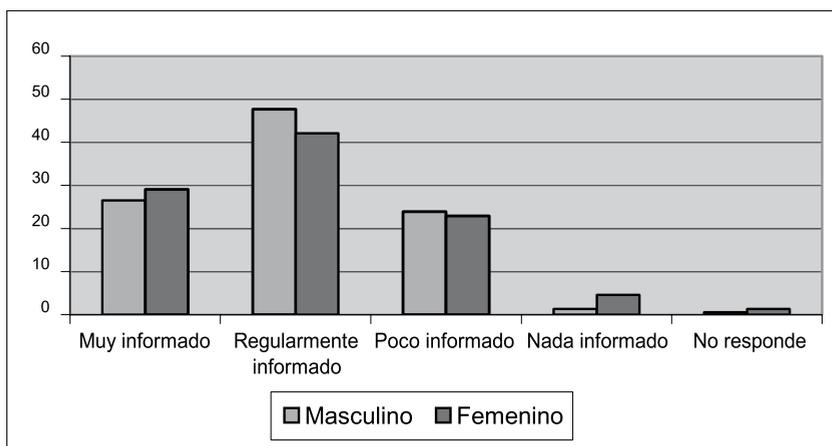
**GRÁFICO 7**  
**Grado de información**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Si estos datos son analizados según el comportamiento de algunas variables, veremos que, respecto a la variable sexo, las percepciones sobre el grado de conocimiento con que cuentan los y las jóvenes es el mismo; excepto que un mayor número de mujeres (4,6%) que de hombres (1,3%) dijo no sentirse nada informado sobre la forma de votar en la primera vuelta.

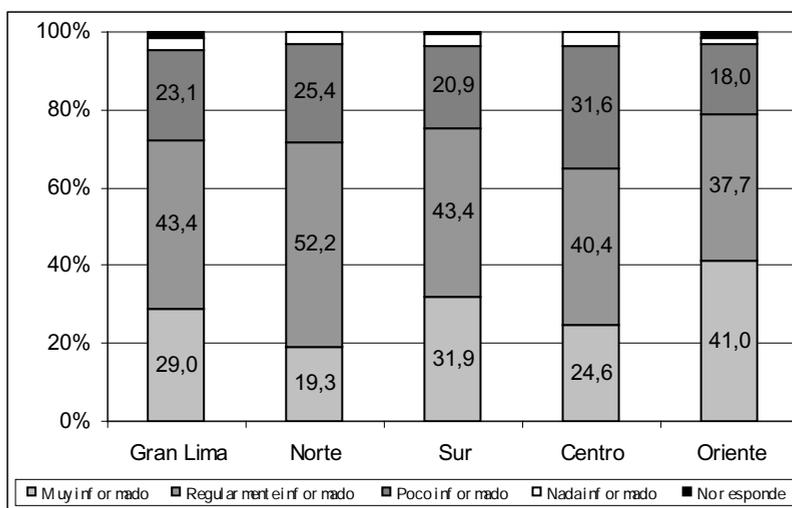
**GRÁFICO 8**  
**Grado de información por género**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Respecto a la variable geográfica y su zona de residencia, la diferencia la hace la zona oriente del país. Allí la mayor parte de los jóvenes (41%) manifestó estar «muy bien» informada, mientras que en el resto del país los porcentajes fueron menores a 31.9%. Sin embargo, lo interesante es que las tendencias hacia un mayor o menor conocimiento varían de acuerdo con la zona de residencia. Así, mientras que en Lima, oriente y sur del país los niveles de “muy informado” y “regularmente informado” son altos. En el norte y en el centro del país, es más alta la proporción de jóvenes «poco informado».

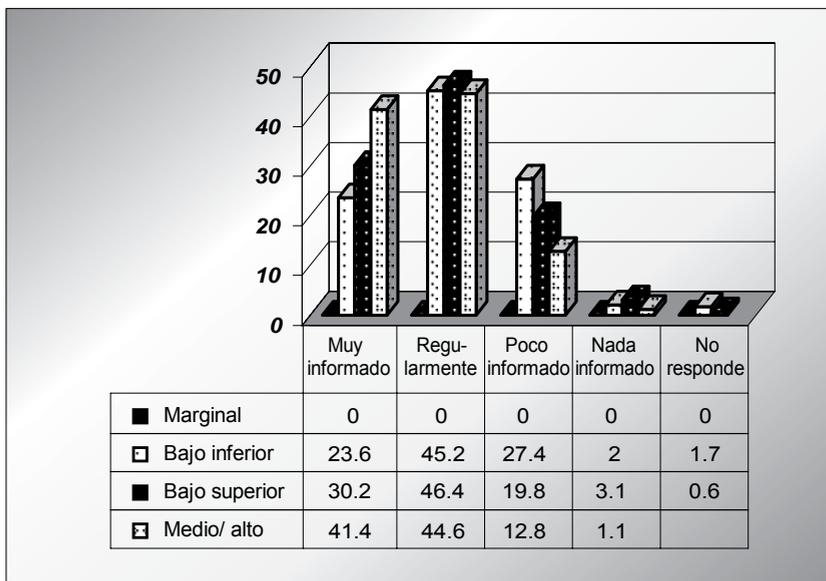
**GRÁFICO 9**  
**Grado de información por zona geográfica**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Finalmente, la percepción de los jóvenes respecto a su conocimiento electoral es variable según el estrato socioeconómico donde se ubiquen. Es así como, a medida que el sector socioeconómico mejora, el grado de información que tienen los jóvenes también se eleva. Los cuadros muestran que si bien la mayor parte de los jóvenes se sentía «regularmente» informada (alrededor del 45% en todos los estratos socioeconómicos), casi un tercio en los sectores marginal y bajo-inferior manifestó estar «poco informado»; mientras que en los sectores bajo-superior y medio-alto, más de un tercio de los jóvenes (30% y 41%, respectivamente) se sentía muy informado.

**GRÁFICO 10**  
**Grado de información por estrato socioeconómico**

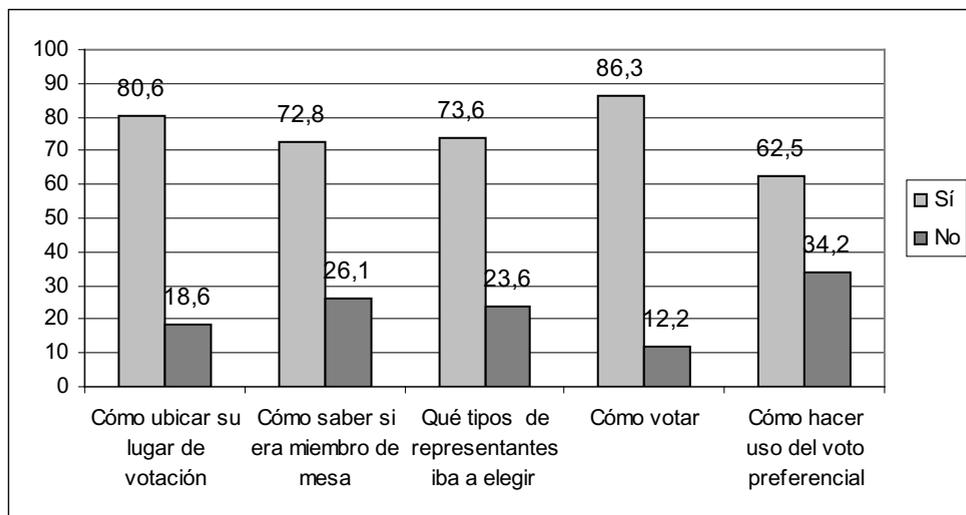


Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 5.1.2 Tipo de información recibida

Nos interesaba saber no sólo el grado de conocimiento que tenían los jóvenes, sino también qué tipo de información habían recibido durante el proceso electoral. Según los datos de la encuesta, los jóvenes sabían sobre todo «cómo votar» y «cómo ubicar su lugar de votación»: 8 de cada 10 jóvenes contaba con información sobre esos temas. Por el contrario, recibieron menos información acerca de «cómo hacer uso del voto preferencial», tema sobre el cual fueron informados 6 de cada 10 jóvenes. Otros dos temas de capacitación —«cómo saber si era miembro de mesa» y «qué tipo de representantes iba a elegir»— fueron recibidos por 7 de cada 10 jóvenes. En general, se percibe no sólo un buen grado de conocimiento sino además muy variado.

**GRÁFICO 11**  
**Tipo de información recibida**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Analizando la forma en que fue recibido cada uno de los temas, según el comportamiento de las variables sexo, zona y estrato socioeconómico, observamos algunas tendencias más o menos marcadas:

*a) Variable sexo*

La variable sexo es importante para distinguir grados de conocimiento electoral en los jóvenes. Los varones manifestaron estar más informados que las mujeres en casi todos los temas por los que se preguntó, aunque con muy poca diferencia: 4% en el caso de «cómo saber si es miembro de mesa», 3% respecto a «cómo ubicar su lugar de votación», y apenas 2% sobre «cómo votar». De lo que menos estaban informadas las jóvenes fue acerca de «qué representantes elegir», aquí la diferencia fue de 9% en relación con los hombres. Hecho muy diferente se da en el asunto de «cómo usar el voto preferencial» que fue recibido en igual proporción por ambos sexos.

*b) Zona de residencia*

La percepción de los jóvenes sobre cuán informados están respecto de algunos temas electorales es más variable según el ámbito de residencia, debido sobre todo al acceso diferenciado de estos lugares hacia los medios de comunicación y además al énfasis educativo que se haya implementado en cada una de dichas zonas.

Los jóvenes, sobre todo del sur y del oriente del país, han recibido mayor información sobre el tema de cómo votar. Sobre cómo ubicar su lugar de votación, los jóvenes del sur y del norte dijeron tener mayor conocimiento. En el tema de a qué representantes elegir, más jóvenes del centro y del sur manifestaron estar informados. Respecto a ser miembro de mesa, en general todos los jóvenes de las diferentes zonas dijeron saber su condición. Sin embargo, con relación al tema del voto preferencial, los jóvenes del centro y del norte son los que declararon haber recibido menos información mientras que los jóvenes del sur, la Gran Lima y del oriente, los que habían recibido más.

### *c) Estrato socioeconómico*

Esta variable es la que se comporta de manera más homogénea en cuanto al tipo de información recibida. La tendencia es que el grado de conocimiento aumenta en relación directamente proporcional con el estrato socioeconómico del joven elector. De esta forma, se observa que en los cinco temas tratados, los jóvenes de sectores marginales son los que manifiestan haber recibido menos información que todos, mientras que los jóvenes de estrato medio-alto son los que más información dicen haber recibido.

Las diferencias entre uno y otro estrato varían según el tema divulgado: el asunto de cómo votar, el más difundido entre todos, es el que menos variación muestra por estrato socioeconómico; en este caso, los del sector medio-alto están más informados que los de zonas marginales en una proporción de 15%. En cambio, la cuestión de cómo saber si era miembro de mesa es la que más variación muestra por estrato socioeconómico: la diferencia es de 27% entre los jóvenes de sectores marginales y los del sector medio-alto.

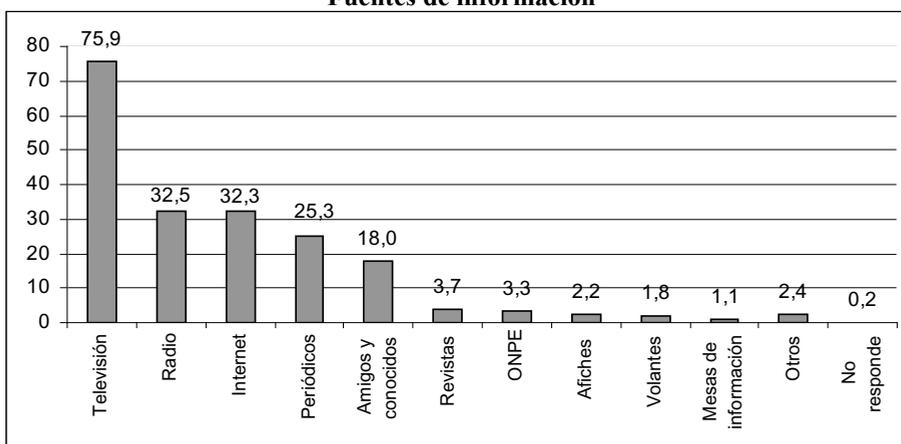
## **5.2. Fuentes de información**

Otro de los temas sobre el cual se quiso indagar fue el medio a través del cual los jóvenes votantes recibieron alguna información sobre las elecciones. Ello con el objetivo de saber cuál es el canal de comunicación más común para llegar a los y las jóvenes votantes, según su zona de residencia y su estrato socioeconómico.

La televisión resultó ser el principal medio de comunicación por el cual los jóvenes recibieron información electoral (75,9%), seguido de la radio (32,5%) y el Internet (32,3%), medio que además superó a los periódicos (apenas 25,3%) en este grupo de votantes. Llama la atención que los «amigos y conocidos» sean también una fuente de información electoral para los jóvenes (18%), dejando atrás otros canales de comunicación como las revistas (3,7%), la misma ONPE (3,3%), el uso de

afiches (2,2%) e incluso los volantes (1,8%), siendo estos dos últimos algunos de los medios utilizados en las estrategias de educación electoral de la Institución.

**GRÁFICO 12**  
**Fuentes de información**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

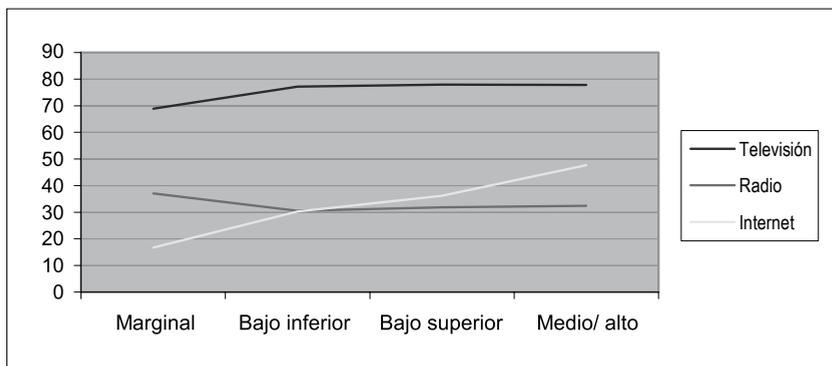
Haciendo el análisis de las fuentes de información, según el comportamiento de algunas variables, vemos que, en cuanto a la variable sexo, la difusión por televisión es más eficaz tanto para los y las jóvenes electores aunque ligeramente más en el caso de las mujeres. El Internet es el segundo medio más usado por los varones (35%), mientras que la radio lo es para las mujeres (33%). La información a través de los periódicos también fue un medio común en ambos grupos de jóvenes, aunque ligeramente mayor en el caso de los varones (27%) que en el de las mujeres (23%). Los amigos y conocidos también han sido una fuente de conocimiento importante para los jóvenes electores, casi en igual proporción para hombres y mujeres. Hay que resaltar que la educación electoral a través de la ONPE y de afiches, fue recibida en mayor proporción por las mujeres que por los hombres.

Si analizamos los medios de transmisión más comunes por zona de residencia de los jóvenes, vemos que predomina la televisión, más aún en el oriente y el sur del país (91,8% y 80,8%, respectivamente). La Gran Lima y el norte del país expresan un uso muy similar de los medios de comunicación: en ambas zonas los medios más comunes son la televisión, el Internet y la radio. Por otro lado, el sur y el oriente del país exhiben comportamientos también similares entre sí: en ambos predomina la televisión, la radio y los periódicos como medios de información electoral. En el centro del país, en cambio, es preponderante la televisión, la radio y en tercer lugar el Internet.

