

**TRABAJO DE FINAL DE GRADO
DE CIENCIAS POLÍTICAS Y GESTIÓN PÚBLICA**

EL PERFIL DEL MILITANTE DE

 **Ciudadanos**

ADRIANA MAYO FUENTES

TUTOR: AGUSTÍ BOSCH

MAYO 2016



Universitat Autònoma de Barcelona

**FACULTAD DE
CIENCIAS POLÍTICAS
Y SOCIOLOGÍA**

*“For a democratic society to exist it is necessary
for a participatory society to exist”*

*“Para que una sociedad democrática exista
es necesario que exista una sociedad participativa”*

Pateman, 1970

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1. FICHA TÉCNICA	4
2. MODELO DE RECURSOS	5
2.1. Marco teórico		
2.2. Análisis empírico		
3. PERFIL POLÍTICO	7
3.1. Marco teórico: La identificación partidista y el modelo de Michigan		
3.2. Análisis empírico		
4. IDEOLOGÍA Y LEY DE MAY	9
4.1. Marco teórico: La orientación ideológica		
4.2. Ley de la disparidad curvilínea – Ley de May		
4.3. Datos: Autoubicación ideológica		
4.4. Conclusión: La orientación ideológica del militante de Ciudadanos		
4.5. La Ley de May aplicada en Ciudadanos		
5. CONCLUSIÓN	14
BIBLIOGRAFÍA	15
APÉNDICE	16

INTRODUCCIÓN

Ciutadans nació en Cataluña en 2006 a través de la plataforma “Ciudadanos de Catalunya”, impulsada por prestigiosos intelectuales catalanes. Surgía así un nuevo partido autonómico con un proyecto de alcance nacional. Para entonces, en 2006, Ciutadans –con 3 diputados en el Parlament de Catalunya– contaba con 2.500 afiliados¹. Diez años más tarde, Ciudadanos –reconocido como un partido de ámbito estatal y con 1.666² cargos electos– cuenta con más de 32.000 afiliados en todo el territorio nacional.

En este trabajo, se llevará a cabo un estudio sobre el perfil sociodemográfico, socioeconómico, político e ideológico del militante de Ciudadanos. A través de una encuesta dirigida a los 32.131³ afiliados que tenía el partido –actualmente ha aumentado–, se creará el perfil del militante y, posteriormente, será analizado.

La encuesta forma parte de un proyecto de investigación –Project MAPP⁴– sobre los militantes de los partidos políticos de los países europeos. El estudio, impulsado por el grupo de investigación MAPP –reconocido por el Consorcio Europeo de Investigación Política (ECPR)–, integra al Grupo de Investigación de Élites y Partidos (GREP) –dirigido por la Dra. Montserrat Baras, formado por miembros de diferentes universidades nacionales y en el cual he realizado las prácticas profesionales– como representación española.

1. FICHA TÉCNICA

El trabajo presentado a continuación se basa en los datos obtenidos a través de una encuesta realizada durante 24 días –entre el 10 de febrero y el 4 de marzo de 2016, ambos incluidos–. El cuestionario se envió por correo electrónico –a través del Departamento de Comunicación de Ciudadanos– a las personas que estaban afiliadas al partido político hasta entonces.

La encuesta –realizada a partir de la aplicación de Formularios de Google Drive– estaba formada por 63 preguntas abiertas adaptadas a las peculiaridades del partido –por ejemplo, la terminología–. Como se ha mencionado anteriormente, los militantes la recibieron mediante un correo electrónico en el cual se adjuntaba una pequeña explicación y el link de la página web donde se encontraba la encuesta.

El cuestionario se realizó a nivel nacional –Ciudadanos tiene afiliados en las 17 Comunidades Autónomas y en las 2 Ciudades Autónomas– a todos los militantes del partido, de ambos性os y con una edad mínima de 18 años –edad necesaria para poder afiliarse–.

La muestra inicial –en el momento de realizar la encuesta– era de 32.131 militantes, de los cuales respondieron 2.163 personas, un 6,73% del total de los afiliados.

Por otro lado, para conocer la ideología de los votantes de Ciudadanos se usarán dos encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). La primera, el

¹ Datos facilitados por el Grupo de Investigación de Élites y Partidos (GREP)

² Datos facilitados por Ciudadanos

³ Véase TABLA 1 del Apéndice

⁴ Véase <http://www.projectmapp.eu/>

Barómetro de Octubre de 2015 (3114) y la segunda, la encuesta Preelectoral de las Elecciones Generales de 2015 (3117)⁵.

2. MODELO DE RECURSOS

Existen muchas teorías que hablan sobre el perfil que tienen los individuos que participan en política. En este apartado, se pretende dibujar el perfil del militante de Ciudadanos a nivel sociodemográfico y socioeconómico.

2.1. Marco teórico

Los recursos individuales –sociodemográficos y socioeconómicos– nos determinan en qué grado de intensidad un ciudadano participa en política. Los estudios realizados muestran una correlación positiva entre el nivel de recursos individuales y el grado de participación (Van Haute, 2009).

Esto pone en evidencia que los individuos con mayor nivel de recursos son más proclives a participar, puesto que tienen una mayor capacidad para afrontar los costes que implica dicha actividad, y viceversa, las personas con un menor nivel de recursos participan menos (Anduiza y Bosch, 2012).

Tradicionalmente, por lo que respecta al sexo, los hombres han tendido a participar más en política que las mujeres, aunque con los años estas diferencias se han ido reduciendo cada vez más. Por otro lado, los miembros de los partidos son mayoritariamente hombres, a pesar del cambio de legislación que favorece las listas electorales paritarias (Verge, 2007) (Baras *et al*, 2010)

La edad se puede considerar como un recurso individual puesto que aporta experiencia y conocimiento sobre el funcionamiento de las organizaciones e instituciones (Anduiza y Bosch, 2012) (Font *et al*, 2006). Por este motivo, los jóvenes suelen participar menos que los mayores pero, a su vez, las personas de la tercera edad también disminuyen su participación –ya sea por salud o integración social– (Anduiza y Bosch, 2012).

Uno de los factores más determinantes de la participación política es el nivel de estudios. Es un recurso esencial puesto que provee a los individuos de habilidades cognitivas que favorecen la asimilación de información política con la cual tomarán, posteriormente, decisiones. Por tanto, los ciudadanos con altos niveles de estudios tenderán a participar más (Anduiza, 1999) (Anduiza y Bosch, 2012).

