

La naturaleza de la ideología política del electorado argentino

The Nature of Political Ideology in Argentinian Electorate

Diego Reynoso*

Universidad de San Andrés/CONICET
Argentina

Fecha de recepción: 10-01-2023

Fecha de aceptación: 17-03-2023

Resumen

Dada la polarización creciente en la política argentina, el uso de la etiqueta izquierda-derecha vuelve a ser relevante. Este estudio examina la existencia de un electorado ideológico y la relación entre la ideología y el voto. Se recopiló una muestra nacional de 1005 entrevistados en octubre de 2019, a quienes se les pidió que se posicionaran en escalas Likert de 1 a 7, que representaban diferentes principios de política pública. El trabajo proporciona evidencia de la identificación de los electores en términos de izquierda-derecha, aunque con problemas de autointerpretación que dificultan inferir sus posiciones y preferencias. Para superar esto, se extraen las posiciones ideológicas latentes mediante el Análisis de Componentes Principales, identificando tres dimensiones: ideológica (izquierda-derecha), basada en libertades morales (progresista-conservador) y en cuestiones estéticas (alto-bajo). Finalmente, el estudio muestra la relación entre la posición ideológica de los electores y sus opciones de voto.

Palabras clave: polarización; ideología; voto; posiciones ideológicas; Análisis de Componentes Principales; actitudes ideológicas.

Abstract

Given the growing polarization in Argentinian politics, the use of the label left-right becomes relevant again. This study examines the existence of an ideological electorate and the relationship between ideology and voting. A national sample of 1005 respondents was collected in October 2019, who were asked to position themselves on Likert scales ranging from 1 to 7, representing different principles of public policy. The study provides evidence of voter identification in terms of left-right, albeit with issues of self-interpretation that hinder the inference of their positions and preferences. To overcome this, latent ideological positions are extracted through Principal Component Analysis, identifying three dimensions: ideological (left-right), based on moral freedoms (progressive-conservative), and aesthetic issues (high-low). Finally, the study demonstrates the relationship between voters' ideological position and their voting choices.

Keywords: polarization; ideology; vote; ideological positions; Principal Component Analysis; ideological attitudes.

* Investigador Independiente del CONICET, Profesor Universidad de San Andrés. Correo electrónico de contacto: dreynoso@udesa.edu.ar

I. Introducción¹

Izquierda y derecha suelen ser utilizadas como etiquetas para identificar la posición política ideológica que tienen los líderes políticos y los ciudadanos. Cuando las posiciones sobre diferentes temas o principios generales de política pública correlacionan entre sí y coinciden con el posicionamiento de los electores en la escala izquierda-derecha, la etiqueta ideológica funciona como un atajo cognitivo para entender las preferencias de los electores y las opciones de voto. Durante mucho tiempo, buena parte de la literatura politológica argentina negó la importancia de la ideología, tanto para diferenciar las alternativas políticas como para caracterizar al electorado. Este trabajo ofrece evidencia, en primer lugar, sobre la identificación de los electores en términos de izquierda-derecha, pero que no obstante puede contener problemas de autointerpretación que vuelven difícil inferir del autoposicionamiento algunas claves de sus posiciones y preferencias sobre principios generales. Para solucionar ese escollo, en segundo lugar, se extraen las posiciones ideológicas latentes, o actitudes ideológicas, a partir de las posiciones de los individuos sobre varios principios generales de política pública (*policy principles*). Para realizar esto se recolectó una muestra nacional de 1005 entrevistados, entre los días 27 de septiembre y 9 de octubre de 2019, a los que se les pidió que se posicionaran en diferentes escalas likert de 1-7 puntos que expresan diferentes principios generales de política pública. Mediante la metodología de Análisis de Componentes Principales (PCA), se extraen tres dimensiones: una dimensión económica-identitaria (izquierda-derecha), una dimensión social-moral (liberal-conservador), y una tercera dimensión basada en cuestiones estético-representativas (alto-bajo). Finalmente, el trabajo ofrece evidencia robusta sobre la relación entre la ideología política latente de los electores y sus opciones de voto.