De todo este análisis, se destaca que la Gran Lima es la única zona en donde la radio no es tan masiva como en el resto del país, en algunas de cuyas zonas llega a tener un alcance del 60,7% (como es el caso del oriente). El Internet es aún un medio de poco acceso para la gran mayoría de jóvenes que residen en el país, salvo Lima. También hay que destacar que la información a través de la ONPE es mayor al interior del país, en las zonas sur, centro y oriente, y mucho menor en el norte y en Lima, probablemente por el mayor énfasis puesto por las tareas educativas de la Institución en zonas alejadas del país.

Finalmente, a medida que aumenta el estrato socioeconómico de los jóvenes electores, la televisión y el Internet se convierten en los medios de comunicación más comunes para recibir información; sin embargo, en los sectores socioeconómicos más bajos, la radio, los amigos y conocidos son los espacios donde más se divulgan los temas electorales. Los periódicos resultan los medios de comunicación más constantes en todos los sectores socioeconómicos. Los afiches y la ONPE, con sus actividades de capacitación electoral, son instancias más comunes en los jóvenes de estrato marginal, y menos en los segmentos más altos.

**GRÁFICO 13**  
**Medios de comunicación más usados por estrato socioeconómico**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Si vemos el comportamiento por cada estrato, tenemos que los jóvenes del segmento marginal se informan principalmente a través de la televisión y la radio, siendo el Internet el medio menos usado. Los jóvenes de los otros tres sectores (bajo-inferior, bajo-superior y medio-alto) manifestaron haberse informado principalmente a través de televisión, Internet y radio, dejando de lado otros espacios como los periódicos, los amigos y conocidos. La ONPE aparece sólo con menos de 4% de mención como instancia de información electoral en todos los estratos.

### 5.3 Actitudes hacia el voto y hacia las elecciones

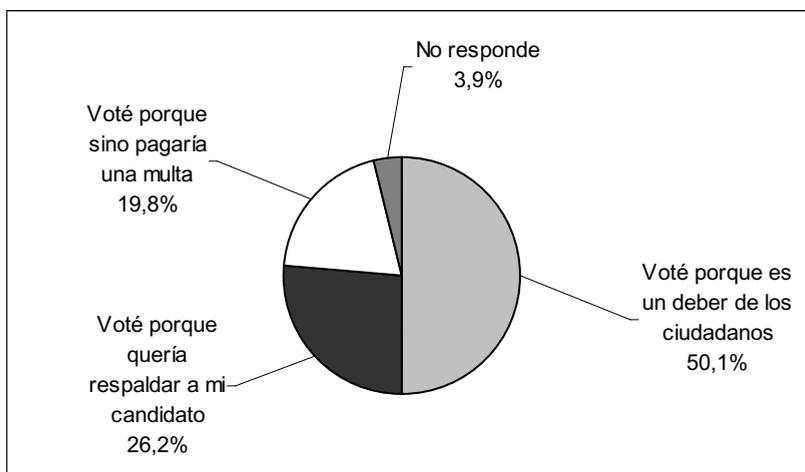
Un tercer tema de análisis es la actitud que manifestaron tener los jóvenes electores respecto al ejercicio de su voto y el sentido que tenían las elecciones para ellos, según las variables sexo, zona de residencia y estrato socioeconómico. Aquí el objetivo era recoger las apreciaciones que construyeron los jóvenes ante la pregunta de la encuesta, para acercarnos a lo que serían algunos aspectos de su cultura política.

#### 5.3.1 Actitud hacia el voto

En términos generales, la percepción de los jóvenes encuestados con relación al voto es una de índole cívico, más que político o pragmático. Ante la pregunta con cuál actitud acerca del voto se identificaba más, 50,1% de los jóvenes respondió que «voté porque era un deber de los ciudadanos» (aspecto cívico), mientras que un 26,2% prefirió la frase «voté porque quería respaldar a mi candidato» (aspecto político) y sólo un 19,8% de ellos eligió «voté porque si no pagaría una multa» (aspecto pragmático).

Ello se relaciona con lo recogido en la evaluación de aprendizajes de los electores jóvenes. Allí se observa que antes de los talleres de capacitación los jóvenes percibían las elecciones como una obligación (44%) antes que como un derecho ciudadano (16,9%), situación que se revierte después de recibir los talleres de capacitación.<sup>38</sup>

**GRÁFICO 14**  
Actitudes hacia el voto



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

<sup>38</sup> Ver capítulo IV, acápite 4.3, parte a).

Este comportamiento es muy similar entre los jóvenes, independientemente de si son varones o mujeres, de la zona en que residen y del estrato socioeconómico en el que se encuentran. Sin embargo, hay que resaltar que esta actitud «cívica» frente al voto, es más predominante en el oriente del país (57,4%), y mucho menos en Lima (48,1%); la actitud «política» se da mucho más en Lima (30%) que en otras zonas del país; mientras que la actitud «pragmática» es más común en el centro, en donde ocupa el segundo lugar de las actitudes de los jóvenes (31,6%).

Si se analiza el tema a través de la variable socioeconómica, podemos ver que la actitud «pragmática» es obviamente más común en los estratos marginal y bajo-inferior, en donde la preocupación por las multas es más comprensible. Las otras dos actitudes no muestran un comportamiento muy distinto si el segmento socioeconómico cambia, lo cual refuerza la idea de que la actitud hacia el voto es más bien generacional antes que socioeconómica. Es decir, los jóvenes piensan de manera más o menos homogénea influidos por el contexto que les toca vivir.

### 5.3.2 *Actitud hacia las elecciones*

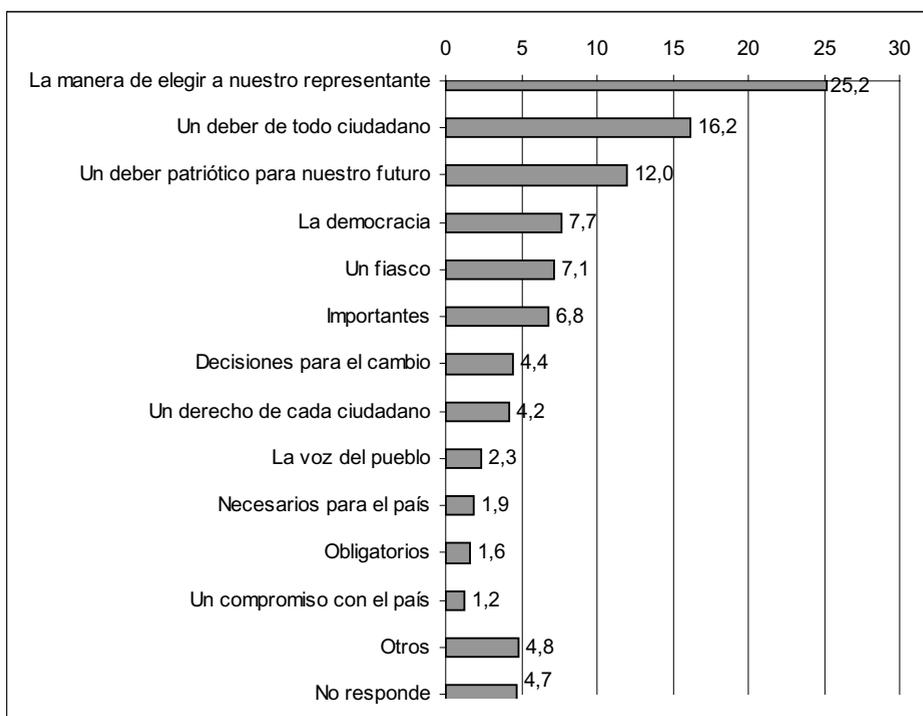
Las respuestas de los jóvenes ante la posibilidad de definir el concepto de elecciones, según sus propias palabras, demuestran una actitud nuevamente formal y cívica respecto de lo que manifiestan significa el acto de sufragio.

Las tres respuestas más recurrentes en los encuestados se relacionan con el tema cívico: para más de la mitad de los jóvenes las elecciones son la «manera de elegir a nuestro representante» (25,2%), es «un deber de todo ciudadano» (16,2%), y es «un deber patriótico para nuestro futuro» (12%). En cuarto lugar, apenas un 7,7% de los electores jóvenes define a las elecciones como «la democracia», mientras que un porcentaje similar (7,1%) la conceptúa negativamente, como «un fiasco». Esta es la única acepción negativa que manifiestan los jóvenes sobre las elecciones, lo cual destaca la potencial importancia que tendrían los procesos electorales en la cultura política de este grupo electoral, y la visión positiva que, en general, se muestra sobre ella. Con estos datos se contrarrestaría en parte la posición de quienes piensan que los jóvenes están desencantados de la política y de las elecciones.

Las percepciones sobre las elecciones no varían según género, al contrario son muy parecidas entre uno y otro grupo. Sin embargo, si analizamos la actitud de los jóvenes por zona de residencia, vemos que los del oriente del país predomina la actitud de “es la manera de elegir a nuestro representante” (31,1%); mientras que en la zona central esta misma actitud fue mencionado sólo por el 15,8%, estando en tercer lugar la actitud negativa que considera que las elecciones son un «fiasco» (17,5%), el porcentaje más alto de esa actitud en todas las zonas.

Esta actitud cívica hacia las elecciones, manifestada a través de las frases «es la manera de elegir a nuestros representantes», «es un deber de todo ciudadano» y «es un deber patriótico para nuestro futuro», se repite de manera más o menos homogénea en los jóvenes de diferentes estratos socioeconómicos. En general, no se encuentran mayores diferencias entre uno u otro segmento. Aunque en frases determinadas como «es la democracia» y «son importantes», las respuestas son mayores en el sector medio-alto. Y en la frase negativa acerca de que las elecciones son «un fiasco», la respuesta es ligeramente mayor en los jóvenes de estrato marginal.

**GRÁFICO 15**  
**Actitudes hacia las elecciones**



Fuente y elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

## **A modo de conclusión**

La aplicación de la encuesta respondió a los objetivos propuestos al recoger datos cuantitativos sobre información, medios y actitudes de los jóvenes hacia el voto y las elecciones.

Respecto a lo primero, los jóvenes manifestaron tener un conocimiento electoral aceptable: entre «muy informados» y «regularmente informados», particularmente sobre cómo votar y cómo ubicar su mesa de votación. El grado de información no varía según sexo; pero sí de acuerdo con el área geográfica en que residen los jóvenes (en el oriente están mejor informados que en el centro o el norte, donde el nivel es regular), y según su estrato socioeconómico (aumenta a medida que mejora su ubicación socioeconómica).

En cuanto a los medios de comunicación, la televisión, la radio y el Internet son los más mencionados por los jóvenes para recibir información electoral. Según el sexo del joven, el uso de estos medios cambia ligeramente (los hombres prefieren la televisión y el Internet, mientras que las mujeres la televisión y la radio). La variación también se da según la zona de residencia (en Lima, norte y sur del país los jóvenes utilizan los tres medios mencionados arriba mientras que los jóvenes del oriente y del sur de país prefieren sobre todo la televisión). La ONPE es reconocida como una institución de la cual reciben información electoral, principalmente en las zonas del interior del país. El estrato socioeconómico del joven también influye en la elección de un medio de comunicación (la radio y los espacios familiares son más comunes en los segmentos bajos mientras que la radio y el Internet lo es en los sectores más altos).

Finalmente, la actitud de los jóvenes hacia el voto y hacia las elecciones responde más a una índole cívica (de deber de los ciudadanos), antes que política (respaldar a un candidato) o pragmática (para no tener que pagar la multa). La actitud hacia el voto no varía según el sexo del elector pero sí de acuerdo con su zona de residencia (más cívica en el oriente y más pragmática en el centro) y un poco por su estrato socioeconómico (la pragmática es más común en los sectores bajos, aunque en los otros segmentos no hay una tendencia marcada en ninguna de las actitudes). Puede concluirse que hay una actitud más bien homogénea en los jóvenes, influenciada principalmente por el contexto en el que residen pero que no es ajena al ascendiente generacional.

No hay una actitud negativa de los jóvenes hacia el voto o las elecciones; ellos manifiestan valores cívicos como «deber», «patria» o «país» de manera más o menos homogénea en hombres y mujeres, y en todos los estratos socioeconómicos.



## Capítulo VI

# Opiniones, valoraciones y percepciones cualitativas sobre las elecciones, el voto y la política en los jóvenes: Análisis de entrevistas grupales a jóvenes de Lima Metropolitana

En esta parte se resume la información obtenida a través de entrevistas grupales a jóvenes electores de Lima Metropolitana. Esta técnica fue diseñada dentro de la metodología cualitativa que fue prevista para esta investigación y aplicada después de las elecciones generales de abril y la Segunda Elección Presidenciales junio de 2006. A continuación, el diseño de la técnica de entrevistas grupales y el análisis de los datos obtenidos.

### 6.1 Diseño metodológico

En el proyecto de investigación se contempló la aplicación de una técnica de acopio de información cualitativa, los grupos focales y las entrevistas. Sin embargo, la dificultad de convocar a jóvenes universitarios después de las elecciones (debido a la coincidencia con el período de evaluaciones en sus centros de estudios) hizo que esta técnica fuese reemplazada por entrevistas grupales. El trabajo constató que el acercamiento a los jóvenes es más adecuado cuando están en grupo que individualmente.

La técnica de las entrevistas grupales se distingue de las encuestas individuales y de los grupos focales en cuanto al número de entrevistados por vez. Sin embargo, a diferencia de las entrevistas individuales, las grupales permiten recoger construcciones de sentido y percepciones de tipo colectivas.

#### 6.1.1 *Objetivos de la técnica*

- Profundizar el grado de la información recogida en las encuestas nacionales, particularmente de las percepciones que sobre las elecciones, el voto y la política tienen los jóvenes.
- Registrar la forma en que los jóvenes construyen grupalmente sus percepciones sobre las elecciones, el voto y la política.

### 6.1.2 *Objetivos del enfoque cualitativo*

- Que los entrevistados expresen sus percepciones y opiniones de manera más profunda y libre, sin la presión de responder a una pregunta en particular sino más bien de seguir el hilo de una conversación espontánea pero dirigida.
- Posibilitar la construcción de percepciones colectivas, al menos durante el tiempo de duración de la conversación. Ello permitirá que los jóvenes expresen no sólo sus percepciones individuales y personales sino que hablen desde el lugar que les toca ocupar en la categoría joven.
- Recoger información muy precisa y acotada, pero desde un enfoque cualitativo, en donde la forma de decir las cosas es más importante que lo propiamente dicho.

### 6.1.3 *Validez del dato*

La validez de la información obtenida no se basa en el número de observaciones hechas, ni en el tamaño de una muestra representativa,<sup>39</sup> sino más bien en la calidad de los datos. Las entrevistas grupales generaron un espacio artificial creado por el investigador —no fue un espacio natural de conversación— y en él fueron convocados grupos de jóvenes elegidos aleatoriamente,<sup>40</sup> pero con características particulares, definidas previamente en el diseño de la investigación:

- Entre 18 y 24 años de edad.
- De sexo masculino o femenino.
- Que haya ejercido el voto alguna vez.
- Que resida en Lima.

Considerando que la calidad de los datos obtenidos depende en gran parte de las unidades de análisis elegidas, se consideró como informantes claves para la investigación a jóvenes con estudios superiores, algunos con participación en grupos de representación universitaria, y con disposición para construir argumentos y discursos sobre ellos y el grupo al que pertenecen. La selección de los informantes no tuvo como objetivo adquirir una representación de todos los niveles educativos de los jóvenes sino más bien elevar la calidad del dato, factor importante para asegurar la validez de cualquier observación.