Finalmente, la situación laboral y el nivel de ingresos muestran la posición social de la persona y el tipo de ambiente social en el cual se encuentra (Anduiza y Bosch, 2012). Si un individuo trabaja y tiene una renta elevada tiende a participar más, puesto que la satisfacción de las necesidades básicas le permite una mayor dedicación a la participación política (Anduiza, 1999).

⁵ Véase la Ficha técnica 1 y 2 del Apéndice

2.2. Análisis empírico

La TABLA 1 y los GRÁFICOS del 1 al 5 del Apéndice muestran los recursos individuales –sociodemográficos y socioeconómicos– de los militantes de Ciudadanos. Como se puede apreciar, se analizarán las variables de sexo y edad como variables sociodemográficas.

Por otro lado, como variables socioeconómicas se analizarán los estudios⁶, la situación laboral⁷ y, finalmente, los ingresos.

TABLA 1: RECURSOS INDIVIDUALES –SOCIODEMOGRÁFICOS Y SOCIOECONÓMICOS–

Sexo	Número de casos	Porcentaje
Hombre	1.676	78,4%
Mujer	463	21,6%
TOTAL	2.139	100%
Edad		
Adulto joven (18 – 35)	489	23,33%
Adulto (36 – 64)	1.441	68,62%
Tercera edad (65 - -)	169	8,05%
TOTAL	2.099	100%
Estudios		
Educación Primaria	47	2,2%
Educación Secundaria	576	26,7%
Educación Superior	1.530	71,1%
TOTAL	2.153	100%
Situación laboral		
Trabaja	1.487	69,8%
No trabaja	644	30,2%
TOTAL	2.131	100%
Ingresos		
Menos de 24.999 €	534	27,3%
25.000 – 64.999 €	1.049	53,6%
65.000 – 99.999 €	243	12,4%
100.000 – 149.999 €	89	4,5%
150.000 – 200.000 €	17	0,9%
200.000 o más	26	1,3%
TOTAL	1.958	100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

A nivel sociodemográfico, el militante de Ciudadanos tiende a ser hombre –en un 78,4%– y adulto, es decir, la edad del afiliado está comprendida entre los 36 y los 64 años –en un 68,62%–.

⁶ Educación Secundaria como: Educación Secundaria Obligatoria (ESO), Bachillerato y Formación Profesional (FP).

Educación Superior como: Grado o Licenciatura, Posgrado y Doctorado.

⁷ Trabaja: a tiempo completo y tiempo parcial.

No trabaja: trabajo doméstico, estudia, jubilado, enfermo o discapacitado y desempleado.

Por otro lado, a nivel socioeconómico, el afiliado de la formación naranja tiene estudios superiores –un 71,1%–, está empleado –en un 69,8%– y, poco más de la mitad, cobra anualmente entre 25.000 y 64.999€ –el 53,6%–.

Por tanto, el militante de Ciudadanos cumple con las teorías explicadas anteriormente. El perfil del afiliado es un hombre, adulto –entre 36 y 64 años–, con estudios superiores, empleado y con ingresos elevados.

3. PERFIL POLÍTICO

3.1. Marco teórico: La identificación partidista y el modelo de Michigan

La ideología adquirida por un individuo favorece la identificación partidista, entendida como el conjunto de valores políticos que se transmiten durante el proceso de socialización y que implican un sentimiento de afinidad o identificación con un partido concreto (Anduiza y Bosch, 2012).

El modelo de Michigan –elaborado durante los años sesenta en la Universidad de Michigan– desarrolla la idea de que el valor político usado por los americanos para procesar la información de carácter político es el sentimiento de identificación con un partido político (Anduiza y Bosch, 2012).

Para Duverger, el afiliado es aquel individuo que firma un formulario de adhesión y paga la cotización que le corresponde (Duverger, 1957). Es aquel que, voluntariamente, participa en la vida interna del partido asegurando su organización y funcionamiento, desarrollando el programa y su actividad general (Duverger, 1957) (Van Haute, 2009).

3.2. Análisis empírico

La TABLA 2 y el GRÁFICO 6 del Apéndice muestran el número de afiliados de Ciudadanos que, con anterioridad, estuvieron afiliados a otro partido político y los que no. Como se puede apreciar, la gran mayoría de los militantes –77,3%– no estuvieron afiliados a ningún partido antes de hacerlo en Ciudadanos. Cabe destacar, el 22,7% que sí estaba afiliado.

TABLA 2: AFILIACIÓN ANTERIOR A CIUDADANOS

Afiliación a otro partido anteriormente	Número de casos	Porcentaje
Sí	490	22,7%
No	1.663	77,3%
TOTAL	2.153	100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

La TABLA 3 y el GRÁFICO 7 del Apéndice exponen los partidos políticos a los cuales –los actuales militantes de Ciudadanos– estaban afiliados anteriormente. De los 490 afiliados que

respondieron que sí estaban afiliados antes a otro partido, un 38,2% lo estaba en el Partido Popular (PP) y un 15,5% militaba en el Partido Socialista (PSOE).

Hay que tener en cuenta que un 46,3% militaba en otros partidos políticos –UPyD⁸ podría ser uno de ellos por la cercanía ideológica que tenía con Ciudadanos–.

TABLA 3: PARTIDO EN EL CUAL ESTABA AFILIADO ANTERIORMENTE

Partido político	Número de casos	Porcentaje
PP	187	38,2%
PSOE	76	15,5%
Otros	227	46,3%
TOTAL	490	100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Finalmente, la TABLA 4 y el GRÁFICO 8 del Apéndice presentan el partido al cual votaron los afiliados de la formación naranja en las Elecciones Generales de 2011 –en las cuales Ciudadanos no se presentó–. Del total de los militantes que respondieron la cuestión, un 41,5% votó al PP, seguido de un 23,9% que lo hizo a UPyD y, finalmente, un 15,6% que no votó –una de las causas puede ser la minoría de edad del afiliado de Ciudadanos para aquel entonces–.

TABLA 4: VOTO ELECCIONES 2011

Partido votado en las elecciones generales de 2011	Número de casos	Porcentaje
PP	893	41,5%
PSOE	205	9,6%
IU	23	1,1%
UPyD	515	23,9%
CiU	5	0,2%
No votó	336	15,6%
No lo recuerda	62	2,9%
Otros	112	5,2%
TOTAL	2.151	100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Se puede afirmar que la gran mayoría de afiliados de Ciudadanos eran personas que no participaban en la vida partidista anteriormente –los que lo hacían eran más del PP que del PSOE–, pero sin embargo, sí participaban –mayoritariamente– en las elecciones.

Principalmente, los que votaron, lo hicieron al PP –41,5%–, seguido de UPyD –23,9%– y PSOE –9,6%– en menor proporción que los dos partidos anteriores.