II. Estado de la cuestión

Existe una arraigada práctica de clasificar a los partidos, candidatos y electores en un espacio o escala de izquierda a derecha. Estas etiquetas, como las denomina Sartori (1976), se aplican a los partidos y candidatos de acuerdo con la imagen que éstos proyectan en el espacio político

¹ Esta investigación contó con el apoyo de la Universidad de San Andrés en sus programas de apoyo a la investigación (PAI) y Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública y del CONICET. El autor agradece los comentarios y sugerencias de Carlos Varetto, Federico Moughty y Sol Nottage.

de competencia². En general estas etiquetas ideológicas tienen dos grandes ventajas: del lado de la demanda, un ciudadano tiende a reducir los puntos de vistas de un partido en muchos temas simplificándolos en un sólo punto con el objeto de reducir los costos de información (Downs, 1957; Lipset y Rokkan, 1967; Sartori, 1976). Del lado de la oferta, los partidos también tienen que representar sus propuestas políticas simplificando el mensaje para llegar al público. A fines del XVIII, en la Francia Revolucionaria, izquierda y derecha simbolizaban las posiciones que distinguían a los partidos que pretendían cambiar el antiguo régimen o el *statu quo*, por un lado, y a los que querían mantenerlo, por el otro (Lipset y Rokkan, 1967). A mediados del XIX las etiquetas se esparcen por Europa adoptando un contenido económico y durante el siglo XX izquierda pasó a asociarse a la intervención económica y derecha al libre mercado. A mediados del XX las posiciones en favor de las libertades individuales y la libertad de elección en materia moral pasan a ser identificadas con la etiqueta izquierda, mientras que las posiciones que defienden los valores tradicionales, familiares y religiosos con la de derecha (Alan Ware, 1996). A fines del XX y principios del XXI nuevas dimensiones o temas comenzaron a irrumpir en los diferentes sistemas de partidos y electorados (Inglehart, 1977; Abramson e Inglehart, 1995; Norris e Inglehart, 2011), provocando grandes realineamientos electorales e ideológicos. Las antiguas correspondencias sociales entre los electores y los partidos fueron mutando, como lo han señalado recientemente Fraser (2019) y Piketty (2019), del mismo modo que fue mutando la correspondencia actitudinal, como ya lo había destacado Giddens (1994) y recientemente Stefanoni (2021), entre otros³.

En su clásico trabajo, Bobbio señala que más allá del contenido específico, la diferencia entre izquierda y derecha reside en:

la diferente actitud que asumen los hombres que viven en sociedad frente al ideal de la igualdad (...). La distinción acompaña también una valoración diferente de la relación entre desigualdad natural y desigualdad social. La posición igualitaria parte de la convicción de que

² Una imagen es “un grupo de políticas vago condensado en, y expresado por, una palabra o un lema” (Sartori 1976, p. 382). Así, las etiquetas izquierda-derecha o progresista-reaccionario o liberal-conservador son ejemplos típicos de las imágenes que los partidos buscan obtener haciendo maniobras y contramaneobras, comunicando posiciones o impulsando políticas públicas. Estas imágenes ofrecen un marco de referencia más flexible y menos costoso cognitiva e informacionalmente, para identificar las opciones electorales. Ofrecen un atajo cognitivo de gran utilidad para el votante.

³ Si durante el XX estar contra del *statu quo* y ser rebelde era considerado de izquierda, en la actualidad esa relación parecería estar cambiando al menos en lo discursivo actitudinal.

la mayor parte de las desigualdades son sociales y por tanto eliminables, mientras que lo no igualitario parte de la convicción opuesta: estas son naturales y por lo tanto ineliminables (Bobbio, 1995, p. 135).

