

VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata, 2010.

Autoidentificación en el espectro ideológico de izquierda y derecha en la Ciudad de Buenos Aires.

Oliva, Miguel.

Cita:

Oliva, Miguel (2010). *Autoidentificación en el espectro ideológico de izquierda y derecha en la Ciudad de Buenos Aires. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-027/59>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eORb/XYm>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Autoidentificación en el espectro ideológico de izquierda y derecha en la Ciudad de Buenos Aires*

Lic. Miguel Oliva¹, Lic. Nicolás Cha², Lic. Diego Masello³, Lic. Germán Rosati⁴

Ponencia Mesa 4 - El esquivo objeto de la ideología

Introducción

En esta ponencia se analizan algunos aspectos de la cultura política de los habitantes mayores de 18 años de la Capital Federal en el período 2007-2008. En el marco del proyecto Observatorio de Cultura Política de la ciudad de Buenos Aires de la Universidad de Tres de Febrero, se obtuvieron datos referidos al autopoicionamiento respecto de la ideología de izquierda y derecha, en cuatro relevamientos realizados en la ciudad de Buenos Aires durante el 2007. Se analiza la relación de este autopoicionamiento con la identificación partidaria, el interés en la política, con las opiniones sobre la intervención del estado, y otras temáticas. Se analizan los aspectos metodológicos, históricos y teóricos, del concepto de izquierda y derecha, y posibles interpretaciones de la autoidentificación en ese espectro. El análisis permite inferir algunos aspectos de la cultura política subyacente a estas autoideintificaciones.

La cultura política constituye un campo de interés de la investigación social, relacionado con fenómenos como el poder, la cohesión social, los liderazgos, y el comportamiento electoral.

Izquierda y derecha

La referencia a izquierda y derechas en política ha ido mutando a lo largo de la historia de las culturas y los valores políticos. Estas clasificaciones están globalizadas, y se aplican a distintos países y culturas políticas; pero no son inmutables ni comparables para todos los períodos históricos.

* Agradecemos al Lic. Martín Kauffman, vicerrector de la UNTREF (Universidad Nacional de Tres de Febrero) por el apoyo a este proyecto, realizado en el CINEA (Centro de Investigación en Estadística Aplicada de la UNTREF).

¹ Profesor adjunto Universidad Nacional de Tres de Febrero, moliva@untref.edu.ar.

² Profesor UNTREF, Investigador CINEA, ncha@cinea.org.ar

³ Profesor UNTREF, Investigador CINEA, dmasello@cinea.org.ar

⁴ CONICET, UNTREF.

Estas categorías son de uso internacional, lo que en cierto modo permite distintos análisis comparativos entre países y sistemas sociales en general⁵; e identificar bloques de países⁶, o contextos de cooperación internacional.

Estas categorías han sido utilizadas para predicar sobre individuos, países, partidos políticos, alianzas estratégicas, instituciones, bloques parlamentarios, regímenes políticos y dictaduras⁷. La clasificación de izquierda o derecha suele asociarse además a la relatividad de una posición: se está a la izquierda o a la derecha respecto de algo (v.g., el partido obrero esta a la izquierda del partido radical).

En estas mediciones, aplicamos estos conceptos a la autopercepción de los individuos, lo cual suele asociarse al concepto de ideología. La ideología se analizaba en la sociología del conocimiento como una deformación impremeditada de la verdad, determinada por una situación de clase; la ideología es, pues, falsedad por su condicionamiento existencial (c.f.r. Sartori, Giovanni; 1996). En estos enfoque de investigación, es mas relevante, sin embargo, los efectos sociales de las creencias o las ideologías, mas que en sus esencias.

Históricamente, la izquierda se asociaba a un cuestionamiento radical de la propiedad privada, motor de procesos revolucionarios, impulsados por sujetos sociales con una misión histórica (la clase obrera). Es posible que la globalización económica y la diversificación industrial, socavaran la base de la clase obrera de la antigua izquierda (Giddens, 1994; Wong, 2004). Hoy esta izquierda, afin a la socialdemocracia europea, aboga por la distribución del ingreso a través del estado, sin cuestionar la propiedad privada en general, tendría una visión positiva respecto del “maridaje” entre el capitalismo y la democracia.

Las categorías de centro, si bien tienen escasa historia conceptual, referirían a una mayor moderación respecto a extremos ideológicos de izquierda o derecha, asociadas a una valoración de la democracia (esta suele dejar de constituirse en un valor político prioritario, tanto para la derecha ortodoxa como para izquierda más radical).

Por otro lado, la derecha -- un concepto heterogéneo y con menor desarrollo teórico que la izquierda --, suele asociarse a una serie de acciones, opciones, opiniones políticas tradicionales y conservadoras, referidas a la defensa de la propiedad capitalista, que

⁵ The rise of the political left in Taiwan, South Korea, Brazil, and Chile has helped to deepen democracy, facilitating, to some degree, social, economic, and political inclusiveness. It is true that conventional class-based categories are increasingly less suited for locating and explaining the politics of the left in new democracies.

⁶ La identificación de las “nuevas derechas” es un debate referido a la caracterización de movimientos heterogéneos neoconservadores, orientados por líderes como Reagan, Margaret Thatcher, Aznar, Silvio Berlusconi en Italia, Sarkozy en Francia (Quevedo, 2007).

⁷ A su vez, ciertas organizaciones sociales, como las empresas privadas, no podrían ser de izquierda, dado que su reproducción en el tiempo requiere de la propiedad privada de los medios de producción, cuestionada por la izquierda.

propicia el traspaso intergeneracional de la propiedad, a través de instituciones como la familia⁸.