⁸ UPyD: Unión Progreso y Democracia

4. IDEOLOGÍA Y LEY DE MAY

4.1. Marco teórico: La orientación ideológica

La orientación ideológica de los individuos es una de las características más importantes de su identidad política. A partir de sus creencias, actitudes y valores, las personas tienen una percepción de la realidad política y social que expresan mediante opiniones, juicios o acciones (Torcal *et al*, 2005).

Una de las técnicas que pueden usarse para medir la orientación ideológica de una persona es conocer la opinión de esta acerca de una gran variedad de materias. Por otro lado, también se puede medir a través del binomio izquierda-derecha, usando para ello la escala de autoubicación ideológica.

Esta escala nos permite identificar y clasificar grupos, ideas y políticas. Se recopilan de forma simplificada y aproximada las opiniones y preferencias políticas de los ciudadanos, partiendo de la distinción entre izquierda y derecha (Medina, 2012). En base a esta recopilación de datos, podemos situar tanto a los electores como a los partidos políticos en el eje izquierda-derecha. Este método de clasificación nos proporciona información sobre la orientación política de los encuestados, pero también sobre el grado e intensidad de dicha orientación.

En la escala de autoubicación ideológica, además de los dos extremos –izquierda y derecha–, existe una tercera posición, el centro. Para Sartori el centro ideológico sólo tiene sentido cuando el espacio ideológico se extiende, es decir, si un espacio es corto, no deja lugar al centro puesto que los extremos están cerca y, por tanto, no se aprecian como dos polos totalmente opuestos. En cambio, cuando el espacio ideológico se extiende, el centro cobra sentido ya que los extremos sí se aprecian como dos polos opuestos (Sartori, 2005).

Sin embargo, según Duverger, el centro no existe. “Llamamos centro al lugar geométrico donde se reúnen los moderados de tendencias opuestas: de derecha y de izquierda. El centro no es otra cosa que la agrupación artificial de la fracción derecha de la izquierda con la fracción izquierda de la derecha. El destino del centro es ser separado, sacudido y aniquilado” (Duverger, 1957).

4.2. Ley de la disparidad curvilínea – Ley de May

John D. May, en su artículo “*Opinion structure of political parties: the special law of curvilinear disparity*”⁹ (1973), desarrolla la Ley de la Disparidad Curvilínea. Esta ley examina la diferencia existente en los posicionamientos ideológicos entre los individuos que se encuentran vinculados a un mismo partido político. Entre estos, algunos miembros son considerados más radicales –los militantes– y otros más moderados –dirigentes y votantes–.

Según May, estos individuos se dividen en tres grupos distintos –puede verse su composición en la TABLA 2 del Apéndice– en función del poder que tiene su posición en la estructura interna del partido, teniendo en cuenta, por otro lado, el apoyo que ofrecen a este. Por tanto, el primer grupo está formado por los dirigentes, entendidos como aquellas personas que

⁹ “*Estructura de opinión de los partidos políticos: ley especial de la disparidad curvilínea*”

ocupan cargos de máxima responsabilidad en la organización del partido y entre los cuales se disputan y obtienen los cargos electivos. El segundo grupo está integrado por los militantes, aquellos que no ocupan cargos de poder. Finalmente, el tercer grupo está representado por los electores, aquellos individuos que simpatizan con las ideas del partido y lo votan con regularidad (May, 1973).

Los líderes dependen del apoyo de los votantes para ser reelegidos, por tanto, deben tener en cuenta sus actitudes y opiniones para adaptarse a ellas. Por consiguiente, la única forma de poder llegar a un amplio electorado es situándose en el centro del espectro. Sin embargo, los militantes se basan en consideraciones ideológicas, por tanto, son más extremistas que los dirigentes (May, 1973) (Narud y Skare, 1999).

La expresión curvilínea hace referencia a la forma que se origina una vez realizada la distribución de las preferencias ideológicas. Se caracteriza por la aproximación de ambos extremos –dirigentes y electores– y la formación de un punto fuera de la recta –militantes–, formando así la curva del posicionamiento ideológico de los dirigentes, los militantes y los votantes de un mismo partido político.

4.3. Datos: Autoubicación ideológica

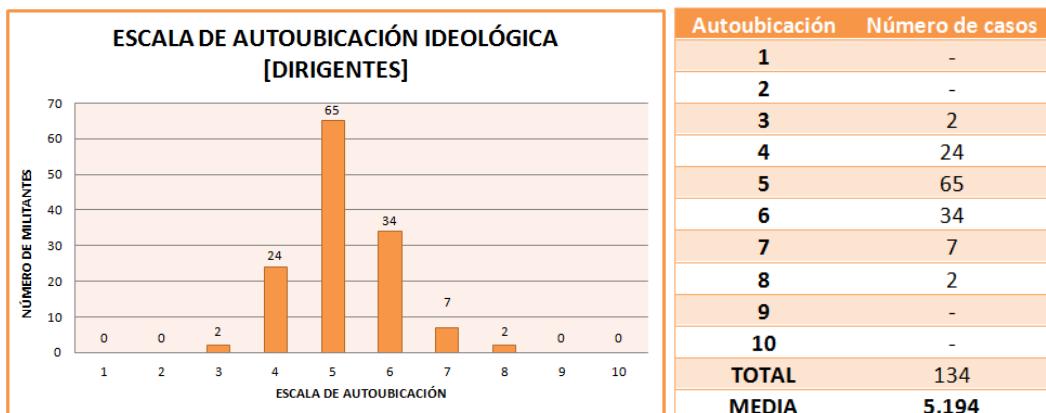
Para conocer el perfil ideológico del militante de Ciudadanos y aplicar, posteriormente, la Ley de May, se usará la variable de autoubicación ideológica –para conocer la ideología de los dirigentes y los militantes– que formaba parte del cuestionario enviado a los militantes del partido. En cambio, para saber dónde se sitúan los votantes de Ciudadanos se utilizarán las encuestas del CIS mencionadas anteriormente –número 3114 y 3117– puesto que utilizan el mismo formato de escala.

El formato que se ha establecido de escala ideológica es un continuo de 10 posiciones, es decir, una escala que va desde el 1 –izquierda– hasta el 10 –derecha–, agrupados en cinco bloques. Los valores 1 y 2 corresponden a la opción política de “izquierda”, el 3 y 4 a “centro-izquierda”, el 5 y 6 a “centro”, el 7 y 8 a “centro-derecha” y, finalmente, el 9 y 10 a “derecha”.