Los jóvenes entrevistados tampoco responden a una representación del estrato socioeconómico, pues en la encuesta nacional aplicada para este estudio se obtuvo

<sup>39</sup> El tamaño de la muestra es relevante para diseños metodológicos que buscan resaltar el aspecto cuantitativo de la información, es decir, la representación numérica de un dato respecto a una población mayor.

<sup>40</sup> La selección de las unidades de observación está detallada en el anexo metodológico del documento (ver Anexos).

que la actitud de los jóvenes hacia el voto, la política y las elecciones no mostraba variabilidad en los diferentes segmentos socioeconómicos donde se encontraban.

La técnica fue aplicada en Lima, ya que es allí en donde se concentra más del 30% de la población electoral joven del país para estas elecciones generales. La diversidad de los distritos de residencia de los entrevistados y su pertenencia a universidades públicas y privadas, hace que el grupo sea heterogéneo.

**CUADRO 18**  
**Ficha Técnica de las entrevistas grupales**

Universo:	Jóvenes de 18 a 24 años residentes en Lima
Entrevistados:	Trece
Grupos:	Cuatro
Sexo:	Femenino y masculino.
Distritos de residencia:	San Martín de Porres, Carabayllo, Callao, Jesús María, Cercado, San Borja, La Molina, Santa Anita, Pueblo Libre.
Fecha de trabajo:	Del 15 al 24 de julio
Lugar de entrevistas:	ONPE, Campus de la Pontificia Universidad Católica del Perú y de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Fuente: Entrevistas grupales.

#### 6.1.4 Temas de discusión

En cada uno de los grupos de jóvenes, se pusieron a debate cinco temas centrales relacionados con el eje de la investigación:

1. La experiencia de votación en las elecciones generales de 2006.
2. La información recibida antes de ir a votar.
3. El afiche de motivación para jóvenes «Listos para votar», de la ONPE.
4. Interés de los jóvenes en la política.
5. Significado del voto para los jóvenes.

## 6.2 Análisis cualitativo

En esta parte se reconstruye las percepciones y valoraciones que, sobre las elecciones, el voto y la política, expresaron tener los jóvenes entrevistados en los grupos.

Hay que recordar que si bien los datos pueden variar en el tiempo, las personas fundamentalmente son las mismas (cf. Portocarrero 2004: cap. III). La diferencia nos hace notar que lo que analizamos son opiniones y percepciones vertidas grupalmente desde una posición asumida en una coyuntura particular y definida. Se trata de «posiciones de enunciación» (Portocarrero 2004) o de valoración, que los jóvenes asumen desde su experiencia concreta.

La información obtenida en las entrevistas ha sido ordenada en cinco temas:

1. La experiencia de votación.
2. Las necesidades de información.
3. Percepciones sobre el afiche «Listos para votar».
4. Actitudes hacia la política.
5. Actitudes hacia el voto.

### 6.2.1 *La experiencia de votación*

En este primer tema de discusión se planteó la pregunta de cómo había sido su experiencia de votación en las recientes elecciones generales de 2006, sobre todo si ésta fue la primera vez en que votaron. La pregunta buscaba iniciar la conversación con un tema común a todos (la experiencia de sufragio), pero al mismo tiempo tenía por objetivo reconstruir la experiencia que tuvieron de ir a votar, más aún si fue la primera vez que lo hicieron, para conocer los aspectos positivos y negativos de dicha experiencia. Con esta pregunta se quería saber si la votación produce en los jóvenes alguna expectativa en particular o no.

#### *a) Es un acto aprendido socialmente*

El acto de ir a votar —incluso por primera vez— no genera aparentemente mayor problema ni dificultad en los jóvenes electores. Todo lo contrario, es visto como un acto «normal» del cual ya tienen cierto conocimiento e información. Ello quizá se deba al hecho de que, por influencia de sus padres o hermanos mayores o del contexto social en que se desarrollan, el ejercicio del voto es un acto cercano a ellos.

Hay una socialización que viene de la familia que les ayuda a tener la primera experiencia de votación con un conocimiento previo. De hecho, una parte de los jóvenes cuando eran niños, y ya antes habían acompañado a sus padres a votar, por lo que recordaban experiencias previas de su familia. También está el aprendizaje que dejan las elecciones universitarias —ello en algunos casos sirve de entrenamiento— que los jóvenes recuerdan como positivo. El ejercicio del voto es percibido como parte de su socialización.

### *b) Orden, información y orientación*

La experiencia de la Segunda Elección Presidencial fue mucho más positiva y sencilla que la primera vez. Sin embargo, lo positivo o negativo de su experiencia dependerá de la complejidad de las elecciones, del grado de conocimiento previo con que cuente y de la facilidad que el joven encuentre para ejercer su derecho.

De su primera experiencia de votación, los jóvenes entrevistados expresaron recordar los siguientes aspectos:

- La orientación en sus locales de votación: es la primera impresión que tienen cuando se les pregunta por su experiencia de votación; valoran la facilidad que se les da para ubicar sus aulas y sus mesas, pues generalmente ir a votar es uno de los primeros actos que realizan sin la compañía de sus padres.
- El tiempo de espera en las colas: es altamente valorado por los jóvenes pues ir a sufragar no es algo que deba ocupar gran parte de su tiempo.
- Los procedimientos de votación: para algunos resulta «engorroso» por la cantidad de pasos que hay que seguir y de los cuales no tienen claro el orden ni la secuencia.
- La disposición de los miembros de mesa para brindarles información: los jóvenes perciben a los miembros de mesa como las autoridades que deben estar en permanente trabajo y dispuestos a ayudarlos en el momento mismo del sufragio (por lo anteriormente mencionado); en general, las necesidades de información son muchas y si son electores nuevos y llegan sin la compañía de un adulto a la cámara secreta, son muchas más.

### *c) Habilidades por aprender*

Si bien ir a votar es percibido como un acto normal y conocido, hay aspectos más específicos sobre el sufragio que los jóvenes aún no dominan bien. Sin embargo, ello es efecto de la calidad de información recibida. La complejidad de las elecciones y la alta cantidad de candidatos en competencia, hicieron también que aspectos como el voto cruzado o el uso del voto preferencial fueran críticos para algunos jóvenes electores:

- La forma de marcar el voto válido: creían que sólo había una forma de marcar válidamente (la marca completa dentro del recuadro); algunos mencionaron que no sabían si debían marcar la foto del candidato o el símbolo del partido, problema con el que se encontraron cuando tuvieron la cédula en sus manos.
- El uso del voto preferencial: la larga lista de candidatos en competencia, sobre todo en el caso de las Elecciones Generales, hacía más difícil para ellos elegir y marcar bien por uno de ellos.

- El uso del voto cruzado: en las Elecciones Generales, votar de manera distinta en cada uno de los tres procesos fue una posibilidad que algunos no conocían.
- Una nueva elección: definitivamente que los jóvenes acuden a votar con poco conocimiento sobre el proceso y los candidatos, por lo que un proceso nuevo, como el Parlamento Andino, no recibió la demanda de información necesaria para ir a votar. Sin embargo, los jóvenes buscan permanentemente información, aunque no siempre con los resultados esperados.

### 6.2.2 Necesidades de información

En general, en las entrevistas se percibe que los jóvenes han acudido a votar con algún conocimiento. Ellos manifiestan saber cómo y por quién votar, así como haberlo hecho sin problema. Los jóvenes obtienen información de sus padres y de su familia en general, pero también de los medios como la televisión y el Internet. Buscan noticiarse sobre los actores políticos en competencia y no tanto sobre los procedimientos de la votación o la materia de la elección, aspectos sobre los cuales ellos manifiestan no tener mayor problema, pues percibieron en esta coyuntura una difusión sesgada de la información electoral.

#### a) Fuentes de información: la familia e Internet

Los jóvenes manifiestan recibir información principalmente de su familia (particularmente de los padres y hermanos mayores) con quienes conversan sobre sus opciones políticas; hay una expresión tajante de que sus preferencias electorales fueron marcadamente influenciadas por su familia, una especie de «voto en bloque», antes que por sus preferencias personales. El conocimiento sobre cómo votar y seguir los pasos de votación también proviene de esta fuente, reforzada en algunos casos por experiencias previas de haber acompañado a sus padres a votar.

Sin embargo, hay jóvenes que refuerzan este conocimiento con búsquedas individuales en otros medios, como Internet y la televisión. Estos medios —sobre todo el primero— se convierten en la principal fuente de información electoral, de acuerdo con el grado de interés que tiene el joven en el proceso y en función a qué tan decidido tiene su voto. Mientras menos decidido esté su voto, mayor el interés que muestra por buscar información adicional al respecto.

Los jóvenes entrevistados coincidieron en que hicieron al menos una búsqueda en Internet para obtener datos sobre las elecciones: desde las hojas de vida de los candidatos, hasta los planes de gobierno, las listas parlamentarias, de qué se trataba el Parlamento Andino y los resultados electorales.

La televisión no es una fuente de recordación importante para estos electores pues, al menos los que estudian, dicen que se debe a la falta de tiempo para ver programas de televisión, sobre todo locales, y menos mirar con atención la publicidad mediática sobre las elecciones. Ante la pregunta de cuáles eran sus «costumbres» televisivas y radiales, algunos jóvenes respondieron lo anotado en el cuadro 19.

**CUADRO 19**  
**Costumbres televisivas y radiales**

Medio	Horario	Programa
Televisión	Entre las 19:00 y 23:00 horas, cuando llegan a sus casas.	Noticieros y programas políticos de canales locales.
Radio	A cualquier hora pero más en las mañanas, antes de salir de sus casas.	Ningún programa en particular; todas las estaciones de música moderna.

Fuente: Entrevistas grupales.

No se encontró en los jóvenes entrevistados una recordación especial de afiches con publicidad electoral, excepto en los locales de votación donde fueron a sufragar. Sí se recordó el quiosco de información que se instaló en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y algunos volantes en mercados del Cono Norte.

Los jóvenes universitarios encuentran también en su centro de estudios un espacio alternativo de información. Ello responde a iniciativas estudiantiles de jóvenes que participan en alguna instancia de representación universitaria, quienes organizan foros y conferencias sobre las elecciones; y también se expresa en las conversaciones cotidianas que tienen los mismos estudiantes, sobre todo antes de las Elecciones Generales, tal como ellos mismos lo manifestaron.

### *b) Más información política*

Las necesidades de información de los electores jóvenes antes de ir a votar son de tipo político —las opciones electorales en competencia, la ubicación de los candidatos en las listas y los grupos políticos que participan— antes que específicamente electorales. Cabe recordar que se trata de jóvenes de ámbitos urbanos, de Lima y con niveles educativos superiores. Por eso sus necesidades no son propiamente de habilidades o aprendizajes sino de información general para poder elegir bien.

La elección presidencial es la que tiene mayor demanda de información en los jóvenes, concretamente sobre cada uno de los candidatos a la Presidencia; también

la elección de congresistas despertó interés, particularmente la hoja de vida de los candidatos y su ubicación en las listas de sus partidos, con el fin de poder usar el voto preferencial.

Sobre el Parlamento Andino, proceso nuevo en estas elecciones, los jóvenes manifestaron no contar con mucha información ni sobre la materia de la elección ni sobre sus candidatos. Ello motivó la búsqueda de datos concretos como las listas de los candidatos, la forma de votación en esa elección, entre otros. Algunos de los entrevistados fueron a votar con la intención de no ejercer su derecho en esta elección (invalidar el voto).

### *c) Información parcializada en los medios*

Una razón que explicaría esta necesidad de información es que, en esta coyuntura particular, los jóvenes manifestaron que la información que recibieron de los medios y las encuestas fue insuficiente y además sesgada. Los jóvenes percibieron un grado de parcialidad en algunos medios y encuestas, en el sentido de orientar la votación de los electores hacia algunos candidatos determinados, dejando de lado al resto de los veinte candidatos que compitió para las elecciones presidenciales.

En este contexto, los jóvenes buscaron conocimiento a través de fuentes alternativas y directas, como en las direcciones electrónicas de los órganos electorales. Cuando el joven elector percibe parcialidad en los datos ofrecidos o cuando no tiene clara una opción política particular, la búsqueda de información es aún mucho mayor.

### *6.2.3 Percepciones sobre el afiche «Listos para votar»*

En esta parte se sometió a discusión el afiche «Listos para votar» de la ONPE. El material de difusión tenía como objetivo motivar a los jóvenes a ir a votar, para lo cual se diseñó el concepto de cuatro electores jóvenes mostrando su Documento Nacional de Identidad (DNI) en la mano.

En general, los jóvenes que vieron el afiche por primera vez —la mayor parte de ellos— se sintieron motivados a conversar sobre él y a sugerir mejoras para un diseño futuro, con el cual se pudieran sentir más identificados.

### *a) Ellos sí ¿y nosotros?*

La identificación con los jóvenes del afiche fue relativa. Por un lado, éstos fueron percibidos como gente «normal», electores como todos, con rasgos no perfectos; pero, por otra parte, no con la edad ni la experiencia que ellos tienen.

Los jóvenes entrevistados construyeron una distancia entre «ellos» (los del afiche) y «nosotros» (los reales) en el sentido de que los primeros no son tan jóvenes como parecen y que todos ellos ya tienen experiencias previas de votación, incluso más de una. Ambos factores los aleja de la frase motivadora del afiche: unos (los del afiche) sí están listos para votar, pues sí ejercieron su derecho antes, mientras que otros (los entrevistados) no lo están.

También se destacó que hay más jóvenes, distintos a los de la foto, que no están representados en ella. Es decir, que el afiche era más para jóvenes de Lima que del interior del país.

#### *b) Más color y más movimiento*

Los jóvenes entrevistados sugirieron el uso de más color en el afiche con el objetivo de obtener mayor impacto visual. Por ejemplo, se sugirió emplear como fondo del afiche un grafiti, como aquellos que están en las universidades hechos por jóvenes.

Respecto al movimiento, el afiche transmitía la sensación de artificial, «poco natural» y de haber sido creado en un «cuarto a puerta cerrada». Sugerían, por ejemplo, poner a jóvenes en movimiento, haciendo cosas que naturalmente hacen los jóvenes como: conversar en grupo, «tocando guitarra», «caminar con una mochila», «con vestimenta de jóvenes», etc. En general, recomendaban imágenes de jóvenes más naturales con las cuales se sientan identificados, como por ejemplo: usando mochilas al hombro.

#### *c) Ir a votar: ¿obligación o derecho?*

En los jóvenes que lo discutieron, el afiche transmitía un doble mensaje: uno de cumplir con el deber, y otro de invitación a ir a votar. Así:

- a) El afiche les decía que tenían que sacar su DNI y tenerlo a la mano para votar. Este mensaje era percibido como una obligación —como lo es sacar el DNI e ir a votar— y remitía al momento mismo de la votación, es decir, al momento de estar en la cola para votar y tener el documento en la mano.
- b) Los invitaba a ir a votar y a cumplir con el deber. Para algunos esta invitación era vista como un recordatorio, un «no faltes a ir a votar», y de no olvidar el DNI.

El afiche transmitía a los jóvenes un concepto de que votar es una «responsabilidad», una toma de «conciencia», «sacar el DNI», «deber votar», «ir a votar», «ir con tu DNI», «identifícate con el DNI».

Por lo visto en las entrevistas, sí hay una disposición de los jóvenes a ir a votar; sin embargo, sienten que hace falta mayor motivación para que efectivamente lo ha-

gan como lo que es: un derecho. Ello guarda relación con identificar el acto de votar como un derecho ciudadano antes que como una obligación.

#### *d) Reconociendo al emisor*

Un aspecto que llamó la atención de los jóvenes que vieron el afiche es que el logotipo de la ONPE aparecía muy sutilmente, por lo que dudaban incluso de que sea un afiche institucional. Sugerían que el nombre de la institución resalte más junto a la fotografía y el mensaje. Ello hace pensar que pocos jóvenes conocen exactamente el trabajo que realiza la institución durante las elecciones, por lo que un mensaje de motivación para ir a votar dirigido a los jóvenes puede ser fácilmente imputado a otro órgano electoral e incluso a un partido político, tal como ellos mismos manifestaron en las entrevistas.