La operacionalización del concepto de posicionamiento ideológico

Estas categorías son de uso frecuente en la vida cotidiana: “la derecha amenaza al rey”⁹, “la centroizquierda no dará quórum en diputados”. Pero la indagación empírica de esta autoidentificación requiere de precisiones. Existen diversos abordajes conceptuales sobre la identificación de una escala derecha – izquierda, y aproximaciones posibles a su operacionalización. A fin de indagar en la autoidentificación ideológica, las categorías de *centroizquierda* y *centroderecha* suponen que existen valores intermedios en una escala de izquierda y la derecha (los extremos de esta escala). En el tratamiento estadístico, estas categorías pueden ser un continuum entre extremos, y por lo tanto son susceptibles de un tratamiento de tipo intervalar, o pueden ser categorías con cierta autonomía semántica (C.F.R, Marradi, et. al., 2006)¹⁰, y susceptibles únicamente de ser tratadas como categóricas.

La autoidentificación que se puso a consideración de los encuestados no fue una escala continua, sino categorías con autonomía semántica; aunque para la aplicación de algunas técnicas como la correlación lineal, se asume una escala de intervalo y un continuum izquierda – derecha, como recurso heurístico. La pregunta concreta que se realizó fue, “Si tuviera que elegir, Ud. diría que se siente más cerca de una posición de... Izquierda, Centroizquierda, Centroderecha, Derecha, No sabe. Se podría haber optado por definir previamente, como estrategia metodológica, a quienes íbamos a considerar de izquierda a partir de indicadores observables. Pero no parecía que esta fuera la estrategia más adecuada, porque interesa una percepción subjetiva de la posición en el espectro político.

Los resultados corresponden a cuatro mediciones realizadas entre Mayo y Diciembre de 2007 en la Capital Federal. El Universo de análisis es la población residente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires de 18 años o más. Las encuestas telefónicas¹¹

⁸ En ese sentido, la transmisión del patrimonio implica una reproducción del sistema capitalista, ya que el traspaso del capital de una generación a otra se realiza mediante un criterio genético, familiar. El patrimonio se transmite, como el poder de los reyes, por un camino legal que sigue el patrón de transmisión de la genética (Oliva, 2001).

⁹ Ver: *La derecha y el rey*. *Diario ABC de España*. <http://www.abc.es/20100216/opinion-firmas/derecha-20100216.html>

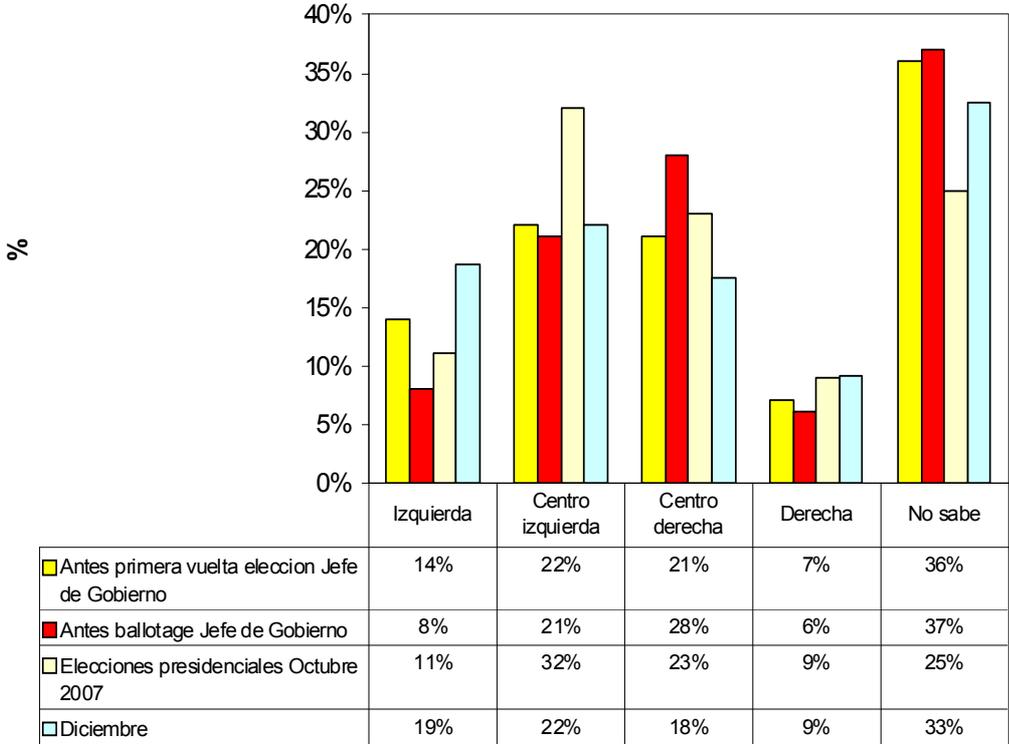
¹⁰ Otras operacionalizaciones son por ejemplo, en escala continua de 0 (izquierda) a 10 (derecha) realizada en EEUU (National Election Studies).

¹¹ Primera medición: 533 entrevistas, con un margen de error estadístico de +/- 4,33 % para un nivel de confianza del 95.5%, entre el 30 y 31 de mayo de 2007 (previo a la primera vuelta electoral en la elección a Jefe de Gobierno de la Capital Federal). Segunda medición: 436 entrevistas (+/- 4,69 % para 95.5% de confianza), entre el 16 y el 17 de Junio. Tercera medición: 443 casos (+/- 4,8 %

fueron realizadas mediante el sistema IVR (Interactive Voice Response). Estas mediciones coincidieron con eventos electorales importantes, como la elección y el ballottage en la instancia de Jefe de Gobierno de la Ciudad, y la elección presidencial de Octubre de 2007. Los datos permiten analizar la evolución de los datos de autoidentificación ideológica en la Ciudad de Buenos Aires.