A continuación, se puede apreciar en las tres tablas sobre autoubicación ideológica en qué posición se sitúan los dirigentes, los militantes y aquellas personas que tenían intención de votar a Ciudadanos en las pasadas Elecciones Generales de 2015, es decir, los votantes.

Dirigentes

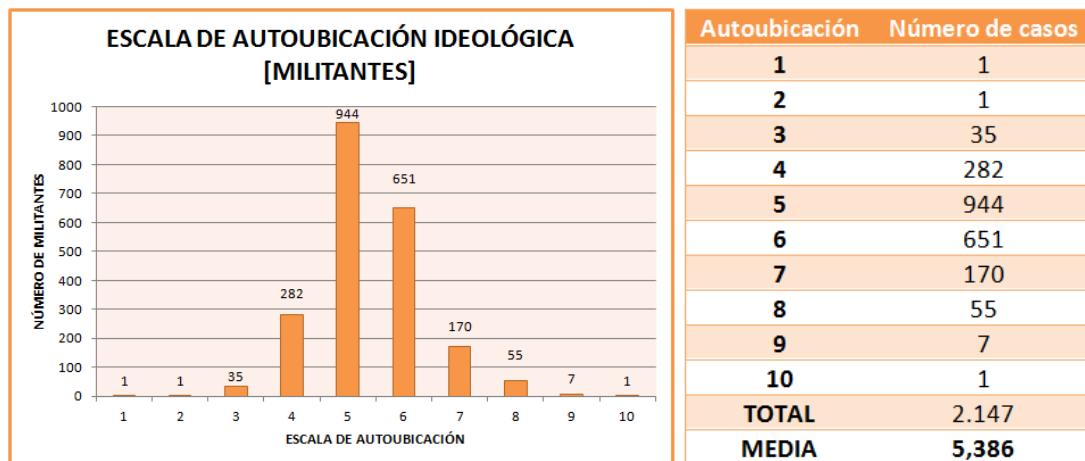
GRÁFICO 1 - TABLA 5: POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LOS DIRIGENTES



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Militantes

GRÁFICO 2 - TABLA 6: POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LOS MILITANTES



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Votantes

TABLA 7: POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LOS VOTANTES

Autoubicación	Número de casos
TOTAL	2.123
MEDIA	5,279

FUENTE: Elaboración propia a partir de las encuestas 3114 y 3117 del CIS

4.4. Conclusión: La orientación ideológica del militante de Ciudadanos

El 99,26% de los afiliados que respondieron la pregunta sobre autoubicación ideológica –2.147 de 2.163– se sitúa en alguna posición del espectro ideológico.

Siguiendo el formato de escala ideológica establecido en la encuesta, se puede apreciar en el GRÁFICO 2-TABLA 6 que los militantes de la formación naranja se sitúan, mayoritariamente –1.595 afiliados, un 74,29% del total de militantes que respondieron–, en el centro del eje ideológico, es decir, en las posiciones 5 y 6.

También, destacan los 282 militantes que se sitúan en la cuarta posición –centro-izquierda– y los 170 afiliados que se ubican en la séptima posición –centro-derecha–. Ambos suman 452 afiliados, siendo un 21,05% del total.

Seguidas de estas posiciones, se encuentran la tercera y la octava –35 y 55 afiliados, respectivamente– representando el 4,19% del conjunto. Como se ha mencionado anteriormente, ambas posiciones forman parte de los bloques de centro-izquierda y centro-derecha. En consecuencia, si las sumamos a las posiciones 4 y 7 –sus respectivas parejas de bloque, siendo las que tenían más afiliados dentro de estos–, la posición de centro-izquierda –3 y 4– sumaría 317 afiliados, un 14,76%. En cambio, la ubicación de centro-derecha –7 y 8– estaría representada por 225 militantes, un 10,48%.

No hay que olvidar las posiciones extremas del eje. Dos afiliados, un 0,09% del total, se sitúan en la posición “izquierda” –1 y 2–. Por otro lado, ocho militantes, un 0,37% del total, se ubican en la posición “derecha”.

Después de analizar los datos extraídos de la encuesta, se puede afirmar que los militantes de Ciudadanos se identifican con el centro del espectro ideológico. Un 99,53% de los afiliados –2.137– se ubica en las posiciones de centro del eje, ya sea centro-izquierda, centro –la gran mayoría– y centro-derecha.

Por consiguiente, se ratifica –en el caso de Ciudadanos– la idea de la existencia del centro ideológico tal y como decía Sartori (2005). El sistema de partidos español ha aumentado su espacio ideológico en el momento en que Ciudadanos ha entrado en la competición electoral, dando lugar a un espacio en el centro ideológico desplazando así el eje de competición.

También, cabe destacar que la definición de centro dada por Duverger –antes de negar su posible existencia– es aplicable a Ciudadanos. Como hemos visto anteriormente, este definía el centro como “la agrupación artificial de la fracción derecha de la izquierda con la fracción izquierda de la derecha” (Duverger, 1957), por tanto, una vez visto de dónde provienen los militantes de Ciudadanos, se puede afirmar que sus militantes provienen tanto de la derecha (PP) como de la izquierda (PSOE), incluso de otro partido de centro, UPyD.

4.5. La Ley de May aplicada en Ciudadanos

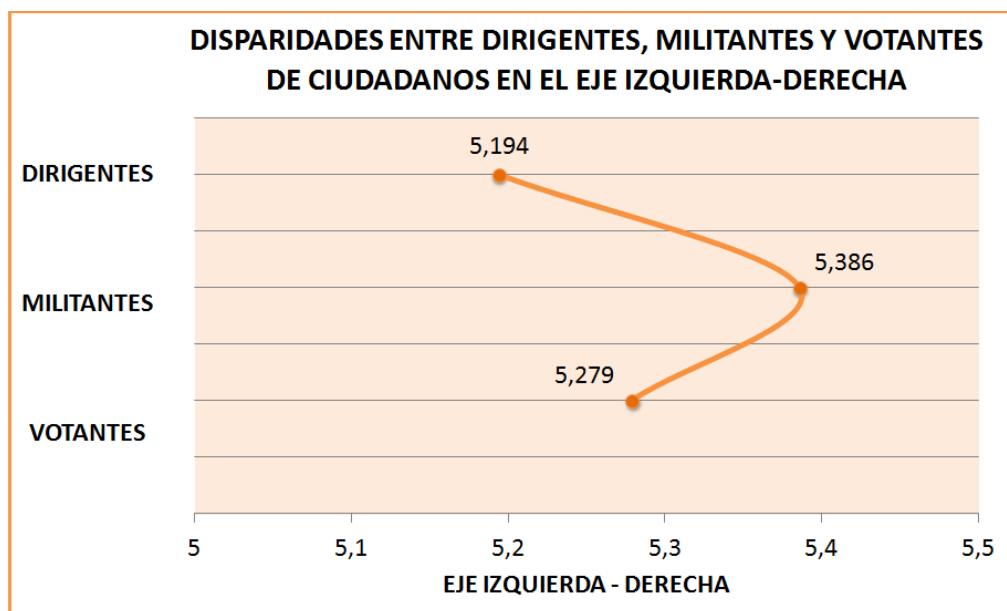
El objetivo principal de este apartado es verificar la existencia de disparidad curvilinea en el caso de Ciudadanos. Para ello, como veremos a continuación, será utilizado un solo eje de competición partidista, el eje ideológico.