Cómo queda de algún modo manifiesto la autoidentificación en izquierda y derecha no es, desde luego, ni unidimensional ni estática. Esto es, no hay una sola dimensión de política pública que detente el monopolio legítimo y universal del significado de izquierda o derecha. Las posiciones de izquierda y/o derecha pueden expresarse en múltiples temas o *issues*. Así la identificación que un partido, un candidato y/o una persona tenga en términos ideológicos pueden derivarse de su posición en torno al tema de los matrimonios entre personas de un mismo sexo, respecto del aborto, respecto de la política exterior, en relación con el cuidado del medioambiente, a la inmigración, o en relación con la suba o aumento de impuestos, por citar tan solo algunos ejemplos de *political issues*⁴. En este sentido, la posición de un partido, candidato y/o de un elector en el espacio ideológico sería producto de una combinación de preferencias sobre muchos temas y/o principios de política pública, así como en diferentes contextos de competencia, unos temas o principios pueden ser más relevante o significativos que otros para explicar la identificación ideológica⁵. La ideología, en síntesis, es un sistema de creencias (Converse, 1964).

Una parte de la literatura en ciencia política ha señalado la futilidad del ordenamiento ideológico del electorado en los sistemas políticos latinoamericanos, en general, y argentina

⁴ Por cuestiones políticas se entienden a temas puntuales de agenda pública, tales como una determinada ley o propuesta legislativa. En general, las cuestiones políticas admiten actitudes diferentes por parte del electorado: esto es, grados diferentes de acuerdo o desacuerdo. Se puede estar a favor o en contra de una específica ley de despenalización del aborto, aunque se puede estar en contra o a favor en términos generales. Se puede estar a favor o en contra del aumento o disminución de un porcentaje del impuesto a las ganancias, aunque se puede tener una posición general más abstracta sobre el grado de intervención del estado en la economía. Conviene entonces distinguir los *political issues*, los temas puntuales o específicos de debate en una coyuntura determinada, de los *policy principles*, los principios o valores más generales que contienen a temas de política específicos. Más adelante esta cuestión es relevante para la evidencia que ofrecemos sobre el espacio ideológico.

⁵ En esta línea, Alcántara (2008) lista una serie de 10 valores políticos generales en los que pueden ordenarse las posiciones de los presidentes latinoamericanos en una escala de izquierda a derecha. Entre los variados ejes de conflicto o antagonismo político que pueden definir posiciones de izquierda o de derecha hay, al menos, diez que resultan especialmente significativos: 1. Libertad frente a igualdad; 2. Autonomía individual frente a colectivismo; 3. Monocultura frente a multiculturalismo; 4. Desarrollo insostenible frente a ecologismo. 5. Clericalismo frente a laicismo; 6. Mercado frente a Estado; 7. Democracia representativa frente a democracia participativa; 8. Partido político frente a movimiento social; 9. Libremercado frente a nacionalismo económico; 10. Antiglobalización frente a internacionalización de la globalización. Para un desarrollo más completo ver Alcántara, 2008, pp. 74-75.

en particular (Di Tella, 1972; Catterberg, 1989a). En esa línea, algunos trabajos señalan que los partidos latinoamericanos se diferencian mediante el cultivo de redes clientelares como estrategia alternativa de identificación y lealtad entre éstos y los votantes (Calvo y Murillo, 2004; Kitschelt y Wilkinson, 2007; Stokes et al., 2013; Ruth, 2016; Oliveros, 2016). En la misma dirección Mainwaring y Torcal señalan que “fuera de las democracias avanzadas, muchos votantes eligen candidatos sobre la base de sus características personales sin considerar el partido, la ideología o el posicionamiento programático” (2006, p. 204). Otros trabajos destacan la existencia de identidades sociales y culturales que organizan el espacio entre un campo popular u otro campo más elitista, independientemente del contenido ideológico que impulsen los partidos. Pierre Ostiguy sostiene que existen elementos estético-culturales asociados al estilo de la representación que se activan políticamente en muchos sistemas de partidos de Latinoamérica (Ostiguy 2009a), y en especial de Argentina (Ostiguy 2009b), que organizan el espacio entre lo alto (“educado”, “sofisticado”, “institucional”) y lo bajo (“plebeyo”, “directo”, “personalista”).