La importancia que tienen estas clasificaciones puede observarse en la cantidad de autoexcluidos en la clasificación. Las proporciones de no respuesta oscilaron entre el 37 y el 25% en las mediciones. Esto indicaría que un 63% y el 75% de la población autoidentificada en este espectro ideológico (Grafico 1). Es decir, hay una proporción relativamente relevante de población identificada en esta escala.

Gráfico 1: Identificación ideológica. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En porcentajes



para el 95.5% de confianza) entre el 1 y el 2 de octubre de 2007. Cuarta medición: 439 entrevistas (+/- 4,77 %, 95.5%), 16 y 17 de diciembre de 2007

Las posiciones de centro son más habituales que las extremas. La derecha osciló entre 6 y 9%, y la izquierda entre el 8 y el 19%.

La posición más frecuente es la centroizquierda – entre 21 y 32% (Grafico 1), mencionada en una proporción levemente mayor a la centroderecha -- entre 18 y 28% --. Sumando las categorías de izquierda y centroizquierda (a), y derecha y centroderecha (b), en la primera medición, había 1.28 autoidentificaciones de a/b (Gráfico 1).

Entre los individuos de mayor nivel educativo (Cuadro 1), aumenta por sobre el promedio los que se identifican con la izquierda. Se observa que a mayor educación, mayor probabilidad de ser de izquierda.

Cuadro 1: Posicionamiento ideológico según nivel educativo (Octubre 2007), en porcentajes

Posicionamiento ideológico		Máximo nivel educativo alcanzado			Total
		Primario	Secundario	Terciario/ universitario	
	Izquierda	5%	8%	18%	11%
	Centroizquierda	42%	29%	29%	32%
	Centroderecha	4%	30%	26%	23%
	Derecha	14%	8%	8%	9%
	No sabe	35%	26%	18%	25%
Total		100%	100%	100%	100%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

La no autoidentificación es mayor en los niveles educativos más bajos (el 35% entre quienes sólo tienen primaria en Octubre 2007, Cuadro 1), y entre quienes no tienen obra social (51.8%, Cuadro 2).

Cuadro 2: Posicionamiento ideológico según cobertura médica (Mayo 2007), en porcentajes

Posicionamiento ideológico		Cobertura médica			Total
		Obra social	Prepaga	No tiene cobertura	
	Izquierda	18,1%	19,8%	18,1%	18,5%
	Centroizquierda	24,7%	23,3%	13,3%	22,1%
	Centroderecha	18,1%	25,9%	4,8%	17,6%
	Derecha	9,7%	6,9%	12,0%	9,4%
	No sabe	29,5%	24,1%	51,8%	32,4%

Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
-------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Las identidades de derecha parecen más estables que las de izquierda. Los coeficientes de variación captados se consignan en el Cuadro 3; el correspondiente a la izquierda es 32.2%, el de a derecha, 16.8%¹².

Cuadro 3: Coeficiente de variación posicionamiento ideológico (mediciones 2007)

IZQUIERDA	32.2%
CENTRO IZQUIERDA	18.5%
CENTRO DERECHA	16.2%
DERECHA	16.8%

Autoidentificación ideológica, comportamiento electoral y liderazgos: entre los votantes a Cristina Kirchner a presidente en Octubre de 2007, el mayor porcentaje de identificación se observa con la centroizquierda, el 35% (Cuadro 4). Entre los votantes de Elisa Carrió, el 50%.

Entre los que manifiestan intención de voto a Alberto Rodríguez Saa, el 43% se identifica con la centroderecha. Los votantes de Lavagna (35%) y López Murphy (77%) también se identifican mayormente con la centroderecha.

Cuadro 4: Posicionamiento ideológico según intención de voto a Presidente (Octubre 2007), en porcentaje

Posicionamiento ideológico			Intención de voto a Presidente De La Nación							Total	
			Cristina Kirchner	Roberto Lavagna	Elisa Carrió	Alberto Rodríguez Saa	Ricardo López Murphy	En blanco	Otros		No sabe
Izquierda	%		13%	3%	8%			19%	32%	6%	11%
Centroizquierda	%		35%	29%	50%	11%	10%	27%	41%	21%	32%
Centroderecha	%		11%	35%	24%	43%	77%	5%	11%	19%	23%
Derecha	%		8%	19%	6%	14%	3%	12%		9%	9%
No sabe	%		33%	14%	11%	32%	10%	37%	16%	45%	25%
Total			100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

¹² Se ha definido la opinión como aquello que aún no se ha verificado (Habermas, 1981). Puede decirse que la opinión es mudable, cambiante y tiene una mayor volatilidad que las conductas y valores.

Entre los votantes a Cristina Kirchner y Elisa Carrió se observa una presencia importante de la centroizquierda, y la vez entre estas líderes existen fuertes contradicciones en lo que respecta a planes de gobierno, gestión, política económica y de alianzas. O sea, a priori el posicionamiento ideológico no daría cuenta de muchos aspectos de las decisiones de voto y la preferencia de liderazgos. En la decisión del voto hay influencia de muchas variables, además del difuso arco de derecha e izquierda.

Al mismo tiempo, aquellos individuos que no expresan identificación partidaria, tienden a no expresar identificación ideológica (Cuadro 5).