El GRÁFICO 3 muestra las medias de autoubicación de los dirigentes, militantes y votantes de Ciudadanos en el eje izquierda-derecha. Como se puede apreciar, los dirigentes –con una media de 5,194¹⁰, seguido de los votantes –5,279¹¹, son los que se sitúan en posiciones más moderadas, es decir, tienden a ubicarse en las posiciones más centrales del eje. Por otro lado, como puede verse en el gráfico mencionado anteriormente, los militantes –5,386¹² se sitúan en posiciones más radicales, alejándose así de los dirigentes y votantes.

Por tanto, siguiendo la Ley de la disparidad curvilinea de May (1973), se pueden apreciar claramente las diferencias ideológicas existentes entre los dirigentes, militantes y votantes de un partido en el eje izquierda-derecha. Ciudadanos sigue la pauta habitual, los dirigentes son más moderados –junto con los votantes– que el conjunto de los militantes del partido.

Por otro lado, el modelo que mejor se adecua a Ciudadanos es la hipótesis de May sobre los líderes como centristas. Los partidos están liderados por líderes ambiciosos que solicitan el apoyo electoral de los votantes indecisos de centro y someten a los extremistas –militantes– a sus ideas (May, 1973).

GRÁFICO 3: DISPARIDADES ENTRE DIRIGENTES, MILITANTES Y VOTANTES



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada y las encuestas 3114 y 3117 del CIS

¹⁰ Véase GRÁFICO 1 – TABLA 5

¹¹ Véase TABLA 7

¹² Véase GRÁFICO 2 – TABLA 6

5. CONCLUSIÓN

Ciudadanos, a lo largo de sus diez años de historia, ha visto como se ha multiplicado su militancia debido a su salto a la política municipal, autonómica –en el resto de Comunidades Autónomas– y nacional. Actualmente, tiene 32.514 afiliados¹³ en todo el territorio nacional –en las 17 Comunidades Autónomas y las 2 Ciudades Autónomas–.

A lo largo del trabajo, se ha ido creando el perfil del militante de Ciudadanos a través de ocho variables –sociodemográficas, socioeconómicas, políticas e ideológicas– incluidas en la encuesta.

De los recursos individuales –sociodemográficos y socioeconómicos– se puede concluir que los militantes de Ciudadanos, en su mayoría, son hombres adultos –entre 36 y 64 años– con estudios superiores, que están empleados y, más de la mitad, cobra anualmente entre 25.000 y 64.999€. Por tanto, se puede afirmar que el militante de Ciudadanos cumple con las teorías explicadas.

El perfil político muestra que son personas que, mayoritariamente, antes de su afiliación a la formación naranja, no militaban en otros partidos políticos y, por tanto, no participaban en la vida partidista. Por otro lado, los que sí estaban afiliados a otros partidos, en general, lo estaban en el PP o en otros partidos como podría ser UPyD por afinidad ideológica.

Sin embargo, los afiliados de Ciudadanos sí que participan en las elecciones generales. Principalmente, los que votaron, dieron su voto al PP, seguido de UPyD y del PSOE en menos proporción.

Por otro lado, los militantes de Ciudadanos se identifican con el centro del espectro ideológico. Un 99,53% de los afiliados –2.137– se ubica en las posiciones de centro del eje, ya sea centro-izquierda, centro –la gran mayoría– y centro-derecha. Por tanto, se ratifica la idea de la existencia del centro ideológico tal y como decía Sartori (2005).

Además, la definición de centro dada por Duverger –antes de negar su posible existencia– puede ser aplicada a Ciudadanos. Después de ver de dónde provienen los militantes de Ciudadanos, se puede afirmar que provienen tanto de la derecha (PP) como de la izquierda (PSOE), incluso de otro partido de centro, Unión Progreso y Democracia (UPyD).

Finalmente, con Ciudadanos se corrobora la Ley de May, los dirigentes y los votantes son más moderados que el conjunto de los militantes del partido. Pudiéndose aplicar el modelo de líderes como centristas, puesto que estos buscan el centro para poder atraer a más votantes.

¹³ Número de afiliados registrados y pagando cuota de afiliación a 31 de marzo de 2016. Datos facilitados por Ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Anduiza Perea, E. (1999). *Individuos o sistemas? : las razones de la abstención en Europa Occidental*. Madrid : Siglo XXI.
- Anduiza Perea, E., & Bosch, A. (2012). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona : Ariel.
- Baras, M., Argelaguet, J., Correa, P. (2010). Radiographie des militants des partis politiques en Espagne. *Pôle Sud*, n° 33(2), 65–82.
- Duverger, M. (1957). *Los Partidos políticos*. México : Fondo de Cultura Económico.
- Font, J., Montero Gibert, J. R., & Torcal, M. (2006). *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*. Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas.
- May, J.D. (1973). Opinion Structure of Political Parties: The Special Law of Curvilinear Disparity. *Political Studies*, nº 21, 135-151.
- Medina, L. (2012). *Izquierda y derecha en España : un estudio longitudinal y comparado*.
- Narud, H.M., Skare, A. (1999). Are Party Activists the Party Extremists? The Structure of Opinion in Political Parties. *Scandinavian Political Studies*, nº 22, 45-65
- Pateman, C. (1970). *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sartori, G. (2005). *Partidos y sistemas de partidos : marco para un análisis*. Madrid : Alianza.
- Torcal, M., Morales Díez de Ulzurrun, L., & Pérez-Nievas Montiel, S. (2005). *España: sociedad y política en perspectiva comparada : un análisis de la primera ola de la Encuesta Social Europea*. València : Tirant lo Blanch.
- Van Haute, E. (2009). *Adhérer à un parti : aux sources de la participation politique*. Bruxelles : Editions de l'Université de Bruxelles.
- Verge, T. Representación política y modelos de partidos en España: los casos de IU, PSOE y PP. en Montero Gibert, J. R., Gunther, R., & Linz, J. J. (2007). *Partidos políticos : viejos conceptos y nuevos retos*. Madrid : Fundación Alfonso Martín Escudero.