Pese a las atendibles objeciones, nuevas olas de investigaciones empíricas han ofrecido evidencia acerca de que las élites de los partidos (Alcántara y Rivas, 2007; Alcántara, 2008) y los electorados (Colomer y Escatel, 2005; Levitsky y Roberts, 2011; Wiesehomeier, 2010; Wiesehomeier y Doyle, 2012; Saiegh, 2015), se ubican espacialmente a lo largo de un continuo ideológico izquierda-derecha.

Desde las primeras teorizaciones de Anthony Downs (1957) los modelos de competencia espacial fueron mejorando sus capacidades analíticas (McKelvey y Ordeshook, 1976; Brams, 1983; Enelow y Hinich, 1984; Shepsle y Cohen, 1990). La idea acerca de que los electores votan a un candidato de acuerdo con cuán próximo se encuentra en espacio ideológico es intuitivamente atractiva, pero no incuestionable (Stokes, 1963; Converse, 1964)⁶. En el campo de la política comparada se ha ofrecido evidencia empírica de la relevancia de la

⁶ Stokes (1963) dirige sus críticas al modelo espacial de Downs en tres aspectos claves: 1. que la gente sea capaz de relacionar las cuestiones políticas de posición (*positional issues*) con las posiciones que los partidos tienen sobre las cuestiones, dando más peso a la identificación partidista que al interés por las cuestiones; 2. En torno a muchas cuestiones los partidos suelen tener la misma posición, y eso introduce el problema de la existencia de cuestiones de valencia (*valence issues*); 3. la dificultad de los electores para comprender el espacio político con las etiquetas izquierda-derecha o liberal-conservador. Por otra parte, Converse (1964) señaló que las actitudes de las personas son inconsistentes e inestables, que no hay nada que pueda entenderse como “ideología”, entendiendo a esta como un sistema de creencias que representa el universo total de las creencias de una persona acerca del mundo físico, social y personal, organizado en varias dimensiones.

dimensión ideológica clásica izquierda-derecha que permite ordenar y clasificar a los sistemas de partidos y a sus electorados (Castles y Mair, 1984; Huber y Inglehart, 1995; Inglehart y Klingemann, 1976; Sani y Sarori, 1983; Huber, 1989; Knutsen, 1988, 1989). En ese mismo campo de estudio se han replicado investigaciones comparadas sobre los espacios políticos de competencia en Latinoamérica (Alcántara, 2008; Alcántara y Rivas, 2007; Colomer y Escatel, 2005; Coppedge, 1998, 2007; Kitschelt et al., 2010; Rivas, 2006; Saiegh, 2009, 2015; Wiesehomeier, 2010; Wiesehomeier y Doyle, 2012; Zechmeister, 2015).

A. ¿Tienen los electores ideología?

En el clásico estudio *The Nature of Belief System*, Converse (1964) define a la ideología como “el conjunto de principios y valores políticos cuidadosamente pensados y balanceados, capaces de brindar coherencia y consistencia interna a las opiniones o actitudes políticas que la gente adopta o defiende” (1964, p. 207). De este modo, el pensamiento ideológico (una alta correlación en las dimensiones, ideas y actitudes) sería el nivel más elevado de concreción de un sistema de creencias y de sofisticación política. Para Converse (1964) ese alto grado de sofisticación política o coherencia ideológica (i. e. una alta correlación entre los diferentes temas de izquierda-derecha) es característico de la élite, pero no así del común de la gente, que en general no tiene un alto grado de sofisticación política e ideológica. Algo similar, sugiere el estudio de Axelrod (1967) en cuanto a la correlación entre las cuestiones políticas (*political issues*) y las opciones partidarias. Las conclusiones de Converse, Campbell y Axelrod son, de algún modo, pesimistas: Las preferencias electorales de los votantes están predeterminadas en mayor medida por su partidismo, y no por su ideología o posiciones programáticas.