Cuadro 5: Autoposicionamiento ideológico, según posicionamiento partidario, en porcentajes (Mayo 2007)

		Autoposicionamiento político- partidario (Mayo 2007)						Total
Autoposicionamiento ideológico		Peronismo	Radicalismo	ARI	PRO	Otros partidos	No sabe	
	Izquierda	13%	16%	19%	2%	32%	6%	14%
	Centroizquierda	20%	34%	50%	6%	30%	10%	22%
	Centroderecha	20%	20%	9%	57%	13%	11%	21%
	Derecha	14%	4%	5%	13%	3%	1%	7%
	No sabe	34%	27%	17%	21%	22%	73%	36%
Total		100,0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Cuadro 6: Autoposicionamiento ideológico, según posicionamiento partidario, en porcentajes (Octubre 2007)

		Autoposicionamiento político- partidario (Octubre 2007)							Total
Autoposicionamiento ideológico		Peronismo	Radicalismo	ARI	PRO	Socialismo	Otros partidos	No sabe	
	Izquierda	10%	11%	6%	5%	20%	32%	9%	10%
	Centroizquierda	32%	30%	49%	8%	69%	41%	20%	32%
	Centroderecha	23%	22%	20%	55%	3%	14%	11%	23%
	Derecha	22%	4%	12%	15%		0%	5%	22%
	No sabe	13%	33%	12%	17%	8%	14%	55%	13%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Podría suponerse que la ideología es una variable independiente – y anterior en el tiempo -- a la preferencia partidaria. En las mediciones de Mayo y Octubre, en la Ciudad de Buenos Aires, el justicialismo mostró casi en iguales proporciones izquierda / centroizquierda , y derecha / centro derecha (Cuadro 5 y Cuadro 6). Es decir, sabiendo que alguien es justicialista, no sabremos mucho sobre su autoidentificación ideológica. Entre los identificados con el justicialismo, se observa el mayor porcentaje de identificados con la derecha (14% en Mayo, 22% en Octubre).

Entre quienes se identifican con el radicalismo, hay un porcentaje bajo de individuos identificados con la derecha (4% en Mayo y Octubre). En los partidos más recientes, como el ARI o el PRO, predominan las categorías de centroizquierda (50% para el ARI en Mayo y 55% en Octubre, Cuadro 5 y 6), indicando una mayor correlación de estas categorías con la autoidentificación partidaria en estos dos partidos.

En Argentina existió un proceso de fragmentación de los partidos políticos, y es posible que la identificación de izquierda y derecha funcione como reemplazo de la identificación partidaria¹³, y cumpliendo algunas de sus funciones sociales. Esto tendría impacto institucional no solo en los partidos políticos, si no en las instituciones que regulan las acciones de reivindicación social (sindicatos, organizaciones barriales o piqueteras).

Los partidos políticos tienden a configurarse de acuerdo a demandas y grupos con intereses y liderazgos comunes, y a compartir ideologías entre sus adherentes. Dada la fragmentación de los partidos políticos, y la presencia de partidos populistas fuertes, en Argentina es difícil adaptar las categorías de izquierda y derecha a partidos fragmentados y fluctuantes. A su vez, las definiciones e identificaciones de izquierda y derecha se convierten en un recurso de autoidentificación, que se aplica en la disputa por el poder.

En Argentina, en particular, los partidos de izquierda no han sido los principales protagonistas de la vida política, como sí ocurrió en Chile con el Partido Socialista y el PT de Brasil.

Algunos datos de EEUU (Cuadro 7) muestran que los votantes del año 1996 a Bill Clinton se ubicaban en una escala mas cercana a la izquierda (5,01, donde 1 es identificación con la izquierda, y 10 con la derecha), mientras que los votantes

¹³ Es factible suponer que la estructuración de partidos políticos como el justicialismo se dio en torno a la organización institucional del mercado de trabajo (c.f.r. González, 1999). Hoy, existe un menor peso del mercado de trabajo como organizador general de la vida social y de las relaciones sociales, lo cual repercute en la identidad de los partidos políticos, y en las instituciones que intervienen en la regulación de la conflictividad y protesta social, como los piqueteros.

republicanos se ubicaban con un promedio bastante mayor (6.68). Los votantes demócratas tienen una mayor tendencia a la izquierda política, y los republicanos a la derecha.

Cuadro 7: Ubicación del respondente en una escala de 0 (izquierda) a 10 (derecha), según intención de voto a Presidente (EEUU, 1996)

1996 Presidencial – Por quién votaría	Promedio	Desvio standard
Bill Clinton	5,01	2,094
Bob Dole	6,68	1,748
Ross Perot	5,26	1,532
Ninguno (no va a votar a Presidente)	5,60	,894
Otro	4,64	2,618
Total	5,62	2,102

Fuente: National Election Studies, .EEUU, 1996.

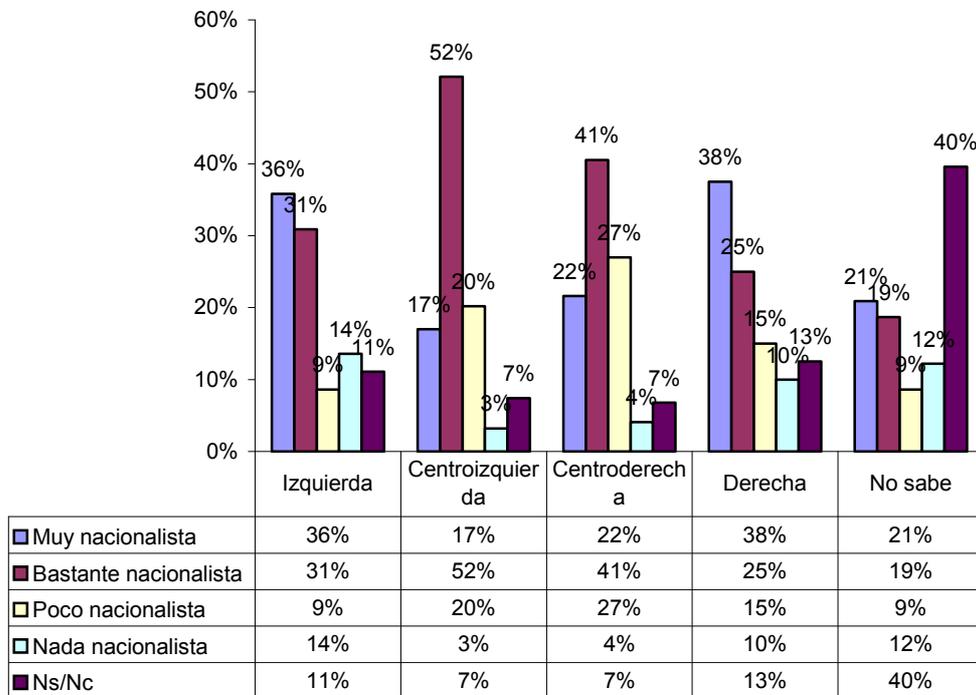
Nacionalismo, interés por la política y autopoicionamiento ideológico

A fin de obtener un panorama más preciso de las autoidentificaciones, se analizó la relación de estas auto percepciones con el nacionalismo, y el interés en la política.