APÉNDICE

TABLA 1: NÚMERO DE AFILIADOS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

Comunidad Autónoma	Número de afiliados	Porcentaje
Comunidad de Madrid	6.396	19,91 %
Andalucía	5.716	17,79 %
Comunidad Valenciana	5.294	16,48 %
Cataluña	3.808	11,85 %
Castilla y León	1.781	5,54 %
Región de Murcia	1.759	5,47 %
Castilla-La Mancha	1.299	4,04 %
Canarias	1.142	3,55 %
Aragón	1.119	3,48 %
Galicia	914	2,84 %
Principado de Asturias	698	2,17 %
Extremadura	649	2,02 %
Islas Baleares	625	1,95 %
Cantabria	301	0,94 %
País Vasco	215	0,67 %
La Rioja	174	0,54 %
Comunidad Foral de Navarra	103	0,32 %
Ciudad Autónoma	Número de afiliados	Porcentaje
Melilla	70	0,22 %
Ceuta	68	0,21 %
TOTAL	32.131	100%

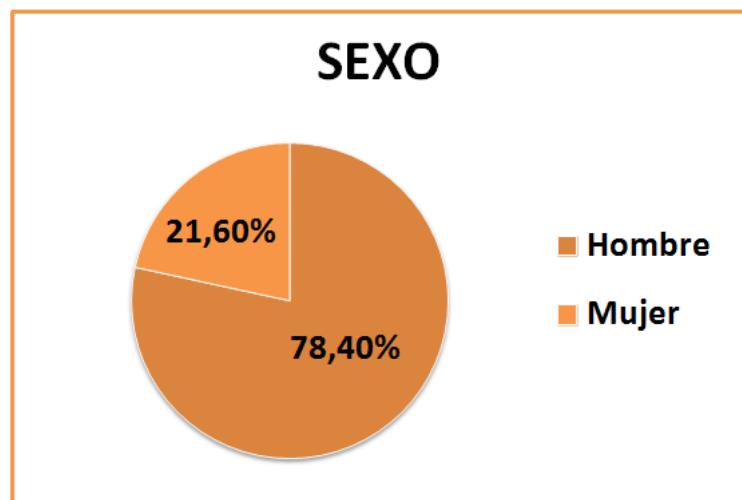
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

TABLA 2: CATEGORÍAS DE LOS MIEMBROS DE UN PARTIDO POLÍTICO SEGÚN MAY (1973)

DIRIGENTES	Ejecutivos del Gobierno (Presidente, Primer Ministro, Gobernador, Miembros del Gobierno); Legisladores (Diputados); Miembros del Comité Ejecutivo Nacional; Grandes contribuyentes; Candidatos activos para lograr un cargo en el Gobierno; Miembros del Comité Ejecutivo Provincial y Delegados de las convenciones nacionales.
MILITANTES	Miembros del Comité Ejecutivo Local; Delegados de las convenciones locales; Funcionarios locales del partido; Jefes de distrito; Miembros inactivos de asociaciones; Votantes en las elecciones primarias; Votantes partidarios del partido en las elecciones generales; Integrantes del partido sin cargos.
VOTANTES	Electores recurrentes y electores ocasionales del partido.

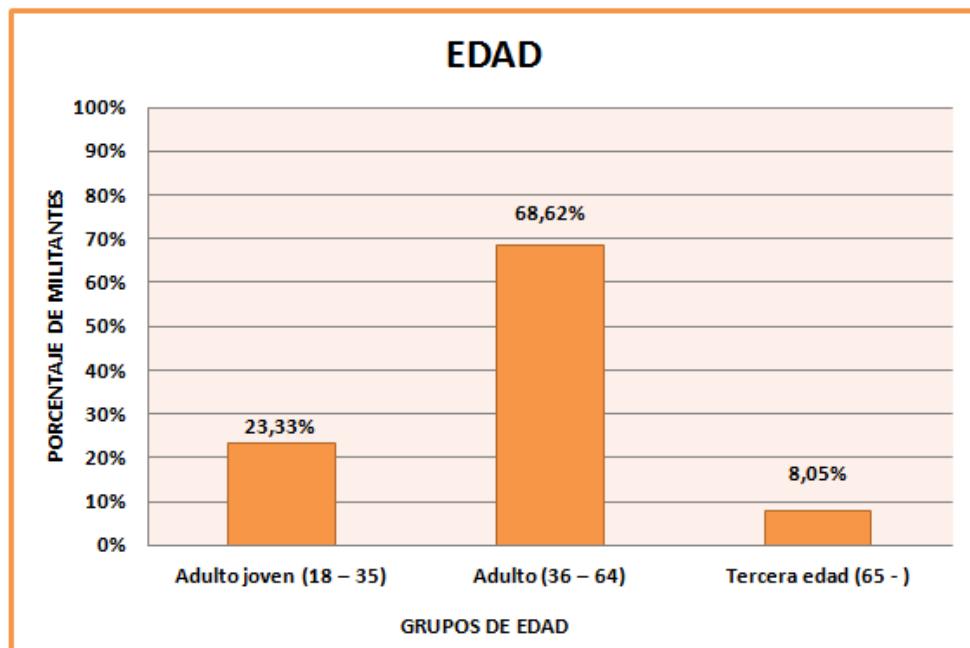
FUENTE: Elaboración propia a partir de May, 1973