### **6.3. Percepciones y actitudes hacia la política**

En las entrevistas se planteó la siguiente frase como tema de discusión: «A los jóvenes ya no les interesa la política, están en otra». Este enunciado dio pie a conversar sobre la política y recoger opiniones y valoraciones, así como indagar en las razones por las que los jóvenes no se interesarían en ella. También permitió reconstruir lo que para los jóvenes entrevistados se entiende por «hacer política».

#### *6.3.1 Percepciones sobre la política y los políticos*

La frase no generó reacciones adversas en los jóvenes entrevistados; todo lo contrario, fue asumida como válida en una coyuntura como la actual en la que la política no es bien valorada:

- «La política es pura corrupción».
- «...es una basura».
- «...es nepotismo».
- «...todo está podrido».
- «Está muy trillada, la gente se cansa de eso».

Los jóvenes manifiestan una percepción negativa de la política por la imagen que tienen de los políticos actuales; ellos son identificados con valoraciones negativas:

- «Los políticos no hacen nada».
- «...te roban».
- «Sólo es el poder por el poder».
- «Es un circo el Congreso; veías los candidatos... una payasada total».

Piensan que si bien la mayoría de sus compañeros no están interesados en participar en la política, sí creen que hay una disposición latente para interesarse en ella si la política como está planteada cambiara y dejara el «nivel del discurso».

### *6.3.2 Actitudes hacia la política*

Los jóvenes identifican la política con enfoques distintos, según la posición en la que se ubiquen:

#### *a) La política como información*

Hay una primera percepción respecto a que estar interesado en política es estar notificado, haber leído los periódicos, estar al día en los sucesos de actualidad y tener una opinión formada sobre los acontecimientos. Son los mismos jóvenes quienes relacionan estar en política con opinar técnicamente sobre un asunto de interés público, y no caer en discusiones triviales que ellos denominan «entrar en politiquería», quedarse «en el nivel del discurso», usar un «lenguaje insultante».

Eso hace que demanden un mayor nivel de preparación de los candidatos sobre todo al Congreso, con el fin de elevar la calidad de la política: «faltaría que tengan cierto nivel de preparación».

#### *b) La política como compromiso social*

Los entrevistados perciben que los políticos sólo buscan satisfacer sus intereses personales, por lo que buscan el poder, y no los de los peruanos. Para los jóvenes hacer política es trabajar y comprometerse por un proyecto de país y pasar del discurso a la práctica. Eso se refleja en frases como las siguientes:

- «Sólo es el poder por el poder. No tienen una voluntad de política seria, que les importe el país. Me da la impresión que sólo quieren conseguir su puesto, su poder y ya».
- «Creo que la política es eso: ayudar».
- «Creo que sí hay desinterés y que cada persona está viendo su desarrollo personal y no del país, social».

#### *c) La política como representación*

La representación se define como la actuación en nombre de otro o en la defensa de sus intereses (IIDH 2000: II, 1099). Es decir, que los intereses y objetivos de un grupo sean sustentados, desarrollados y difundidos por alguno de ellos que fue elegido.

Ello permite elevar al ámbito de las políticas públicas (sea en leyes, en normas o políticas concretas) intereses colectivos.

El desinterés en la política se debe, según lo manifestado por algunos jóvenes, a que no se sienten representados debidamente en el Congreso ni en el espacio público en general. La falta de representación de sus intereses genera decepción y los aleja de los temas de interés público que son vistos como temas de interés «de ellos, de personas mayores». La distancia generacional en cuanto a representación política es un tema clave para que los jóvenes se interesen en este asunto.

La ausencia de representación a escala macro, se refleja también en la falta de representación en el ámbito de las universidades. Los jóvenes expresaron que en sus centros de estudios pocos compañeros están interesados en participar de espacios de representación estudiantil (centros federados, consejos, asambleas, etc.). Según ellos por la falta de interés en lo público, y más en sus asuntos privados (los estudios) y por reflejo de lo que pasa en la política en general:

- «Hay desinterés político evidente en la universidad. Muy poca gente interesada de estar en centros federados... faltan representantes. Es un reflejo de lo que pasa en la política a gran escala lo que hacen los políticos, los congresistas. Hay una mala percepción. Es una cadena».
- «En la Facultad sí existe política pero está muy trillada. Queda todo en el nivel del discurso... son violentistas, [usan] un lenguaje insultante».

#### 6.4. Actitudes hacia el voto

A los jóvenes se les presentaron tres frases coloquiales respecto a la actitud que se tiene sobre el voto. Con las respuestas se inició la discusión grupal:

- a) «Voté porque si no pagaría una multa».
- b) «Voté porque es un deber de los ciudadanos».
- c) «Voté porque quería respaldar a mi candidato».

En general, se manifestó que las tres frases eran muy comunes entre los jóvenes, y válidas según sea el caso. Las respuestas de los jóvenes han sido reorganizadas según las frases arriba presentadas pero en la práctica los jóvenes expresaron otras actitudes sobre el voto como son el «voto necesario» y el «voto como derecho», que no estaban contempladas en las frases propuestas.

Si bien la primera de ellas, «voté porque si no pagaría una multa» es —según los

entrevistados— la más común entre sus pares; en general se muestran de acuerdo con que otras son las motivaciones que intervienen en ellos para votar, y las justifican de diversas maneras. En las respuestas se percibe una tensión permanente entre asumir una actitud de conciencia cívica frente al voto y la apatía unida al desinterés que expresan respecto a la política y los políticos, y por extensión, al ejercicio del sufragio.

#### 6.4.1 *El voto obligatorio*

Esta actitud relacionada a ir a votar porque sino pagarán una multa, es justificada; ellos perciben que hay una falta de conciencia ciudadana en el país, en especial en los jóvenes, que los anime a votar por una convicción de tipo política o porque sientan que es su derecho ciudadano. Esta falta de conciencia cívica, según ellos mismos, hace que los jóvenes acudan a votar presionados por tener que pagar la multa si no lo hacen.

Manifestaron que sus padres son los que principalmente los presionan en ese aspecto. Pero, además, ellos mismos sienten que la multa, por ser tan alta y fuerte, es una buena motivación para no dejar de sufragar. Creen que las personas, en general, no irían a votar si la multa fuese menor, por lo mismo que no existe una cultura ciudadana:

- «Al principio sí te sientes emocionado porque vas a votar... Pero también tienes que cumplir con tu deber. Pero a veces desanima porque no pasa nada».
- «Sobre todo mis compañeros que eran de provincia y tenían su DNI allá. A algunos no les convenía ir a votar... pero se sentían mal porque ellos querían votar».

#### 6.4.2 *El voto «necesario»*

Es el voto que los jóvenes sienten como obligación de dar a un candidato, aunque no sea el de sus preferencias personales; es lo que ellos también han nombrado el «voto del cálculo» o el «voto del miedo». En otras palabras, es el voto que se le da a un candidato para que no gane otro que no es de su preferencia. Esta actitud era totalmente justificada por los jóvenes entrevistados, y asumida como natural con el fin de solucionar el dilema de la votación.

Es una actitud que respondía a la forma en que percibieron la coyuntura electoral, principalmente a causa de los medios de comunicación y las encuestadoras. Para ellos, los medios y las encuestas impusieron sólo tres o cuatro candidatos como favoritos, «obligando», según ellos, a tener que elegir entre esas opciones:

- «Conozco a algunos que decían que votaban por respaldar a su candidato. Son buenos candidatos pero no van a ganar, eso decían, voy a perder mi voto».
- «No había identificación por la derecha, era un voto por miedo, temor, por cálculo».
- «Uno tenía que dar su voto a cualquiera de los que estaba en primer lugar para que no pase uno de ellos. Era una cuestión de hacer un voto necesario».
- «Ahí tienen que ver mucho las encuestas, porque si ves que el candidato que tú querías no estaba entre los tres primeros lugares te desanimas y ya no votas por el que querías...»

#### 6.4.3 *El voto por convicción*

Es el voto que se dirige a apoyar a un candidato determinado aun cuando éste no se encuentre entre los que tienen mayores opciones de ganar, según las encuestas. En dicho caso, la motivación para ir a votar provenía de las características del candidato y no tanto del partido que representaba ni menos de la materia de la elección.

Esta actitud fue más frecuente en las Elecciones Generales de abril de 2006, mas no en la Segunda Elección Presidencial. En el proceso de abril, los comentarios eran que votaban por convicción o «voto a conciencia» como decían, por el candidato de su preferencia, aunque sin la presunción de que sería el candidato ganador:

- «Es una cuestión de tener conciencia».
- «Aquí se acostumbra votar por la persona como el salvador».

En la Segunda Elección Presidencial el desánimo y la desmotivación estaban generalizados en los jóvenes; ellos no tenían un candidato con el que se sintieran identificados. El vínculo que el elector teje con el candidato y la opción política que representa es también parte de la relación entre el elector y el acto de sufragio mismo. Ello se resumió en el siguiente enunciado: «... con los candidatos que teníamos nadie quería ir a votar».

#### 6.4.4 *El voto es mi derecho*

Es el voto cívico que refleja una mayor conciencia ciudadana en el elector. El voto no es por la opción política del candidato sino por el proyecto de país que representa esa opción.

- «Para mí, no deberíamos votar por personas, individuos sino por proyectos, por planes de gobierno, por partidos políticos realmente».
- «Para mí votar significa que al país le estás dando un proyecto, tienes una meta como país, votar por un partido o un presidente es afirmar eso».

Sin embargo, esta actitud —según los jóvenes entrevistados— es muy poco frecuente entre sus pares. Ello en parte está justificado por la coyuntura política y la actitud negativa y desconfiada de los electores hacia la política y los políticos.

### **A modo de conclusión**

La realización de entrevistas cualitativas a jóvenes de Lima Metropolitana ha permitido darle sentido y contenido a la información encontrada por las técnicas cuantitativas anteriores. Una de las conclusiones a que nos lleva la aplicación de esta técnica es que los jóvenes son más accesibles cuando son abordados en grupos de amigos y en su ámbito natural de actividad (como su centro de estudios, por ejemplo).

La primera experiencia de votación es asumida como parte del proceso de socialización de los jóvenes; está fuertemente influida por la familia y los medios de comunicación. Es la forma en que inician su etapa de formación como electores y ciudadanos, por lo que valoran el orden y las facilidades para orientarse en los locales de votación, así como toda la información disponible. Valoran acceder a fuentes alternativas de comunicación tales como el Internet, en donde puedan hacer sus propias búsquedas de acuerdo con sus temas de interés.

Sus necesidades de información son principalmente de tipo político, sobre los partidos y los candidatos en competencia, antes que de procedimientos electorales —cómo emitir votos válidos o seguir los pasos de la votación. Ello sólo se justifica cuando las elecciones son más complejas o novedosas. También demandan mensajes mucho más de motivación para ir a votar antes que de obligatoriedad. De su familia y de los medios ya reciben anuncios impositivos de deber o sobre procedimientos de votación.

Los jóvenes no se identificaron con el afiche de motivación realizado por la ONPE específicamente para este grupo. Las razones fueron tanto de concepto como de forma; sugerían figuras juveniles más cotidianas, cercanas a su realidad, con más color, en movimiento y con un mensaje más motivador y menos impositivo para ir a sufragar.

Se percibe una tensión entre la motivación y la apatía en la actitud que muestran hacia el voto y la política. Esta tensión se refleja en algunos dilemas a los que se enfrentan, como: votar porque es un derecho cívico o es una obligación; votar por el candidato con quien se identifican o por la opción que imponen los medios; la política es importante para el país pero es siempre discurso sin acciones. En esta tensión, la tendencia a la apatía responde principalmente a la mala imagen que tienen de la

política y de los políticos, a la falta de credibilidad de los mismos y a la ausencia de representación de sus intereses como jóvenes, entre otros factores.

La percepción y la actitud que expresan los jóvenes hacia el sufragio es potencialmente cívica en esta etapa de su formación ciudadana, aunque reconocen que el contexto político y la imagen de los políticos influyen en la actitud que luego tienen hacia el voto.

## Capítulo VII

# Participación electoral de los jóvenes de 18 a 24 años en las elecciones generales de 2006

En este capítulo presentamos un análisis de la participación de los jóvenes, en las recientes elecciones generales de 2006, a través de su voto, teniendo en cuenta algunas variables sociodemográficas. Para ello utilizaremos información cuantitativa y oficial sobre los votantes y omisos entre 18 y 24 años de edad, del proceso en cuestión.<sup>41</sup> Estos datos son analizados según las variables sexo, edad y grado de instrucción; asimismo están ordenados según el lugar de residencia de los electores a escala nacional —en los ámbitos departamental y distrital en Lima Metropolitana— y en el extranjero, de acuerdo con los continentes que albergan a nuestros jóvenes compatriotas.<sup>42</sup>

En una elección, los ciudadanos que están habilitados para votar son electores y aparecen en un padrón o registro electoral; el día de la jornada, los electores se convierten en votantes, pues intervienen en el acto de sufragio. El votante es aquel elector que acude el día de las elecciones y emite finalmente su voto. Por el contrario, la condición de omiso se refiere al elector que no emite su voto, a pesar de estar habilitado para hacerlo; es decir, no obstante estar incluido en el padrón electoral. Ambos datos se obtienen de la lista de electores, que forma parte del acta padrón, que registra tanto la asistencia como la inasistencia del electorado el día de la jornada.

En la participación electoral los ciudadanos se convierten en votantes, realizando una acción —votar— que los iguala a todos (cf. Tuesta 2005: 167; ONPE 2005: 6). Para fines de este estudio usaremos los términos votantes y omisos para referirnos a los electores que sufragaron y a los que no lo hicieron, en vez de otros términos

<sup>41</sup> La base de datos con información de omisos, electores y votantes entre 18 y 24 años de edad fue proporcionada por el área de Estadística de la Gerencia de Planificación y Desarrollo Electoral de la ONPE. La distribución por grupos de edad de 18 a 24 años fue calculada en relación con la fecha de nacimiento del elector hasta la fecha de cierre del padrón (10 de diciembre de 2005).

<sup>42</sup> Las cifras completas pueden revisarse en los Anexos respectivos al final del documento.

como ausentismo o abstencionismo; ello con el fin de hacer referencia exacta al tipo de dato que cuantifica en este caso la participación electoral.

En la primera parte analizaremos el comportamiento de los votantes y omisos jóvenes en el proceso, según las variables sexo, edad y grado de instrucción; en una segunda parte examinaremos a los votantes y omisos según su lugar de residencia, en los ámbitos nacional, extranjero y de Lima Metropolitana.

## 7.1 Participación según algunas variables

En las últimas elecciones generales que se realizaron en nuestro país, participó un alto porcentaje del electorado joven, casi en la misma dimensión que lo hizo la población electoral total. En las Elecciones Generales de abril, intervinieron 2.641.396 electores jóvenes (90,0%) y en la Segunda Elección Presidencial un poco menos: 2.591.449 personas (88,3%). Ello significa que el porcentaje de omisos en la primera vuelta fue de 10,0% mientras que en la Segunda Elección Presidencial fue de 11,7%.