Nacionalismo: existen tensiones entre estas ideologías internacionalizadas, y la cultura política particular de cada país, que actúa como un filtro de decodificación de mensajes políticos (Belardinelli, Pablo; 2005). La cultura nacional y popular, en general identifica positivamente lo “nacional” como “popular”, y a la inversa, todo lo “popular” es “nacional”, como categorías indisolubles. La identidad nacional y popular articulaba a un “sujeto policlasista, pero de base obrera, como el peronismo, y definía un antagonista antinacional y antipopular de amplio espectro ideológico y político” (Belardinelli, 2005). En general, estos elementos culturales eran antagónicos, al mismo tiempo, con la clasificación de izquierda y derecha. Estos aspectos culturales e históricos enriquecen el análisis de la cultura política.

Alrededor de 67% de los encuestados se considera nacionalista o muy nacionalista (Gráfico 2). Ambos extremos de derecha e izquierda se identifican con un mayor nacionalismo, mientras que las posiciones centristas se autoidentifican con posiciones más moderadas.

Gráfico 2: Nacionalismo según autopoicionamiento ideológico, en porcentajes



Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Tanto los identificados con la izquierda (36%) como los de derecha (38%) manifiestan su nacionalismo. Es decir, que estas categorías de izquierda y derecha no segmentan adecuadamente las opciones por el nacionalismo. La izquierda posiblemente ve al nacionalismo en función de una mejor distribución, y la derecha como el éxito económico de un país en general.

Interés en la política: en la historia política argentina, los sectores trabajadores compensaban la falta de poder económico con poder político, articulado mediante la participación en partidos políticos, o gremios (Portantiero, 2004). Entre los individuos de izquierda, el interés en la política (52% muy y bastante interesado en Octubre), superó a los identificados con la derecha (30% en Octubre) (Cuadro 8).

Cuadro 8: Grado de interés por la política, según autopoicionamiento ideológico (Octubre 2007), en porcentajes

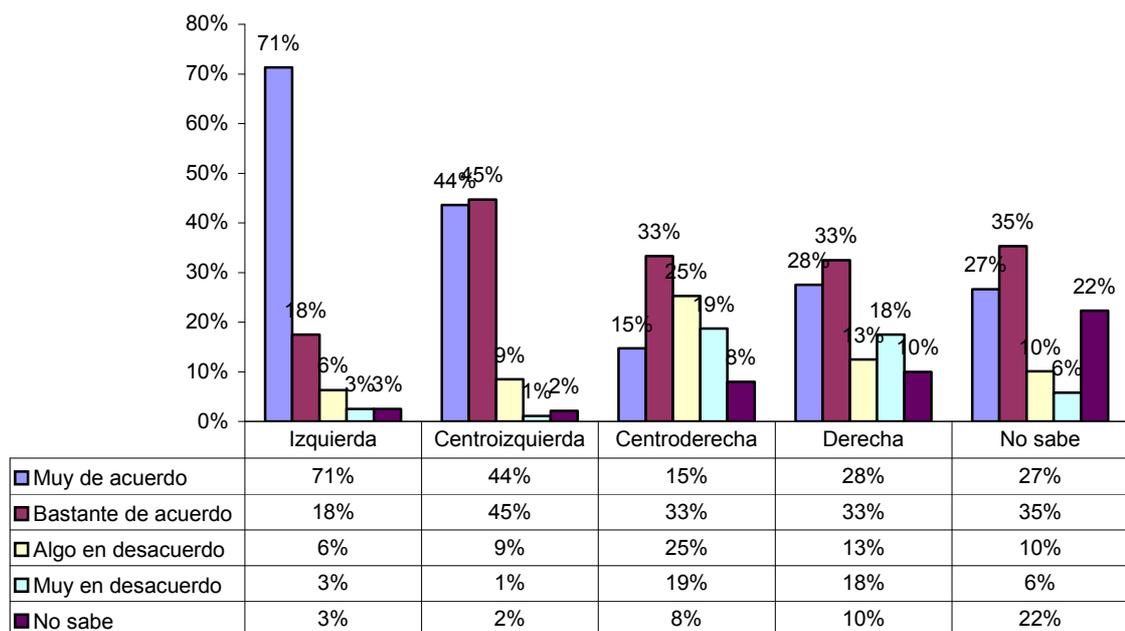
Interés por la política		AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO					TOTAL
		Izquierda	Centroizquierda	Centroderecha	Derecha	No sabe	
Muy interesado		23%	15%	16%	5%	10%	14%
Bastante interesado		29%	30%	24%	25%	13%	24%
Poco interesado		37%	44%	45%	45%	39%	42%
Nada interesado		5%	11%	14%	25%	31%	17%
No sabe		7%		2%		7%	3%
Muy / Bastante interesado		52%	45%	39%	30%	23%	38%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Intervención del estado: la izquierda valora positivamente la intervención del estado en la economía, como un mecanismo de redistribución e integración social¹⁴. Entre los individuos de izquierda, el 71% acuerda con la intervención del estado en la economía (Gráfico 3); en la centroderecha y centroizquierda, sólo el 15% y 28% respectivamente.