Los estudios sobre el comportamiento electoral en Argentina han descartado las bases ideológico-políticas del electorado. En los estudios clásicos del voto en Argentina predomina el énfasis en los factores estructurales, fundamentalmente la clase social, o la categoría ocupacional, como ordenadores del voto (Germani, 1973; Mora y Araujo, 1975; Canton y Jorrot, 1978, 1980, 2002; Lupu y Stokes, 2009; Tagina, 2012). Una segunda agrupación de trabajos focalizada en el comportamiento de los electores también ha rechazado la correspondencia ideológica con el voto (Catterberg 1989a, 1989b; Lodola y Seligson, 2013). Otro grupo de estudios focalizó su atención sobre la evaluación retrospectiva del desempeño

del gobierno y el peso de la economía (voto económico) (Ratto, 2011; Nadeau et al., 2015; Murillo y Visconti, 2017). Aunque de todos modos es conocimiento común el peso del partidismo en la opción del voto, con la caída en la identificación partidista de los electores es menos clara su contribución en la explicación del voto en Argentina (Canton y Jorrot, 2002; Lupu, 2015).

En general, salvo excepciones, los estudios no descartan que los electores se puedan autoidentificar en alguna posición de izquierda a derecha, pero niegan o rechazan que la decisión de voto tenga una correspondencia con el autopoicionamiento ideológico. Recientemente, las investigaciones de Lupu, Oliveros y Schiumerini (2018) sobre las elecciones de 2015 en Argentina, así como de Gervasoni y Tagina (2018) nos devuelven una vez más un paisaje no ideológico acerca del comportamiento electoral.

Contrariamente al consenso alcanzado en los estudios electorales, la hipótesis que se somete a prueba en este estudio es la existencia de un espacio político ideológico consistente en el electorado argentino, en otras palabras, un “sistema de creencias” estructurado (Converse, 1964) y que guarda correspondencia con el voto. En este sentido, la hipótesis nula de nuestra investigación es la tradición que no encuentra ni un electorado ideológicamente estructurado y en consecuencia tampoco correspondencia entre la ideología y el voto.

III. Métodos

Con el objetivo de ofrecer evidencia respecto de la existencia de un espacio político ideológico y de su correspondencia con el voto, se recolectó una muestra de 1005 hombres y mujeres mayores de 18 años, en el marco de la Encuesta de Satisfacción política y Opinión Pública (ESPOP) de la Universidad de San Andrés. La muestra es de alcance nacional y está estratificada a nivel regional. Las entrevistas fueron recolectadas entre el 27 de septiembre y el 9 de octubre de 2019, días antes de la elección presidencial. Las entrevistas se recolectaron a través de un cuestionario on-line. Los datos fueron ponderados posteriormente por nivel socioeconómico y edad. No obstante, a los efectos del objetivo de esta investigación los datos crudos o ponderados arrojan los mismos resultados debido a que no hay una pretensión de estimación de un parámetro definido.

A los entrevistados, además de sus características sociodemográficas y comportamentales, se le pidió que se autopoicionaran en una serie de escalas tipo likert de 1-7 puntos. La primera escala (IDEO1) intenta medir el autopoicionamiento que los entrevistados tienen en términos de izquierda y derecha, para ello se les pide a éstos que se ubiquen en algún punto de la escala donde 1 es la posición más a la izquierda y 7 la posición más a la derecha. Junto a ello se les preguntó sobre sus posiciones respecto de diferentes principios generales (*policy principles*)⁷. Las escalas que incluimos en el análisis resumen los principios de política pública fundamentales de la organización de los temas políticos en Argentina. En el apéndice se detallan las preguntas/escalas que se han utilizado en el cuestionario⁸.