**CUADRO 20**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes en cada vuelta electoral**

	Elecciones Generales		Segunda Elección	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Electores	2.935.217	100	2.935.217	100,0
Votantes	2.641.396	90	2.591.449	88,3
Omisos	293.821	10	343.768	11,7

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 7.1.1 Según sexo

Si analizamos la participación de los jóvenes electores según la variable sexo, vemos que las mujeres participaron más que los varones. En las Elecciones Generales primera vuelta electoral votaron 1.312.404 electores varones (88,8%) y 1.328.992 electoras mujeres (91,2%). En la segunda vuelta se repitió la misma tendencia, votaron 1.286.552 electores varones (87,1%) y 1.304.897 electoras mujeres (89,5%). Cabe recordar que, en este grupo de edad, el número de electores varones es más alto que el de mujeres.

**CUADRO 21**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes según sexo**

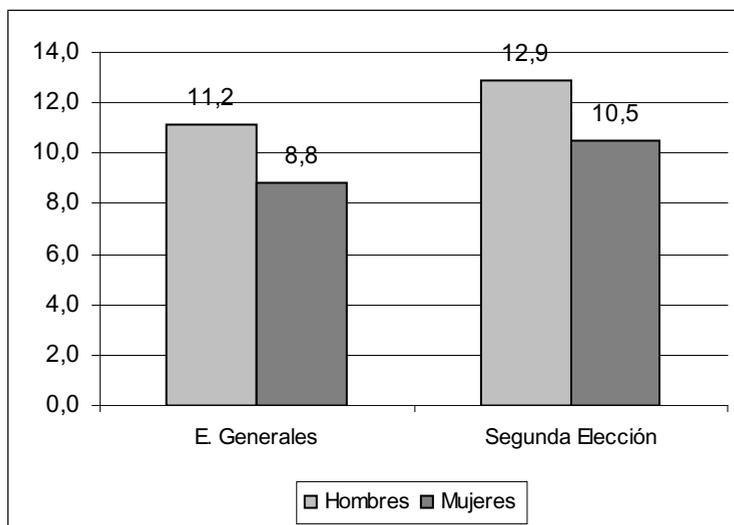
Sexo	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	2.935.217	90,0	10,0	88,3	11,7
Hombres	1.477.495	88,8	11,2	87,1	12,9
Mujeres	1.457.722	91,2	8,8	89,5	10,5

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Dicho de otra manera, el porcentaje de omisos hombres fue más alto que el de las mujeres: en las Elecciones Generales de abril hubo 11,2% de omisos hombres y 8,8% de omisas mujeres; en la segunda Elección Presidencial se registró 12,9% de omisos hombres y 10,5% de omisas mujeres.

**GRÁFICO 16**  
**Omisos jóvenes según sexo**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 7.1.2 Según edad

En el último proceso electoral general, la participación de los electores jóvenes fue disminuyendo a medida que aumentaba la edad. Así tenemos que, en las Elecciones Generales de abril, los electores jóvenes emancipados de 16 y 17 años participaron en su totalidad (100%); los que tienen 18 años, en un 93,0%; los de 19 años, en un 92,4%; los de 20 años, en un 90,8%; los de 21 años lo hicieron en un 89,9%; los de 22 años en un 89,1%; los de 23 años en un 88,8% y los de 24 años en un 88,6%. En la Segunda Elección Presidencial, aunque en menores proporciones, la tendencia fue exactamente la misma.

**CUADRO 22**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes según edad**

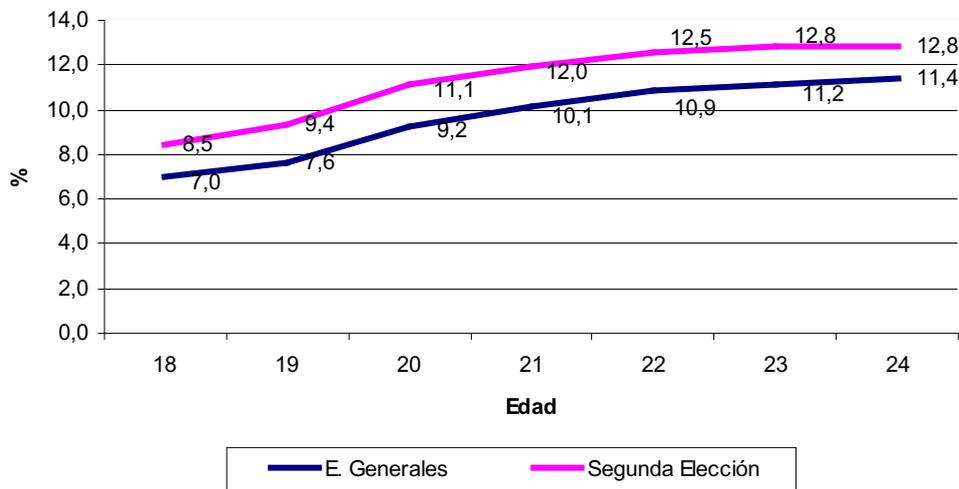
Edad	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	2.935.217	90,0	10,0	88,3	11,7
16	2	100,0			
17	8	100,0			
18	120.768	93,0	7,0	91,5	8,5
19	421.393	92,4	7,6	90,6	9,4
20	456.017	90,8	9,2	88,9	11,1
21	480.657	89,9	10,1	88,0	12,0
22	465.068	89,1	10,9	87,5	12,5
23	499.362	88,8	11,2	87,2	12,8
24	491.942	88,6	11,4	87,2	12,8

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Ello significa que la proporción de omisos al voto aumenta con la edad; sobre todo a partir de los 20 años, rango en donde el porcentaje de omisos se incrementa dos dígitos respecto a la edad anterior: de 7,6% (a los 19 años) a 9,2% (a los 20 años), en las Elecciones Generales de abril; y de 9,4% (a los 19 años) a 11,1% (a los 20 años), en la Segunda Elección Presidencial. Cabe recordar que no se presentaron casos de omisos en electores emancipados de 16 y 17 años de edad.

**GRÁFICO 17**  
**Omisiones jóvenes según edad**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 7.1.3 Grado de instrucción

Al analizar la participación de los electores jóvenes según el grado de instrucción alcanzado, vemos que la mayor participación se dio entre aquellos con niveles de estudios superior y secundario. En las Elecciones Generales de abril, de los 90.260 electores con grado superior, votaron 83.691 electores (92,7%); y de los 2.449.581 jóvenes con nivel secundario sufragaron 2.208.296 (90,1%). Le siguen en mayor participación los jóvenes con grado de instrucción técnica (88,6% de ellos); con grado de instrucción primaria (88,6%); iletrados (87,0%) y jóvenes electores con educación especial (45,8%).

En la Segunda Elección Presidencial fueron también los jóvenes con grado de instrucción superior y secundaria quienes en su mayoría participaron del proceso con su voto. Así, en la segunda vuelta votaron el 92,4% de los jóvenes con estudios superiores; el 88,8% de los jóvenes con secundaria; el 88,2% de los jóvenes con estudios técnicos; el 84,4% de los electores con estudios primarios; el 82,6% de los electores jóvenes iletrados; y el 46,1% de los jóvenes con educación especial.

**CUADRO 23**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes según grado de instrucción**

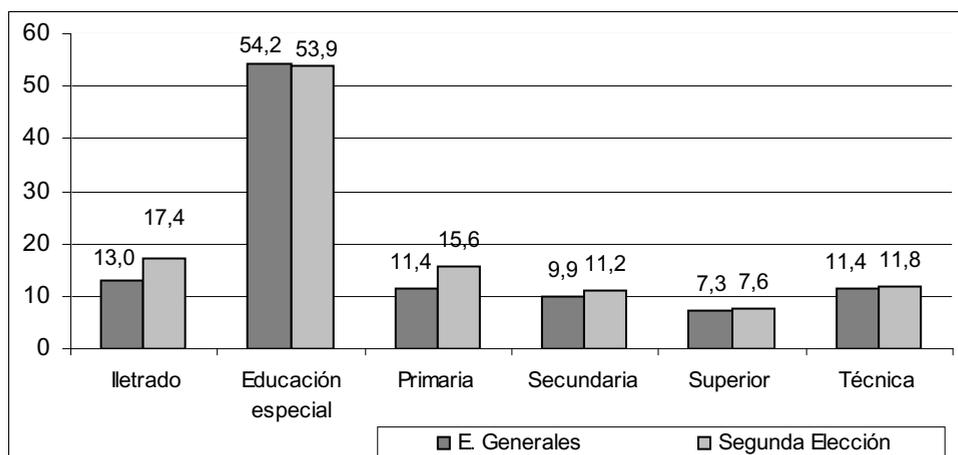
Grado de Instrucción	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	2.935.217	90,0	10,0	88,3	11,7
Iletrado	20.159	87,0	13,0	82,6	17,4
Educación especial	1.554	45,8	54,2	46,1	53,9
Primaria	349.031	88,6	11,4	84,4	15,6
Secundaria	2.449.581	90,1	9,9	88,8	11,2
Superior	90.269	92,7	7,3	92,4	7,6
Técnica	24.623	88,6	11,4	88,2	11,8

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Los omisos jóvenes, en consecuencia, se presentan en mayor proporción entre aquellos que cuentan con educación especial, los iletrados y los que tienen educación técnica. En las Elecciones Generales de abril los mayores porcentajes de omisos se dieron entre jóvenes con educación especial (54,2%); iletrados (13,0%); primaria y técnica (11,4% cada una). En la Segunda Elección, los omisos fueron sobre todo jóvenes con educación especial (53,9%); iletrados (17,4%); primaria (15,6%) y técnica (11,8%).

**GRÁFICO 18**  
**Omisos jóvenes según grado de instrucción**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

En el siguiente acápite se analiza el comportamiento de los omisos y votantes según el lugar de residencia, tanto en el ámbito nacional, como en el extranjero y en Lima Metropolitana.

## 7.2 Participación según lugar de residencia

Como ya se ha visto, la participación de los jóvenes de 16 a 24 años alcanzó un 90,0% de su población total; sin embargo, esta proporción varía según el ámbito de residencia del elector. Así, tenemos que entre los jóvenes residentes en el ámbito nacional la proporción de votantes es más alta que entre los jóvenes afincados en el exterior. En las Elecciones Generales de abril participó el 90,3% de los electores jóvenes residentes en el territorio nacional; mientras que del total de jóvenes electores residentes en el exterior, sufragó sólo el 70,1%. En la Segunda Elección Presidencial se presentó la misma tendencia: el 88,6% de los electores jóvenes residentes en el ámbito nacional votaron; y del total de residentes en el exterior sufragó el 62,1%. Es decir, en el territorio nacional la participación de los votantes jóvenes es mayor.

**CUADRO 24**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes según lugar de residencia**

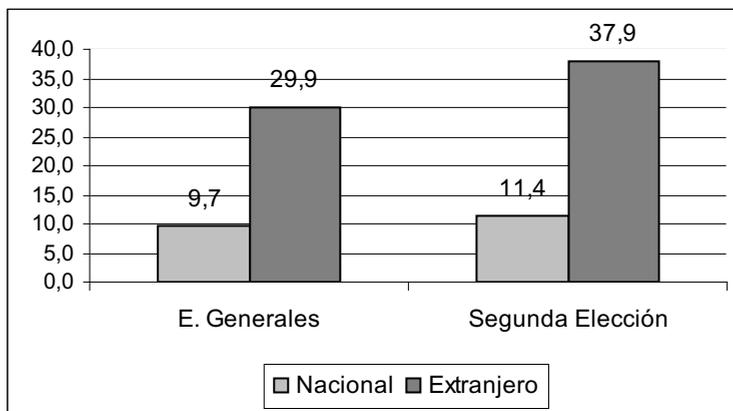
Lugar de Residencia	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	2.935.217	90,0	10,0	88,3	11,7
Nacional	2.896.439	90,3	9,7	88,6	11,4
Extranjero	38.778	70,1	29,9	62,1	37,9

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Observamos entonces que los omisos se registraron principalmente entre los electores jóvenes residentes en el exterior, en porcentajes que llegaron al 29,9%, en las Elecciones Generales de abril, y 37,9%, en la Segunda Elección Presidencial. En el ámbito nacional, los omisos se presentaron en proporciones mucho menores: 9,7% en la primera vuelta y 11,4% en la segunda. Hay que destacar cómo se incrementa el porcentaje de omisos en el extranjero para la Segunda Elección Presidencial, 8%; mientras que el ámbito nacional los omisos jóvenes aumentaron sólo en 1,7%.

**GRÁFICO 19**  
**Omisos jóvenes según lugar de residencia**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

A continuación veremos el comportamiento de los votantes y omisos jóvenes en cada uno de los lugares de residencia, en el ámbito departamental en el territorio nacional; y con respecto a los continentes en donde habitan los inmigrantes peruanos. Finalmente se analizará la participación de los electores jóvenes en los distritos de Lima Metropolitana.

### 7.2.1 Según departamentos del país

La participación de los jóvenes electores a escala nacional se dio principalmente en departamentos de la Costa y, en menor proporción, en los ubicados en la Selva.

En las Elecciones Generales de abril, la mayor participación de votantes jóvenes se registró en los departamentos costeros como Ica (95,0%); Tacna (93,2%); Moquegua (93,1%); Tumbes (92,6%); Arequipa (92,5%); Lima (92,2%) y la provincia constitucional del Callao (92,1%); así como en los departamentos de la Sierra como Puno (92,1%); Huancavelica (90,4%) y Áncash (90,3%), entre otros.

En la Segunda Elección Presidencial, los mayores porcentajes de votantes se presentaron en los mismos departamentos, aunque en menor proporción: Ica (94,4%); Tacna (92,7%); Moquegua (92,3%); Tumbes (92,0%); Arequipa (91,8%) y Lima (91,7%), por mencionar algunos de ellos.

**CUADRO 25**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes**  
**residentes en el país según departamento**

Departamento	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	2.896.439	90,3	9,7	88,6	11,4
Amazonas	35.076	83,6	16,4	79,0	21,0
Áncash	112.522	90,3	9,7	88,2	11,8
Apurímac	37.637	83,2	16,8	78,9	21,1
Arequipa	132.147	92,5	7,5	92,0	8,0
Ayacucho	58.644	89,4	10,6	86,6	13,4
Cajamarca	151.482	87,6	12,4	83,7	16,3
Callao	90.091	92,1	7,9	91,8	8,2
Cusco	122.285	86,2	13,8	82,5	17,5
Huancavelica	40.457	90,4	9,6	85,9	14,1
Huánuco	74.032	86,8	13,2	81,9	18,1
Ica	80.492	95,0	5,0	94,4	5,6
Junín	134.140	89,5	10,5	88,3	11,7
La Libertad	172.031	90,0	10,0	88,9	11,1
Lambayeque	121.795	88,9	11,1	87,4	12,6
Lima	953.841	92,2	7,8	91,6	8,4
Loreto	80.375	84,7	15,3	82,9	17,1
Madre de Dios	7.778	85,8	14,2	84,4	15,6
Moquegua	14.932	93,1	6,9	92,3	7,7
Pasco	25.580	90,1	9,9	88,9	11,1
Piura	169.644	89,5	10,5	87,3	12,7
Puno	127.617	92,1	7,9	90,0	10,0
San Martín	65.488	85,8	14,2	83,0	17,0
Tacna	30.765	93,2	6,8	92,7	7,3
Tumbes	20.315	92,6	7,4	91,7	8,3
Ucayali	37.273	84,5	15,5	82,9	17,1

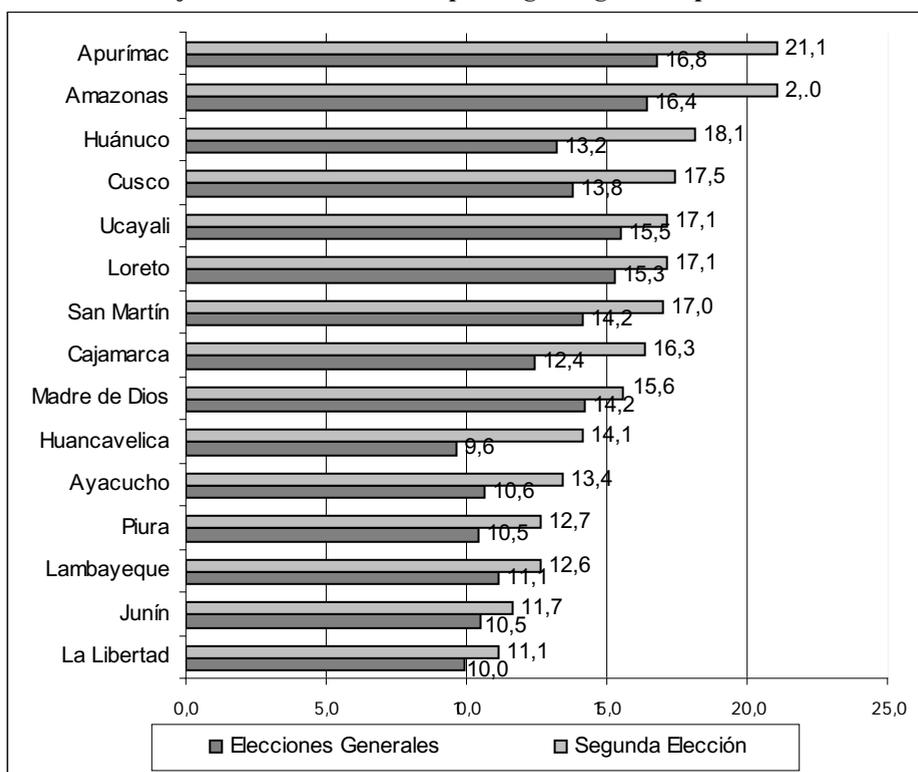
Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

En consecuencia, los mayores porcentajes de omisos jóvenes se presentaron en departamentos ubicados en la selva del país (excepto el caso de Apurímac) y, sobre todo, en la Segunda Elección Presidencial. Los departamentos con más omisos

jóvenes en las Elecciones Generales de abril fueron Apurímac (16,8%); Amazonas (16,4%), Ucayali (15,5%), Loreto (15,3%), Madre de Dios y San Martín (14,2% cada uno).