GRÁFICO 1: SEXO DEL MILITANTE DE CIUDADANOS



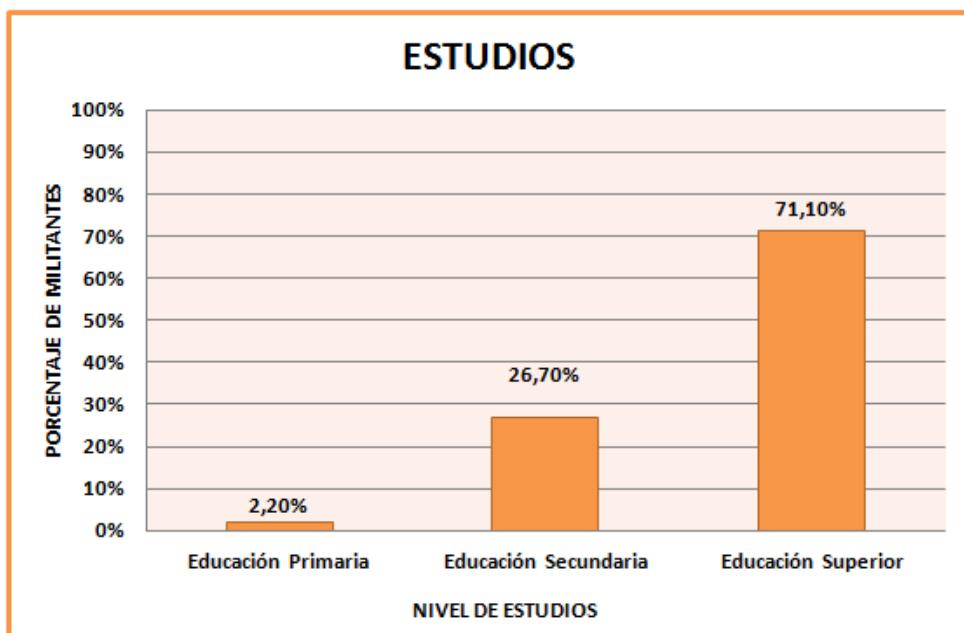
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 2: EDAD DEL MILITANTE DE CIUDADANOS



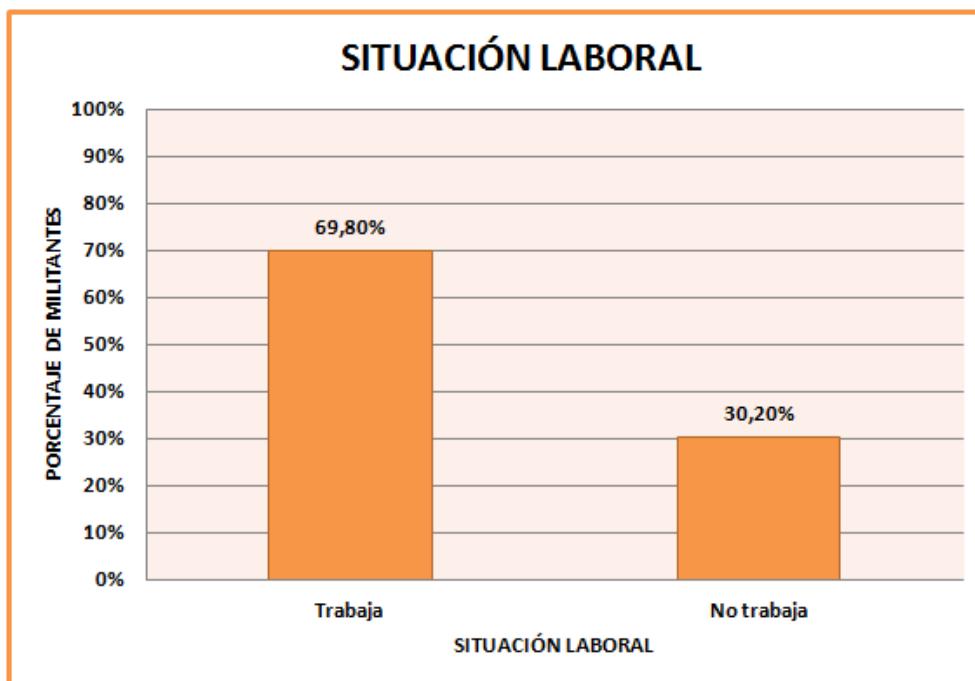
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 3: ESTUDIOS DEL MILITANTE DE CIUDADANOS



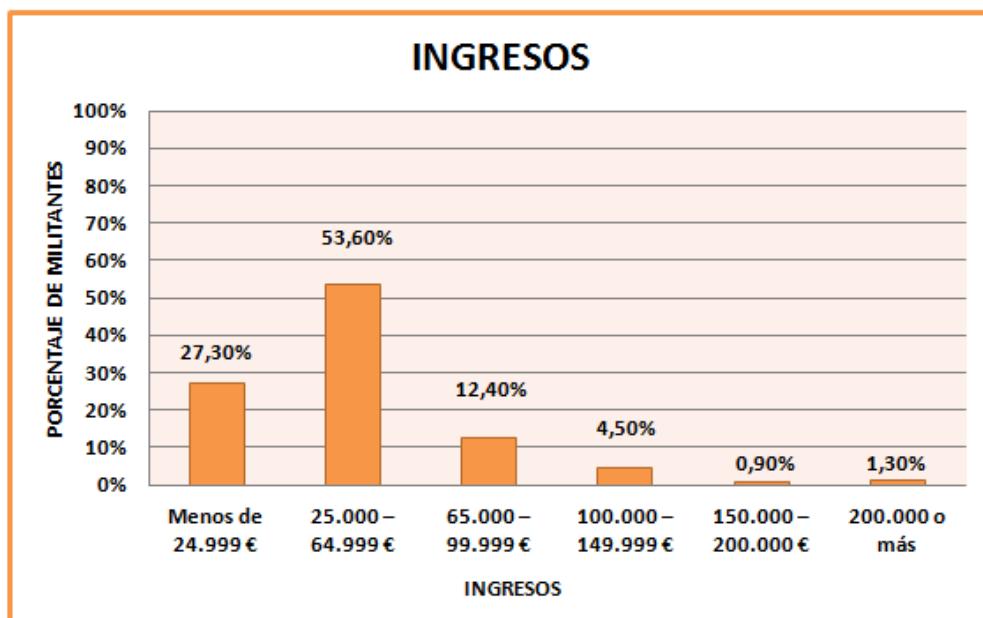
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 4: SITUACIÓN LABORAL DEL MILITANTE DE CIUDADANOS



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 5: INGRESOS DEL MILITANTE DE CIUDADANOS