Gráfico 3: Acuerdo con la frase “El Estado debe intervenir en la economía”, según autopoicionamiento ideológico, en porcentajes

¹⁴ Desde el punto de vista de las consecuencias para la acción, esto requeriría una investigación empírica del estado (del volumen de empleo en el sector, presupuestos).



Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

A su vez, entre aquellos que se muestran muy interesados en la política, el 55.9% están muy de acuerdo con la intervención del estado en la economía (Cuadro 9)¹⁵.

Cuadro 9: Grado de interés por la política, según acuerdo con la frase “El estado debe intervenir en la economía (Octubre 2007)

		Grado de interés por la política					Total
		Muy interesado	Bastante interesado	Poco interesado	Nada interesado	No sabe	
Acuerdo con la frase “El Estado debe intervenir en la economía”	Muy de acuerdo	55,9%	37,2%	31,7%	39,5%	50,0%	41,1%
	Bastante de acuerdo	33,3%	39,5%	43,6%	27,9%	31,3%	37,4%
	Algo en desacuerdo	6,5%	14,7%	14,9%	16,3%	18,8%	13,1%
	Muy en desacuerdo	4,3%	8,5%	9,9%	16,3%		8,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Autoposicionamiento ideológico, opinión pública e ideología: Lo que se suele denominar mediciones de opinión pública, son respuestas a estímulos que se les presentan a los individuos, y el análisis de los datos que surgen de ese procedimiento. En Diciembre

¹⁵ Desde el punto de vista de las consecuencias para la acción, esto requeriría una investigación empírica sobre las características deseables del estado (empleo público, presupuestos, coparticipación).

de 2007, se consulto sobre el acuerdo respecto a distintos aspectos de la intervención del estado, y sobre la inseguridad. Las respuestas muestran que el posicionamiento ideológico segmenta estas respuestas.

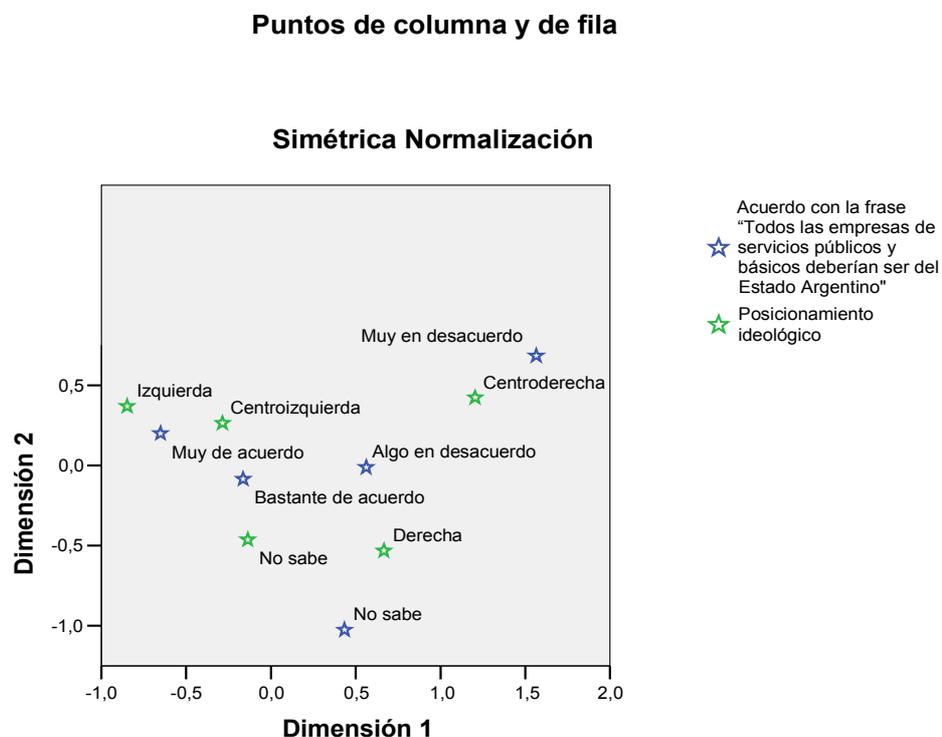
El análisis de correspondencias simples¹⁶ (ACS) entre los indicadores y el autopoicionamiento, y las correlaciones de Pearson (Cuadro 10), revelan una asociación entre el autopoicionamiento y una serie de actitudes de los encuestados frente al rol del estado en la economía¹⁷.

Tanto en el Grafico 3 como en el Gráfico 5, la relación entre el autopoicionamiento ideológico y el acuerdo con las frases “Todas las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del estado” y “El estado debe intervenir en la economía”, refleja una cercanía (una correlación) entre izquierda y centroizquierda, con la categoría muy de acuerdo.

¹⁶ El análisis de correspondencias define una medida de distancia entre dos puntos cualesquiera, donde los puntos son valores (categorías) de una variable discreta. La distancia es una forma de medida de asociación.

¹⁷ En todos los gráficos de correspondencias, el chi cuadrado es significativo al 95% de confianza. Si las variables fuesen independientes, el análisis de correspondencias no tendría lógica.

Gráfico 4: Análisis de correspondencias múltiples y tablas resumen, entre acuerdo con la frase “Todas las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del estado argentino” y autopoicionamiento ideológico.