En la Segunda Elección Presidencial los departamentos con más índices de omisos fueron Apurímac (21,1%), Amazonas (21,0%), Huánuco (18,1%), Cusco (17,5%), Ucayali y Loreto (17,1% cada uno).

**GRÁFICO 20**  
**Omisos jóvenes residentes en el país según algunos departamentos**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.  
 Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 7.2.2 Según continentes en el extranjero

En el extranjero, la participación de los electores jóvenes alcanzó en total el 70,1%, en las Elecciones Generales de abril, y el 62,1% en la Segunda Elección. Europa fue el continente donde se registró mayor participación de los jóvenes en el proceso

electoral, con 79,6% en las Elecciones Generales de abril y 65,0% en la Segunda elección, superando los porcentajes de participación en todo el territorio extranjero. En América, continente que alberga la mayor cantidad de electores jóvenes en el extranjero, la participación fue de 66,8% en Elecciones Generales y 61,7% en Segunda Elección. En Asia concurren a votar menos de la mitad de los jóvenes electores: 46,0% en Elecciones Generales y 47,2% en la Segunda Elección. En Oceanía la participación fue de similares proporciones: 45,5% en Elecciones Generales y 41,6% en Segunda Elección. África es el continente en donde participó menos de un tercio de votantes jóvenes: 28,6% en cada uno de los procesos electorales.

**CUADRO 26**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes**  
**residentes en el extranjero según continente**

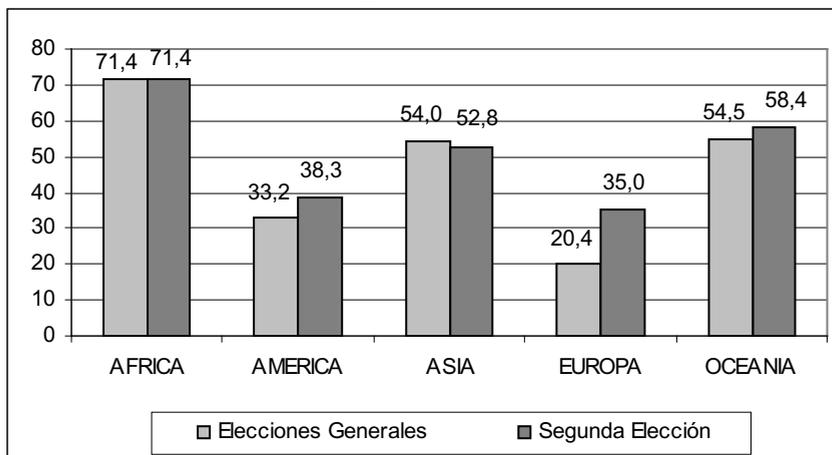
Continente	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	38.778	70,1	29,9	62,1	37,9
África	7	28,6	71,4	28,6	71,4
América	24.465	66,8	33,2	61,7	38,3
Asia	1.598	46,0	54,0	47,2	52,8
Europa	12.631	79,6	20,4	65,0	35,0
Oceanía	77	45,5	54,5	41,6	58,4

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Desde el punto de vista de los datos sobre omisos al voto, tenemos que el continente africano es donde se presentó el mayor porcentaje de omisos jóvenes en el extranjero (71,4% en cada uno de los procesos electorales); seguido de Oceanía (54,5 en Elecciones Generales y 58,4% en Segunda Elección); Asia (54% en Elecciones Generales y 52,8% en Segunda Elección); América (33,2% en Elecciones Generales y 38,3% en Segunda Elección); y Europa (20,4% en Elecciones Generales y 35,0% en Segunda Elección). Hay que notar que en Europa el porcentaje de no-votación aumentó en 15,4% entre uno y otro proceso electoral, a diferencia del resto de continentes.

**GRÁFICO 21**  
**Omisiones jóvenes residentes en el extranjero**  
**según continente**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

### 7.2.3 Según distritos en Lima Metropolitana

En Lima Metropolitana, la participación de los electores jóvenes fue de 92,1% en Elecciones Generales y 91,6% en Segunda Elección Presidencial, tendencia que se repite en la mayor parte de los distritos que la conforman.

Así, tenemos que el distrito con mayor porcentaje de votantes fue Pucusana, con 95,5% (en Elecciones Generales) y 94,1% (en Segunda Elección Presidencial); le sigue Lurín con 94,3% (Elecciones Generales) y 94,2% (Segunda Elección Presidencial); y Santa María del Mar con 94,3% (Elecciones Generales) y 90,4% (Segunda Elección Presidencial). Otros distritos con porcentajes altos de participación electoral de los jóvenes en ambos procesos fueron San Bartolo, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo, Santa Anita, Independencia, El Agustino, Cieneguilla y Carabayllo, entre otros.

Cabe destacar la alta participación electoral de los jóvenes registrada en distritos como San Juan de Lurigancho, San Juan de Miraflores, Comas, Ate-Vitarte y Los Olivos, distritos donde reside la mayor parte de la población electoral joven del país. En estos distritos votaron nueve de cada diez electores en el rango de edad estudiado.

**CUADRO 27**  
**Electores, votantes y omisos jóvenes**  
**residentes en Lima Metropolitana**

Distrito	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección Presidencial	
		Votantes (%)	Omisos (%)	Votantes (%)	Omisos (%)
Total	863.357	92,1	7,9	91,6	8,4
Ancón	3.194	91,9	8,1	91,4	8,6
Ate-Vitarte	51.453	92,6	7,4	92,1	7,9
Barranco	5.157	91,7	8,3	91,4	8,6
Breña	10.916	92,1	7,9	91,6	8,4
Carabayllo	18.700	93,3	6,7	92,6	7,4
Chaclacayo	5.270	90,7	9,3	90,3	9,7
Chorrillos	29.127	91,9	8,1	91,2	8,8
Cieneguilla	1.767	93,1	6,9	93,2	6,8
Comas	53.457	92,8	7,2	92,3	7,7
El Agustino	21.117	93,4	6,6	92,4	7,6
Independencia	21.119	93,1	6,9	92,5	7,5
Jesús María	9.530	89,8	10,2	89,5	10,5
La Molina	17.579	89,8	10,2	89,5	10,5
La Victoria	23.710	91,6	8,4	90,9	9,1
Lima	37.532	91,3	8,7	90,5	9,5
Lince	7.720	91,3	8,7	90,7	9,3
Los Olivos	39.234	92,1	7,9	91,8	8,2
Lurigancho	14.786	91,5	8,5	91,7	8,3
Lurín	6.054	94,3	5,7	94,2	5,8
Magdalena del Mar	6.100	90,4	9,6	90,0	10,0
Miraflores	10.815	89,0	11,0	88,8	11,2
Pachacamac	4.886	94,2	5,8	93,9	6,1
Pucusana	942	95,5	4,5	94,1	5,9
Pueblo Libre	10.646	90,5	9,5	89,9	10,1
Puente Piedra	22.989	93,2	6,8	92,2	7,8
Punta Hermosa	509	92,3	7,7	92,5	7,5
Punta Negra	511	92,8	7,2	92,4	7,6
Rímac	21.887	92,0	8,0	91,5	8,5
San Bartolo	513	94,0	6,0	94,0	6,0
San Borja	14.148	89,9	10,1	89,4	10,6
San Isidro	6.896	87,3	12,7	87,3	12,7

continúa página siguiente...

... continúa de la página anterior.

Distrito	Electores (absoluto)	Elecciones Generales		Segunda Elección Presidencial	
San Juan de Lurigancho	101.995	92,7	7,3	92,2	7,8
San Juan de Miraflores	45.924	92,9	7,1	92,2	7,8
San Luis	6.749	92,1	7,9	91,7	8,3
San Martín de Porres	63.358	91,9	8,1	91,3	8,7
San Miguel	15.732	90,0	10,0	89,8	10,2
Santa Anita	23.881	93,1	6,9	92,6	7,4
Santa María del Mar	157	94,3	5,7	90,4	9,6
Santa Rosa	686	92,0	8,0	92,0	8,0
Santiago de Surco	36.473	90,1	9,9	89,8	10,2
Surquillo	9.824	91,7	8,3	91,3	8,7
Villa el Salvador	41.427	93,6	6,4	92,9	7,1
Villa María del Triunfo	38.887	93,4	6,6	92,7	7,3

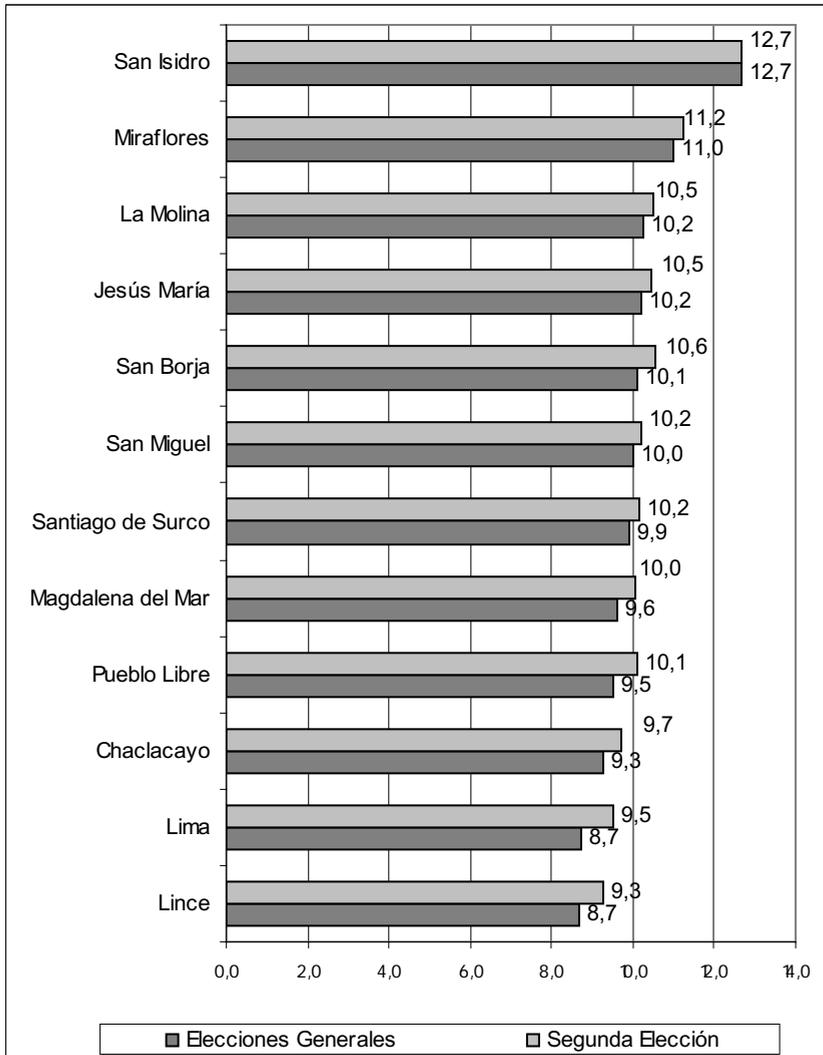
Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

Por otro lado, observamos que los distritos con mayor porcentaje de omisos jóvenes en estas elecciones fueron San Isidro, Miraflores, La Molina, Jesús María, San Borja, San Miguel y Santiago de Surco, además de Magdalena del Mar y Pueblo Libre. En todos ellos, las cifras de omisos supera el promedio de Lima Metropolitana que fue 8,1% (en Elecciones Generales) y 8,6% (en Segunda Elección Presidencial).

En San Isidro, los omisos totalizaron el 12,7% de los votantes (tanto en Elecciones Generales como en Segunda Elección Presidencial); en Miraflores, el 11% (en Elecciones Generales) y 11,2% (en Segunda Elección Presidencial); en La Molina y en Jesús María se presentó el mismo porcentaje: 10,2% (en Elecciones Generales) y 10,5% (en Segunda Elección Presidencial); y en San Miguel fue de 10,0% (en Elecciones Generales) y 10,2% (en Segunda Elección Presidencial).

**GRÁFICO 22**  
**Distritos de Lima con mayor porcentaje de omisos jóvenes**



Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral

## **A modo de conclusión**

- Las electoras mujeres votaron en mayor proporción que los electores hombres.
- Los más jóvenes del grupo, de 16 a 19 años, participaron más que los mayores, de 20 a 24 años.
- La mayor participación electoral se dio entre los jóvenes con grado de instrucción superior y secundaria, y menos en aquellos con educación especial o iletrados.
- La proporción de votantes es más alta entre los residentes en el ámbito nacional que en el extranjero.
- En el Perú, la participación de los jóvenes se dio principalmente en los departamentos de la Costa, particularmente Ica, Tacna, Moquegua, Tumbes y Arequipa. Los omisos fueron más frecuentes en departamentos de la Selva, tales como Amazonas, Ucayali, Loreto y Madre de Dios, entre otros.
- En el extranjero, Europa fue el continente con la mayor participación electoral de los jóvenes; mientras que África se registraron muy pocos votantes.
- En Lima Metropolitana, la mayor participación se dio en distritos como Pucusana, Lurín y Santa María del Mar, mientras que el mayor porcentaje de omisos se presentó en distritos como San Isidro, Miraflores y La Molina, entre otros. Llama la atención que la menor participación electoral de los jóvenes ocurra precisamente en distritos con los mayores niveles de vida del país donde podrían residir aquellos con grados educativos más altos. Sin embargo, hay que recordar que se trata de distritos en donde reside menos del 5% de los electores jóvenes, lo cual podría ser poco significativo en términos estadísticos.