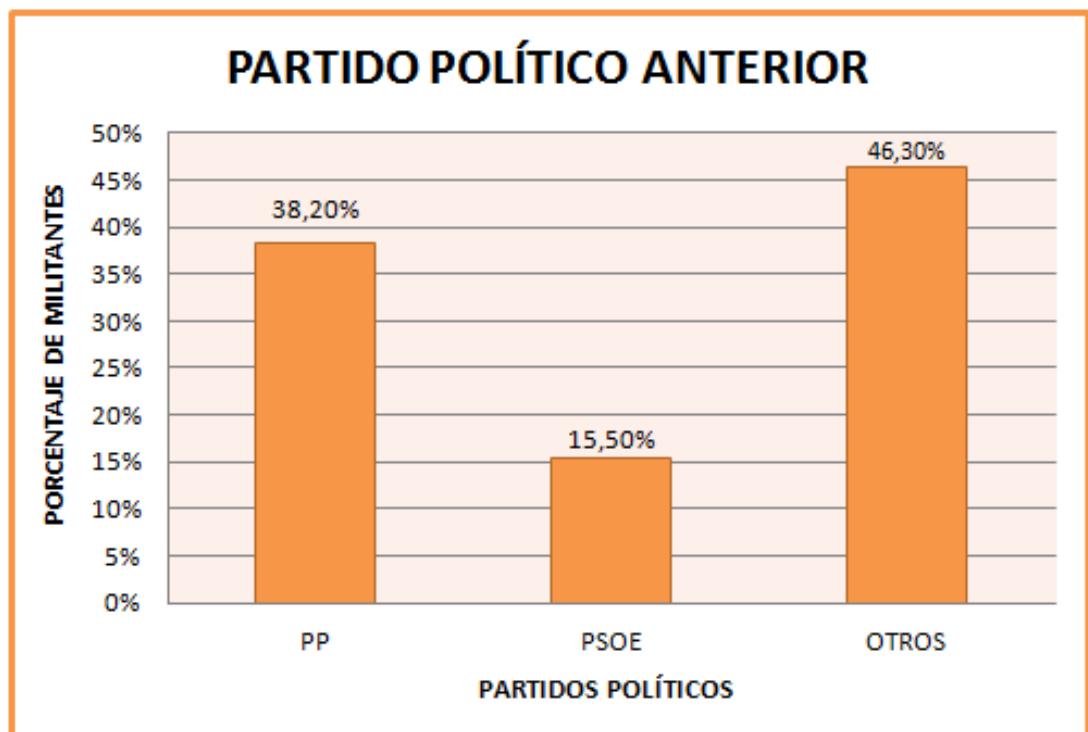
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 6: MILITANCIA ANTERIOR EN OTRO PARTIDO



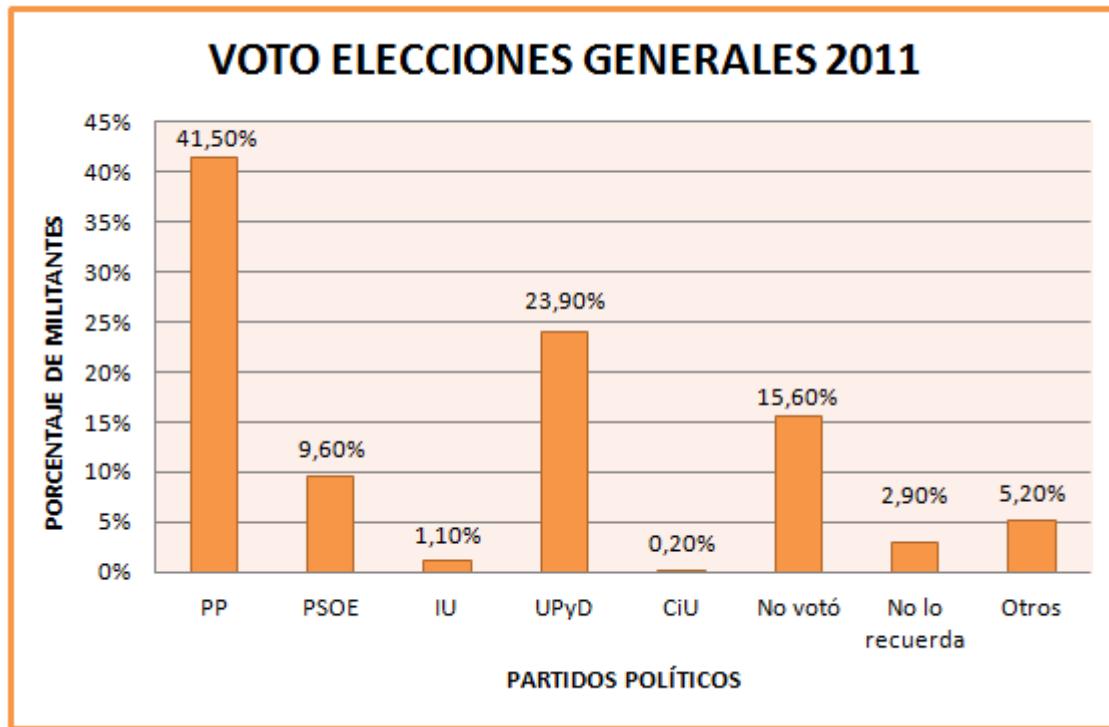
FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 7: PARTIDO EN EL CUAL MILITABA ANTERIORMENTE



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

GRÁFICO 8: VOTO EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2011



FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta

FICHA TÉCNICA 1

BARÓMETRO DE OCTUBRE DE 2015 – ESTUDIO CIS Nº 3114

- **Ámbito:** Nacional
- **Universo:** Población española de ambos sexos de 18 años y más
- **Tamaño de la muestra (realizada):** 2.493 entrevistas
- **Puntos de muestreo:** 256 municipios en 50 provincias
- **Procedimiento de muestreo:** politépico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas, con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes. Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios.

- **Error muestral:** Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real es de $\pm 2,0\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- **Fecha de realización:** Del 1 al 12 de octubre de 2015

CIUDADANOS			
Escala de autoubicación ideológica (1-10)		Frecuencia	Porcentajes
Izquierda	1	3	1,18%
	2	1	0,39%
	3	11	4,33%
	4	23	9,06%
	5	97	38,20%
	6	73	28,74%
	7	31	12,20
	8	12	4,72
	9	1	0,39
	10	2	0,79
		254	100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta 3114 del CIS

FICHA TÉCNICA 2

PREELECTORAL ELECCIONES GENERALES 2015 – ESTUDIO CIS Nº 3117

- **Ámbito:** Nacional
- **Universo:** Población española de ambos sexos de 18 años y más
- **Tamaño de la muestra (realizada):** 17. 452 entrevistas
- **Puntos de muestreo:** 1.153 municipios en 50 provincias
- **Procedimiento de muestreo:** polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas y las dos ciudades autónomas con el tamaño de hábitat dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios.

- **Error muestral:** Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y $P = Q$, el error es de $\pm 0,76\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- **Fecha de realización:** Del 27 de octubre al 16 de noviembre 2015

CIUDADANOS		
Escala de autoubicación ideológica (1-10)	Frecuencia	Porcentajes
Izquierda	1	18
	2	27
	3	140
	4	265
	5	694
	6	427
	7	198
	8	70
	9	16
	10	14
		1869
		100%

FUENTE: Elaboración propia a partir de la encuesta 3117 del CIS