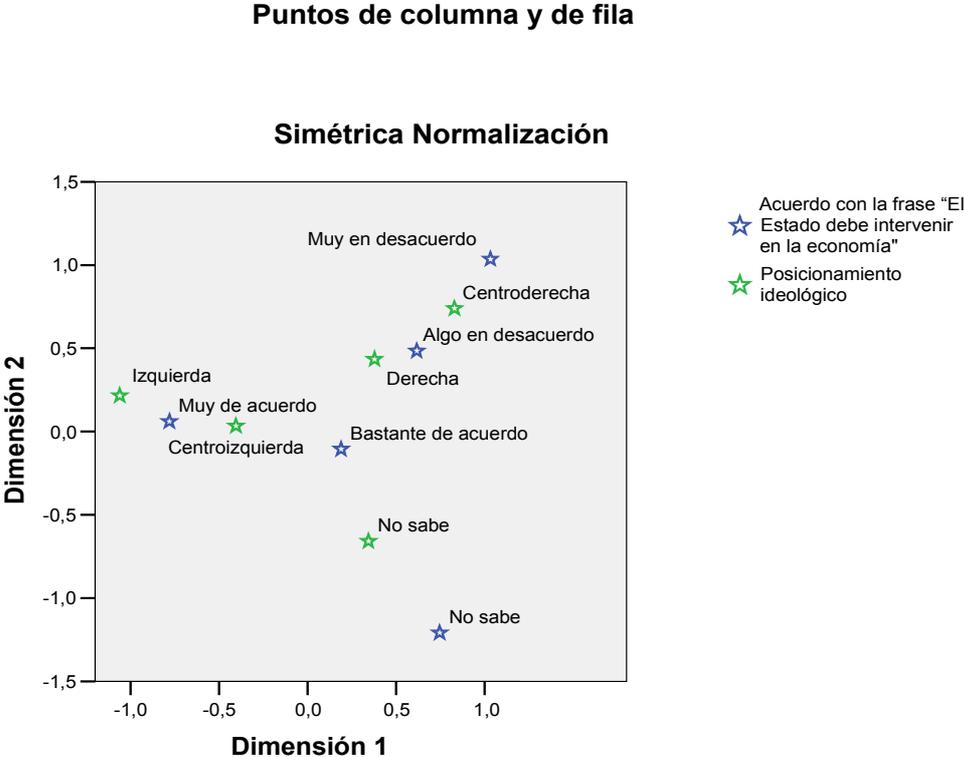


Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Tabla de correspondencias

Posicionamiento ideológico	Acuerdo con la frase “Todos las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del Estado Argentino”					
	Muy de acuerdo	Bastante de acuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe	Margen activo
Izquierda	54,709	20,260	6,823	,319	3,903	86,014
Centroizquierda	39,967	32,207	17,370	4,652	3,784	97,981
Centroderecha	9,436	14,536	22,500	21,770	9,503	77,745
Derecha	7,578	8,814	11,262	5,771	8,095	41,519
No sabe	54,357	41,337	23,379	6,507	22,501	148,080
Margen activo	166,047	117,153	81,334	39,018	47,786	451,338

Gráfico 5: Análisis de correspondencias múltiples y tablas resumen, entre acuerdo con la frase “El Estado debe intervenir en la economía” y autoposicionamiento ideológico.



Fuente: Observatorio Cultura Política Ciudad de Buenos Aires. UNTREF – CINEA.

Tabla de correspondencias

Posicionamiento ideológico	Acuerdo con la frase “El Estado debe intervenir en la economía”					
	Muy de acuerdo	Bastante de acuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe	Margen activo
Izquierda	61,803	14,534	5,604	2,169	1,904	86,014
Centroizquierda	42,560	43,481	8,075	1,610	2,256	97,981
Centroderecha	11,622	26,631	19,014	14,587	5,891	77,745
Derecha	12,120	13,300	4,717	7,517	3,864	41,519
No sabe	39,473	52,021	16,337	8,107	32,142	148,080
Margen activo	167,578	149,967	53,746	33,991	46,057	451,338

A fin de resumir y comparar las asociaciones, se analizó la información como escala de intervalo. Así, se transforma la categoría “izquierda” en el valor 1; la “centroizquierda” en 2, la “centroderecha” en 3, y la “derecha” en 4. Luego se ajustó una

correlación entre el acuerdo entre las distintas opiniones, eliminando las no respuestas. Los resultados se observan en el Cuadro 10.

La correlación mas fuerte de la autoidentificación izquierda (1) y derecha (4), se observa con la sentencia “todas las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del estado argentino” (0.456). También, con la frase “el estado debe intervenir en la economía” (0.415). Dada esta correlación positiva, valores menores indican mayor acuerdo con la frase, los individuos de izquierda están mas de acuerdo con la intervención del estado en la economía en general.

La correlación es negativa (-0.316) entre el acuerdo con el arancelamiento universitario, y la autoidentificación en el espectro ideológico, indicando lo contrario: la izquierda está menos de acuerdo con el arancelamiento en la universidad.

Conclusiones

La información permite obtener algunas conclusiones sobre las características de la autoidentificación de izquierda y derecha entre los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires. Izquierda y derecha son conceptos que deben ser contextualizados históricamente; son categorías relativas y globalizadas, aplicables a partidos, instituciones, gobiernos e individuos, en distintos países y culturas. Esta categorización es poco apropiada en la identificación precisa de prácticas políticas reales en la administración pública. Aún así, parece tener algunas propiedades útiles y capacidad de segmentar opiniones. En esta clasificación, que tiende a identificar adversarios en la política, no se puede ser de izquierda y derecha al mismo tiempo.

Respecto del *volumen y la estabilidad* de esta autoidentificación, se encontró entre un 63% y un 75% identificados con este arco de derechas e izquierdas. Esto indicaría cierta relevancia de estas autoidentificaciones, y su *posible impacto* en los comportamientos y la interpretación de la realidad política.

Estas autoidentificaciones resultaron *relativamente estables* en las diferentes mediciones, lo cual abona la hipótesis de que se trata de valores de cultura política (por ejemplo, valoraciones sobre la distribución de ingresos o la intervención del estado), poco fluctuantes. *Se encontró que las categorías de centro son más habituales que las categorías extremas.* Es decir, que existe una mayor identificación con el centro en esta clasificación.