# Conclusiones

1. Los electores jóvenes de 18 a 24 años de edad demuestran una particular forma de experimentar el ejercicio de su ciudadanía a través del sufragio. Ésta se caracteriza por una actitud positiva, de naturaleza cívica antes que política, frente al voto, las elecciones y los candidatos. Dicha actitud cívica tiende a ser homogénea en los jóvenes, y está influenciada por el contexto particular en que se socializan; en este caso, la familia y los medios de comunicación aparecen como elementos importantes en la formación de su opinión y de su comportamiento frente al voto. Esto nos permite concluir que estamos frente a una generación de jóvenes que se expresa positivamente del voto y de las elecciones pero que es influenciable por una coyuntura política que no motiva una mayor participación electoral y política de su parte. Analizar a los jóvenes bajo el enfoque de la juventud como iniciación, antes que transición, nos permite sostener la importancia de orientarse a este grupo de electores desde sus primeros años de formación y no al final de ella.
2. Los electores jóvenes son principalmente urbanos, limeños y con grados de instrucción aceptables. Es la población electoral que mayor crecimiento ha tenido en los últimos cinco años. Su distribución es homogénea entre hombres y mujeres, cuentan en su mayoría con grado de instrucción secundaria y tienen principalmente entre 20 y 24 años. Están concentrados en el departamento de Lima, particularmente en los distritos de San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres.
3. Frente a la estrategia de difusión electoral de la ONPE —orientada principalmente a motivar a los miembros de mesa, a explicar sobre el Parlamento Andino y a cómo votar—, los jóvenes manifestaron no haber estado muy informados sobre temas como el Parlamento Andino o los candidatos en competencia, pero sí contar con un grado aceptable sobre sus procedimientos de votación. La información recibida de ONPE fue mayor al interior del país, en donde la radio es uno de los medios de comunicación más usado. En el caso de los jóvenes estudiantes de Lima, la televisión no resultó una fuente de recordación importante en materia de

publicidad electoral, debido a la falta de tiempo para ver televisión en época de estudios. Por su parte, la capacitación electoral logra revertir el sentido de obligatoriedad del voto por uno de motivación, basado en la concepción de éste como un derecho ciudadano, contribuyendo a la formación de la identidad ciudadana de los jóvenes.

4. La televisión, la radio y el Internet fueron los medios de comunicación más mencionados por los jóvenes para noticiarse sobre el tema electoral, aunque su impacto varía según la zona de residencia geográfica. El tipo de información que los jóvenes manifiestan necesitar más es principalmente acerca de los partidos políticos y los candidatos que participan en la competencia electoral. Los jóvenes están habilitados para marcar bien su voto, tal como lo demuestra el desempeño del elector capacitado que es mucho mejor en los jóvenes de 18 a 24 años. Este tipo de información se justifica cuando las elecciones son más complejas o novedosas que las anteriores. La información sobre los partidos y candidatos que compiten es percibida como clave para el ejercicio de un voto consciente y de calidad.
5. Los jóvenes entrevistados demandan mensajes más cercanos a la motivación que a la información; particularmente mensajes que motiven ir a votar antes que transmitir la idea de la obligatoriedad del voto. Los jóvenes ya reciben de su familia y de los medios de comunicación mensajes impositivos sobre «el deber del voto» y las sanciones que recibirían si se abstienen, y/o sobre los procedimientos de la votación. Así, la primera experiencia de votación es asumida como parte del proceso de socialización de los jóvenes, fuertemente influida por la familia y los medios de comunicación. Es la forma en que inician su etapa de formación como electores y ciudadanos, por lo que valoran el orden y las facilidades para orientarse en los locales de votación, al igual que toda la información disponible sobre el tema. Valoran acceder a fuentes alternativas de comunicación tales el Internet, en donde puedan hacer sus propias búsquedas de sus temas de interés. Los jóvenes entrevistados no se identificaron con el afiche de motivación dirigido a este grupo, debido a la edad de quienes aparecen en la fotografía, el concepto de la misma y el mensaje; sugerían figuras juveniles más cotidianas, cercanas a su realidad, con más color, en movimiento y con un mensaje más motivador y menos impositivo. Tampoco fue identificado como un afiche institucional, debido en parte a que el logotipo de la ONPE aparecía muy sutilmente, y a que no se tenía un conocimiento válido de las funciones de la Institución en materia de difusión electoral.
6. En general, se percibe una tensión entre la motivación y la apatía en la actitud de los jóvenes hacia el voto y la política; esta tensión se refleja en algunos dilemas a

los que se enfrentan como: votar porque es un derecho cívico o es una obligación; votar por el candidato con quien se identifican o por la opción que imponen los medios; la política es importante para el país pero es siempre discurso sin acciones. En esta tensión, la tendencia a la apatía responde principalmente a la mala imagen que tienen de la política y de los políticos, a la falta de credibilidad de los mismos y a la ausencia de representación de sus intereses como jóvenes, entre otros factores. La percepción y la actitud que muestran hacia el voto es potencialmente cívica en esta etapa de su formación ciudadana, aunque reconocen que el contexto político y la imagen de los políticos influyen en la actitud que luego tienen del voto.

7. La participación de los jóvenes fue alta en el proceso electoral general de 2006. Sin embargo, participaron más las mujeres y los jóvenes de 18 a 19 años. Asimismo, los jóvenes con grado de instrucción superior y secundaria; los residentes en el ámbito nacional, particularmente en los departamentos de la Costa. En el extranjero, el mayor número de votantes se dio en Europa; y en Lima Metropolitana, en los distritos de Pucusana, Lurín y Santa María del Mar. El mayor porcentaje de omisos se registró en distritos como San Isidro, Miraflores y La Molina, en Lima.



# Recomendaciones

1. La experiencia de votación de los jóvenes, sobre todo aquellos que tienen entre 18 y 24 años, merece una atención especial por parte de los órganos electorales, debido a la potencial actitud positiva que manifiesta respecto al sufragio y las elecciones. Son los años de inicio de la formación de su identidad ciudadana y política, por lo que reforzar estrategias de educación electoral orientadas a los jóvenes electores resulta estratégico para mejorar la calidad y el grado de su participación como electores en todas las demás etapas de su vida. Con ello se contribuye a la calidad del voto y de las elecciones futuras.
2. El incremento de los jóvenes en la población electoral y su alta concentración en zonas urbanas y en los departamentos de mayor población electoral del país fundamentan la necesidad de diseñar una estrategia de información y de educación electoral orientada a este grupo de ciudadanos. Cualquier estrategia de difusión y educación electoral dirigida a los jóvenes podría tomar en cuenta que se trata de una población electoral principalmente urbana, homogénea entre hombres y mujeres, entre 20 y 24 años de edad y que cuenta con grados aceptables de información electoral y con experiencias conocidas de votación.
3. Las estrategias de difusión y educación electoral a este grupo deberían dar prioridad a los mensajes publicitarios y educativos con fines de motivación antes que aquellos de transmisión de habilidades electorales, aspectos aparentemente superados por este grupo electoral. La motivación para ir a votar y cumplir con su derecho a voto como ciudadanos en cuya responsabilidad descansa el mantenimiento de la democracia, podría ser uno de los temas a ser implementados por las tareas de difusión y educación electoral de la ONPE. Asimismo, la información electoral a ser difundida debería tener en cuenta que se trata de electores con cierto grado de instrucción y conocimiento básico sobre las elecciones, proveniente fundamentalmente de su familia y de su entorno inmediato.
4. Los materiales educativos o informativos dirigidos a los jóvenes tienen que ser

probados en grupos de discusión con los propios jóvenes a fin de recoger los aspectos que generan en ellos mayor identificación. Así se podrán encontrar las estrategias comunicativas más cercanas a las experiencias propiamente juveniles tales como más color, mayor movimiento, sentido de grupalidad, uso de espacios de educación, de esparcimiento, lenguaje amigable, entre otros asuntos a tener en cuenta.

5. Una estrategia de comunicación ideal con los jóvenes es el Internet y la información virtual. La página Web de la ONPE podría incluir una ventana especial de información para jóvenes en la que ellos encuentren información ágil y precisa sobre las elecciones y acerca de la jornada electoral, sobre todo dirigida a quienes van a votar por primera vez; enlazarlos con otras páginas institucionales con datos sobre los candidatos y partidos en competencia, y en general con páginas que noticien al elector. Esta ventana podría enlazarlos a programas de voluntariado juvenil, tanto de organismos públicos como privados, gubernamentales como no gubernamentales, con el fin de reforzar los esfuerzos existentes para motivar la participación juvenil en las elecciones y en la política en general.
6. La coordinación con otras instituciones especializadas en el tema de jóvenes, tanto nacionales como internacionales, sería clave para reforzar la labor educativa de la ONPE en este grupo electoral; de igual forma, la utilización de medios de comunicación comunes en los jóvenes, particularmente la radio y las páginas de Internet de las universidades o centros de estudio.
7. Otros espacios de información y difusión para los jóvenes son los centros universitarios y los institutos de educación técnica en donde pasan la mayor parte del día; para ello podría coordinarse con las instancias de representación estudiantil de los diferentes centros de estudio a fin de replicar mejor la información a través de sus propias organizaciones. Los programas de televisión y de radio más consumidos por los jóvenes podrían también ser utilizados como espacios de difusión y motivación electoral; al respecto podría convocarse a personajes mediáticos reconocidos por los jóvenes (líderes de opinión, actores, comunicadores, entre otros) que pueden participar de una campaña de motivación al joven con el fin de incentivar su participación en el proceso electoral.

# Fuentes y Bibliografía

## a) Fuentes utilizadas

EL COMERCIO

2005 «Rechazan a los políticos pero no el ejercicio de la política». Mesa Redonda Elecciones 2006. Sábado 26 de noviembre.

LA REPÚBLICA

2006 «Jóvenes indecisos que deciden». Especial, debate electoral. Lunes 23 de enero.

ONPE-OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

s/f «Plan General de Elecciones 2006. Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Electoral». Documento interno.

s/f Base de datos de omisos y votantes de electores entre 18 y 24 años de edad. Gerencia de Sistemas e Informática (versión digital).

2005 El ausentismo electoral en el Perú: 1998-2002. características de seis procesos electorales. Lima: ONPE, Centro de Investigación Electoral.

2006a Informes cualitativos del cumplimiento de actividades del Plan General de Elecciones. De enero a junio. Gerencia de Formación y Capacitación Electoral.

2006b Informes mensuales de cumplimiento de metas físicas del Plan General de Elecciones. De diciembre a mayo. Gerencia de Información y Educación Electoral.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

2005 «Los jóvenes han perdido interés por el quehacer político, no por la política. Elecciones por un voto informado». Punto Edu, 5-11 de diciembre de 2005.

REGISTRO NACIONAL DE IDENTIFICACIÓN Y ESTADO CIVIL

2006 Boletín estadístico: Población electoral del Perú-Elecciones Generales 2006. Lima: RENIEC-Gerencia de Informática y Estadística.

## **b) Bibliografía revisada**

ARAMBURÚ, Carlos Eduardo

2005 «La juventud peruana ¿divino tesoro?». En Palestra, Portal de Asuntos Públicos de la PUCP, diciembre de 2005. Disponible en: <[www.palestra.pucp.edu.pe](http://www.palestra.pucp.edu.pe)>.

AYLLÓN, Fernando

1990 Juventud peruana, diagnóstico y alternativas. Lima: CYDESO-CONCYTEC.

BANCO MUNDIAL

2000 Objetivos de Desarrollo del Milenio. Disponible en: <[www.worldbank.org/data](http://www.worldbank.org/data)>.

BIBLIOTECA DEL CONGRESO DEL PERÚ

2005 «Pasiones privadas ¿utopías públicas? Conciencia, ironía y rebeldía en la ética política de los jóvenes peruanos». Los jóvenes y el Parlamento, Primer Concurso Nacional. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.

BOURDIEU, Pierre y Jean Claude PASSERON

2004 Los herederos: los estudiantes y la cultura. 1.<sup>a</sup> edición. 1.<sup>a</sup> reimpresión. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

CONAJU-CONSEJO NACIONAL DE LA JUVENTUD

2004 Jóvenes y participación en procesos electorales-2002. Lima: CONAJU-Gerencia de Investigación y Desarrollo,.

2005 Informe final: investigación cuantitativa. Estudio de opinión pública en jóvenes de 15 a 29 años. Lima: IMASEN-CONAJU.

FERNÁNDEZ M., Gabriela

2000 «Notas sobre la participación política de los jóvenes chilenos». En BALARDINI, Sergio (comp.). La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo. Buenos Aires: CLACSO.

FONCODES- FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

[2000] «Informe sobre los mapas de pobreza». Documento, s/f.

IIDH-INSTITUTO INTERAMERICANO DE DERECHOS HUMANOS

2000 Diccionario electoral, 3 tomos. San José: IIDH.

KRAUSKOPF, Dina

2000 «Dimensiones críticas en la participación social de las juventudes». En BALLARDINI, Sergio (comp.). La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo. Buenos Aires: CLACSO.

LYNCH, Nicolás

s/f «La ciudadanía: ¿un bien importado? Reflexiones sobre la ciudadanía en el Perú». Consorcio Juventud y País. Texto elaborado para Encuentros. Casa de la Juventud. Disponible en: <<http://www.portaldelajuventud.org/files/Texto%2006.doc>>.

MACASSI, Sandro

2001 Culturas juveniles, medios y ciudadanía: el nuevo horizonte generacional y las disyuntivas de la inserción de los jóvenes en la sociedad. Lima: Asociación de Comunicadores Calandria.

MANRIQUE, Nelson

2006 «El voto de los jóvenes es decisivo». La República, lunes 23 de enero.

PANFICHI, Aldo y Marcel VALCÁRCEL (eds.)

1999 Juventud, sociedad y cultura. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

PORTOCARRERO, Gonzalo

2004 «Moralismo, contestación y cinismo como posiciones de enunciación de los juicios morales en la juventud peruana». En Rostros criollos del mal (cultura y transgresión en la sociedad peruana). Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales.

REGUILLO, Rossana

2000 Emergencias de las culturas juveniles: estrategias del desencanto. Buenos Aires: Norma.

TANAKA, Martín

2005 Democracia sin partidos. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

2006 «No se aprovecha el voto juvenil». La República, lunes 23 de enero.

TUESTA, Fernando

2005 Representación política: las reglas también cuentan. Sistemas electorales y partidos políticos. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú-Fundación Friedrich Ebert.

VENTURO, Sandro

2001 *Contra Juventud. Ensayos Sobre Juventud y Participación Política*. Lima:  
Instituto de Estudios Peruanos.

# Anexos



**ANEXO 1**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años a escala nacional según departamentos**

Departamento	Electores	Votantes E. Generales		Omisos E. Generales		Votantes Segunda E.		Omisos Segunda E.	
		Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	2.896.439	2.614.223	90,3	282.216	9,7	2.567.372	88,6	329.067	11,4
Amazonas	35.076	29.314	83,6	5.762	16,4	27.697	79,0	7.379	21,0
Áncash	112.522	101.616	90,3	10.906	9,7	99.241	88,2	13.281	11,8
Apurímac	37.637	31.308	83,2	6.329	16,8	29.700	78,9	7.937	21,1
Arequipa	132.147	122.264	92,5	9.883	7,5	121.563	92,0	10.584	8,0
Ayacucho	58.644	52.399	89,4	6.245	10,6	50.762	86,6	7.882	13,4
Cajamarca	151.482	132.689	87,6	18.793	12,4	126.730	83,7	24.752	16,3
Callao	90.091	83.005	92,1	7.086	7,9	82.659	91,8	7.432	8,2
Cusco	122.285	105.392	86,2	16.893	13,8	100.945	82,5	21.340	17,5
Huancavelica	40.457	36.567	90,4	3.890	9,6	34.744	85,9	5.713	14,1
Huánuco	74.032	64.274	86,8	9.758	13,2	60.619	81,9	13.413	18,1
Ica	80.492	76.479	95,0	4.013	5,0	75.981	94,4	4.511	5,6
Junín	134.140	120.043	89,5	14.097	10,5	118.508	88,3	15.632	11,7
La Libertad	172.031	154.903	90,0	17.128	10,0	152.879	88,9	19.152	11,1
Lambayeque	121.795	108.246	88,9	13.549	11,1	106.418	87,4	15.377	12,6
Lima	953.841	879.409	92,2	74.432	7,8	873.825	91,6	80.016	8,4
Loreto	80.375	68.064	84,7	12.311	15,3	66.608	82,9	13.767	17,1
Madre de Dios	7.778	6.674	85,8	1.104	14,2	6.566	84,4	1.212	15,6
Moquegua	14.932	13.903	93,1	1.029	6,9	13.789	92,3	1.143	7,7
Pasco	25.580	23.055	90,1	2.525	9,9	22.735	88,9	2.845	11,1
Piura	169.644	151.903	89,5	17.741	10,5	148.140	87,3	21.504	12,7
Puno	127.617	117.507	92,1	10.110	7,9	114.914	90,0	12.703	10,0
San Martín	65.488	56.215	85,8	9.273	14,2	54.332	83,0	11.156	17,0
Tacna	30.765	28.683	93,2	2.082	6,8	28.505	92,7	2.260	7,3
Tumbes	20.315	18.817	92,6	1.498	7,4	18.629	91,7	1.686	8,3
Ucayali	37.273	31.494	84,5	5.779	15,5	30.883	82,9	6.390	17,1

Nota: Incluye a los electores de 16 y 17 años emancipados.

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

## ANEXO 2

## Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años en Lima Metropolitana según distrito

Distrito	Elecciones Generales					Segunda Elección			
	Electores	Votantes		Omisos		Votantes		Omisos	
		Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Ancón	3.194	2.936	91,9	258	8,1	2.919	91,4	275	8,6
Ate-Vitarte	51.453	47.640	92,6	3.813	7,4	47.408	92,1	4.045	7,9
Barranco	5.157	4.730	91,7	427	8,3	4.711	91,4	446	8,6
Breña	10.916	10.054	92,1	862	7,9	9.995	91,6	921	8,4
Carabaylo	18.700	17.442	93,3	1.258	6,7	17.312	92,6	1.388	7,4
Chaclacayo	5.270	4.782	90,7	488	9,3	4.757	90,3	513	9,7
Chorrillos	29.127	26.765	91,9	2.362	8,1	26.570	91,2	2.557	8,8
Cieneguilla	1.767	1.645	93,1	122	6,9	1.647	93,2	120	6,8
Comas	53.457	49.633	92,8	3.824	7,2	49.330	92,3	4.127	7,7
El Agustino	21.117	19.715	93,4	1.402	6,6	19.519	92,4	1.598	7,6
Independencia	21.119	19.669	93,1	1.450	6,9	19.531	92,5	1.588	7,5
Jesús María	9.530	8.558	89,8	972	10,2	8.532	89,5	998	10,5
La Molina	17.579	15.779	89,8	1.800	10,2	15.734	89,5	1.845	10,5
La Victoria	23.710	21.716	91,6	1.994	8,4	21.564	90,9	2.146	9,1
Lima	37.532	34.249	91,3	3.283	8,7	33.967	90,5	3.565	9,5
Lince	7.720	7.051	91,3	669	8,7	7.003	90,7	717	9,3
Los Olivos	39.234	36.136	92,1	3.098	7,9	36.004	91,8	3.230	8,2
Lurigancho	14.786	13.526	91,5	1.260	8,5	13.566	91,7	1.220	8,3
Lurín	6.054	5.710	94,3	344	5,7	5.701	94,2	353	5,8
Magdalena del Mar	6.100	5.513	90,4	587	9,6	5.487	90,0	613	10,0
Miraflores	10.815	9.625	89,0	1.190	11,0	9.599	88,8	1.216	11,2
Pachacamac	4.886	4.605	94,2	281	5,8	4.590	93,9	296	6,1
Pucusana	942	900	95,5	42	4,5	886	94,1	56	5,9
Pueblo Libre	10.646	9.633	90,5	1.013	9,5	9.571	89,9	1.075	10,1
Puente Piedra	22.989	21.420	93,2	1.569	6,8	21.194	92,2	1.795	7,8
Punta Hermosa	509	470	92,3	39	7,7	471	92,5	38	7,5
Punta Negra	511	474	92,8	37	7,2	472	92,4	39	7,6
Rímac	21.887	20.134	92,0	1.753	8,0	20.031	91,5	1.856	8,5
San Bartolo	513	482	94,0	31	6,0	482	94,0	31	6,0
San Borja	14.148	12.717	89,9	1.431	10,1	12.653	89,4	1.495	10,6
San Isidro	6.896	6.023	87,3	873	12,7	6.021	87,3	875	12,7
S.J. de Lurigancho	101.995	94.573	92,7	7.422	7,3	94.012	92,2	7.983	7,8
S. J. de Miraflores	45.924	42.682	92,9	3.242	7,1	42.359	92,2	3.565	7,8
San Luis	6.749	6.217	92,1	532	7,9	6.192	91,7	557	8,3
S.M. de Porres	63.358	58.215	91,9	5.143	8,1	57.824	91,3	5.534	8,7
San Miguel	15.732	14.156	90,0	1.576	10,0	14.123	89,8	1.609	10,2
Santa Anita	23.881	22.236	93,1	1.645	6,9	22.117	92,6	1.764	7,4
Sta. María del Mar	157	148	94,3	9	5,7	142	90,4	15	9,6
Santa Rosa	686	631	92,0	55	8,0	631	92,0	55	8,0
Santiago de Surco	36.473	32.853	90,1	3.620	9,9	32.767	89,8	3.706	10,2
Surquillo	9.824	9.004	91,7	820	8,3	8.973	91,3	851	8,7
Villa el Salvador	41.427	38.792	93,6	2.635	6,4	38.465	92,9	2.962	7,1
Villa M. del Triunfo	38.887	36.331	93,4	2.556	6,6	36.054	92,7	2.833	7,3
Total	863.357	795.570	92,1	67.787	7,9	790.886	91,6	72.471	8,4

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**ANEXO 3**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años a escala nacional según continente**

Departamento	Electores	Votantes E. Generales		Omisos E. Generales		Votantes Segunda E.		Omisos Segunda E.	
		Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
África	7	2	28,6	5	71,4	2	28,6	5	71,4
América	24.465	16.341	66,8	8.124	33,2	15.084	61,7	9.381	38,3
Asia	1.598	735	46,0	863	54,0	754	47,2	844	52,8
Europa	12.631	10.060	79,6	2.571	20,4	8.205	65,0	4.426	35,0
Oceanía	77	35	45,5	42	54,5	32	41,6	45	58,4

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**ANEXO 4**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años según lugar de residencia**

	Electores		Votantes E.G.		Omisos E.G.		Votantes 2.ª E.		Omisos 2.ª E.	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	2.935.217	100	2641.396	90,0	293.821	10,0	2.591.449	88,3	343.768	11,7
Nacional	2.896.439	100	2.614.223	90,3	282.216	9,7	2.567.372	88,6	329.067	11,4
Extranjero	38.778	100	27.173	70,1	11.605	29,9	24.077	62,1	14.701	37,9

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**ANEXO 5**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años según lugar de residencia**

Grado de Instrucción	Electores		Votantes E.G.		Omisos E.G.		Votantes 2.ª E.		Omisos 2.ª E.	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	2.935.217	100	2.641.396	90,0	293.821	10,0	2.591.449	88,3	343.768	11,7
Iltrado	20.159	100	17.540	87,0	2.619	13,0	16.659	82,6	3.500	17,4
Primaria	349.031	100	309.342	88,6	39.689	11,4	294.511	84,4	54.520	15,6
Secundaria	2.449.581	100	2.208.296	90,1	241.285	9,9	2.174.423	88,8	275.158	11,2
Superior	90.269	100	83.691	92,7	6.578	7,3	83.431	92,4	6.838	7,6
Técnica	24.623	100	21.816	88,6	2.807	11,4	21.709	88,2	2.914	11,8

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**ANEXO 6**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años según edad**

Edad	Electores		Votantes E.G.		Omisos E.G.		Votantes 2. <sup>a</sup> E.		Omisos 2. <sup>a</sup> E.	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	2.935.217	100	2.641.396	90,0	293.821	10,0	2.591.449	88,3	343.768	11,7
16	2	100	2	100,0			2			
17	8	100	8	100,0			8			
18	120.768	100	112.306	93,0	8.462	7,0	110.530	91,5	10.238	8,5
19	421.393	100	389.180	92,4	32.213	7,6	381.878	90,6	39.515	9,4
20	456.017	100	414.002	90,8	42.015	9,2	405.209	88,9	50.808	11,1
21	480.657	100	432.024	89,9	48.633	10,1	423.073	88,0	57.584	12,0
22	465.068	100	414.375	89,1	50.693	10,9	406.777	87,5	58.291	12,5
23	499.362	100	443.667	88,8	55.695	11,2	435.229	87,2	64.133	12,8
24	491.942	100	435.832	88,6	56.110	11,4	428.743	87,2	63.199	12,8

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

**ANEXO 7**  
**Electores, votantes y omisos de 18 a 24 años según sexo**

Distrito	Elecciones Generales						Segunda Elección			
	Electores	%	Votantes	%	Omisos	%	Votantes	%	Omisos	%
Total	2.935.217	100	2.641.396	90,0	293.821	10,0	2.591.449	88,3	343.768	11,7
Hombres	1.477.495	100	1.312.404	88,8	165.091	11,2	1.286.552	87,1	190.943	12,9
Mujeres	1.457.722	100	1.328.992	91,2	128.730	8,8	1.304.897	89,5	152.825	10,5

Fuente: ONPE-GPDE, Área de Estadística.

Elaboración: ONPE-GPDE, Área de Investigación Electoral.

## ANEXO 8

### Ficha Técnica de Encuesta Nacional

1. *Nombre de la encuestadora: IMASEN*
2. *Universo*  
Jóvenes de 18 a 24 años, con DNI inscritos en el departamento, residentes dentro del marco geográfico de las ciudades investigadas.
3. *Ámbito geográfico*  
La investigación se desarrolló a escala nacional, abarcando zonas urbanas.
4. *Método de muestreo*  
Se utilizó un diseño probabilístico polietápico, con selección aleatoria de:
  - Puntos de muestreo;
  - Calles, edificios y viviendas por el método de random route.
  - Hogares y personas por el sistema Kish.
5. *Tamaño y características de la muestra*  
Se efectuaron un total de 1.035 entrevistas efectivas, distribuidas de la siguiente manera:

SEXO	:-	Masculino	49,6%
	-	Femenino	50,4%
ZONAS:	-	Lima/ Callao	49,0%
	-	Norte	22,0%
	-	Sur	17,6%
	-	Centro	5,5%
	-	Oriente	5,9%

6. *Grado de representatividad*  
20 departamentos y la Provincia Constitucional de Callao; dentro de ellos se ha incluido a 46 provincias (incluye Callao) y 130 distritos.

7. *Fiabilidad de la muestra*

Para los resultados globales, en la hipótesis más desfavorable ( $p = 50$  y  $q = 50$ ), se estima un margen de error de  $\pm 3,1\%$ , para un grado de confianza del 95,5%.

8. *Supervisión*

La supervisión abarcó al 40% del trabajo realizado por cada uno de los encuestadores, utilizando la técnica de la reentrevista.

9. *Ponderación*

Por tratarse de una muestra no proporcional a la población de cada una de las zonas, se ha aplicado un factor de ponderación.

<b>ZONAS</b>	<b>Factor de ponderación</b>
Gran Lima	0,91756560
Norte	1,06090391
Sur	1,08625130
Centro	1,08767996
Oriente	1,11824022

10. *Fecha del trabajo de campo*

Se realizó del 29 de abril al 5 de mayo de 2006.

**ANEXO 9****Preguntas de la encuesta**

1. *En general, ¿cuán informado se ha sentido usted sobre la forma de votar en las elecciones generales? (pregunta cerrada)*  
Muy informado  
Regularmente informado  
Poco informado  
Nada informado  
No responde
2. *¿Recibió usted información sobre...? (pregunta cerrada)*  
Cómo ubicar su lugar de votación  
Cómo saber si era miembro de mesa  
Qué tipos de representantes iba a elegir  
Cómo votar  
Cómo hacer uso del voto preferencial
3. *¿Recibió usted información sobre cómo ubicar su lugar de votación?*  
Sí  
No  
No responde
4. *¿Recibió usted información sobre cómo saber si era miembro de mesa?*  
Sí  
No  
No responde
5. *¿Recibió usted información sobre qué tipos de representantes iba a elegir?*  
Sí  
No  
No responde
6. *¿Recibió usted información sobre cómo votar?*  
Sí  
No  
No responde

7. *¿Recibió usted información sobre cómo hacer uso del voto preferencial?*  
Sí  
No  
No responde
8. *¿A través de qué medios recibió esta información sobre las elecciones? (pregunta abierta)*  
Televisión  
Radio  
Internet  
Periódicos  
Amigos y conocidos  
Revistas  
ONPE  
Afiches  
Volantes  
Mesas de información  
Otros  
No responde
9. *¿Con cuál de las siguientes actitudes se identifica más? (pregunta cerrada)*  
Voté porque es un deber de los ciudadanos.  
Voté porque quería respaldar a mi candidato  
Voté porque si no pagaría una multa  
No responde
10. *¿Cómo completaría esta frase «Para mí, las elecciones son...»? (pregunta abierta)*  
La manera de elegir a nuestro representante  
Un deber de todo ciudadano  
Un deber patriótico para nuestro futuro  
La democracia  
Un fiasco  
Importantes  
Decisiones para el cambio  
Un derecho de cada ciudadano  
La voz del pueblo  
Necesarios para el país  
Obligatorios  
Un compromiso con el país  
Otros  
No responde

## ANEXO 10

### Temas de discusión en las entrevistas grupales

#### **Tema 1: La experiencia de votación en las elecciones**

En esta parte se discutió sobre la primera experiencia de sufragio que los entrevistados tuvieron, con quién acudieron a votar, con qué tipo de información contaban, en dónde se informaron, si usaron el voto preferencial y si sabían marcar la cédula. Para ello se pidió que contaran cómo había sido su primera experiencia de votación.

#### **Tema 2: Percepciones sobre el afiche «Listos para votar» de ONPE**

En esta parte se presentó a los jóvenes el afiche de ONPE «Listos para votar» (sin decir que era de ONPE ni que estaba dirigido a jóvenes) con el fin de abrir una discusión sobre el mensaje del afiche, ver sus reacciones y conocer sus opiniones sobre lo presentado. Se plantearon temas como la fotografía del afiche, el mensaje, la forma del afiche y sobre las personas que aparecían en él.

#### **Tema 3: Actitudes hacia la política**

Al grupo se presentó una hoja con la siguiente frase escrita: «A los jóvenes ya no les interesa la política, están en otra», y se planteó como tema de discusión; se les invitó a manifestarse sobre ella y decir si creían que era válida o no; se abrió el debate entre ellos sobre el tema.

#### **Tema 4: Actitudes hacia el voto**

Al grupo se le presentaron tres hojas, cada una con una frase escrita respecto a diferentes actitudes hacia el voto:

- «Voté porque si no pagaría una multa»
- «Voté porque es un deber de los ciudadanos»
- «Voté porque quería respaldar a mi candidato»

Y luego se planteó que se identificaran con alguna de esas frases o con cualquier otra; en cada caso, se sugería explicar sus razones.