CORRELACIONES									
Acuerdo con las frases...		“Todos las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del Estado Argentino”	“El Estado debe intervenir en la economía”	“las universidades estatales deberían ser aranceladas”	“la solución a la inseguridad es aumentar la severidad de las penas”	“la solución a la inseguridad es bajar la edad de imputabilidad”	“Los precios deberían ser controlados por el Estado”	Autoidentificación derecha / izquierda	
	Sig. (2-tailed)	,054	,000	,000		,000	,839	,000	
	N	372	370	381	406	391	386	277	
“La solución a la inseguridad es bajar la edad de imputabilidad”	Pearson Correlation	-,137	-,239	,327	,655	1	-,032	-,351	
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,000	,000		,532	,000	
	N	369	374	381	391	403	388	281	
“Los precios deberían ser controlados por el Estado”	Pearson Correlation	,481	,459	-,143	,010	-,032	1	,281	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,839	,532		,000	
	N	368	373	377	386	388	404	279	
Autoidentificación derecha / izquierda	Pearson Correlation	,456	,415	-,316	-,372	-,351	,281	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	264	275	275	277	281	279	288	

Las autoidentificaciones se expresan de distintas maneras en las preferencias partidarias. En los partidos con poca historia política el autoposicionamiento ideológico tiene una asociación con la identificación partidaria (centroizquierda en el ARI, centroderecha, PRO). En cambio, la identificación partidaria justicialista no es un buen predictor de la identificación ideológica.

Esta identificación podría reemplazar eventualmente a la de partidos políticos. Los partidos políticos forman identidades sociales, y las crisis de estas instituciones pueden fomentar otras identidades. La identidad común es un capital político, que genera capacidad de acciones conjuntas y potencialmente poder. La clasificación izquierda y derecha facilita la identificación de enemigos y amigos (incluso de países aliados o no), y en ese sentido, construir capital político.

Al consultar sobre distintas evaluaciones de la intervención del estado, y otros aspectos relevantes, se observó que esta autoidentificación tenía una capacidad de segmentación de opiniones importante. Y al mismo tiempo, las matrices de correlaciones permiten jerarquizar las opiniones que más se segmentan con estas autoidentificaciones.

Tratada en forma de escala, el acuerdo con la frase “todas las empresas de servicios públicos y básicos deberían ser del estado argentino” es la que presenta mayor correlación con la escala izquierda – derecha (0.456). Así, *los individuos identificados con la izquierda están a favor en mayor medida con la intervención del estado*, y al mismo tiempo, esta es la opinión que resulta más influida por esta autoidentificación. Coherente con estos registros, *los individuos de derecha tienen menor interés por la política.*

Ambos extremos de derecha e izquierda se identifican con un mayor nacionalismo, mientras que las posiciones centristas se autoidentifican con posiciones mas moderadas. La izquierda hoy intenta resolver a través de *la política y la intervención del estado las problemáticas sociales; abandonaría planteos radicales sobre la legitimidad de la propiedad privada, para construir un imaginario sobre la equidad en la distribución del ingreso a través del estado.* Esta cultura política no se traduce directamente en preferencias partidarias o de liderazgos, en un contexto de fragmentación de partidos políticos.

El análisis de las identificaciones de izquierda y derecha, es un aspecto relevante de la comprensión de la cultura política de nuestros días.

Bibliografía

- Banet, T.; Morineau, Alain (1999). *Aprender de los datos: el análisis de los componentes principales. Una aproximación desde el DATA MINING*. EUB, Barcelona.
- Belardinelli, Pablo (2005). “Comunicación, Cultura y Proyecto Nacional”, *Política y comunicación*, Buenos Aires, INCAP.
- Bourdieu, Pierre (1984): “La opinión pública no existe”, en *Cuestiones de Sociología*, Madrid, Istmo.
- Giddens, Anthony (1989). *Sociología*. Alianza Editorial, Madrid.
- Giddens, Anthony (1994). *Beyond left and right: the future of radical policies*. Polity Press, Great Britain
- González, Horacio (1999). “Las nuevas formas del trabajo: la imagen y el tiempo en las luchas sociales”. En *El trabajo y la política en el fin de siglo*. Comp. Claudio Lozano. CTA – EUDeBA; 377-386. Buenos Aires.
- Habermas, Jürgen (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. G. Gili, Barcelona.
- Markus, Gregory B. (1992). “The Impact of Personal and National Economic Conditions on Presidential Voting, 1956-1988”, en *American Journal of Political Science*, Vol. 36, Nº 3, August.
- Marradi, A., N. Archenti y J. I. Piovani (2006). *Metodología de las Ciencias Sociales*, Buenos Aires, Emecé.
- Oliva, Miguel (2001). “Aplicación de las encuestas en la investigación del comportamiento electoral”. Revista: *Metodología de Encuestas*, revista de la SIPIE, Madrid, España, vol. 4, núm. 4, páginas: 37-64.
- Oliva, Miguel (2003): “*Inserción Social, Opinión Pública y Comportamiento Electoral*”. En *En torno a las metodologías: abordajes cualitativos y cuantitativos*. Silvia Lago Martínez, Gabriela Gómez Rojas, Mirta Susana Mauro, compiladoras. Ed. Proa XXI, pp 311 - 315. Lanús, Provincia de Buenos Aires.
- Portantiero, Juan Carlos; Murmis, Miguel; *Estudios sobre los orígenes del peronismo*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2004
- Quevedo, Alberto (2007). “¿Se está gestando una nueva izquierda en la Argentina?” En *Revista Ciencias Sociales*, Octubre 2007, 68, pp. 24 - 26, Buenos Aires.
- Schmitt, Carl (1941). *Estudios Políticos: La época de la neutralidad*. Madrid, Cultura Española.
- Wong, Joseph (2004). “Democratization and the Left: Comparing East Asia and Latin America”, Wong, 204: DOI: 10.1177/0010414004269824 2004; 37; 1213 *Comparative Political Studies*.