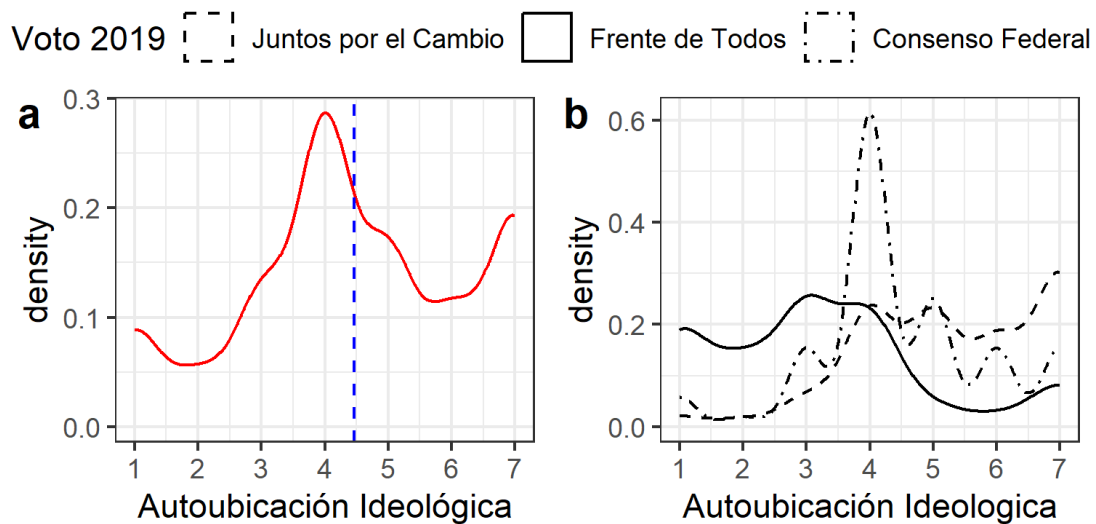
Del total de los 1005 encuestados, 108 no supieron o no quisieron autopoicionarse en la escala izquierda-derecha (un 10.7% del total). En otras palabras, el 90% de los encuestados si supo o quiso ubicarse en la escala, en alguna categoría entre 1 (más a la izquierda) y 7 (más a la derecha). La distribución de los encuestados se puede observar en la Fig 1(a). La mediana de la distribución fue de 4 mientras que la media de 4.464, lo que permite observar una leve inclinación de la distribución hacia la derecha. La Fig 1(b) presenta la distribución de los autopoicionamientos de los encuestados según el voto a las tres principales fórmulas presidenciales de 2019. Se puede apreciar que los votantes del Frente de Todos (Alberto Fernández) se autoubicaron levemente desde el centro de la distribución hacia la izquierda de la escala, con una posición media de 3.22 (desvío standard = 1.74), mientras que los votantes de Juntos por el Cambio (Mauricio Macri) lo hicieron desde el centro de la escala hacia la derecha de la misma, con una posición media de 5.29 (desvío standard = 1.48). Los votantes

⁷ Goren (2005, 2013) distingue las cuestiones o temas políticos concretos (*political issues*), asociadas con posiciones coyunturales, de los valores políticos núcleos (*core values*) o principios de política pública (*policy principles*) que son formulaciones generales y abstractas de política pública en las que se pueden ubicar las cuestiones programáticas concretas. Por ejemplo, un principio general puede ser la posición de una persona en una escala actitudinal estado-mercado, o en una escala protección-apertura. Los individuos tienen actitudes estables en cuanto a estos principios de política pública, aunque puedan tener menos estabilidad o más varianza en sus actitudes respecto de temas o cuestiones políticas puntuales (*political issues*). Goren (2013) demuestra que los principios de política pública suelen tener un gran efecto en el voto, más que las cuestiones políticas puntuales. En este trabajo, seguimos el enfoque adoptado por Goren (2005).

⁸ Se suele objetar el uso de las escalas de autopoicionamiento como medición de la posición ideológica de los electores. Pero de todos modos sabemos que “la gente se sitúa a sí misma y a los partidos en diferentes puntos del espectro izquierda-derecha por motivos que son múltiples y muchas veces confusos, pero efectivamente asignan, no obstante, posiciones espaciales” (Sartori, 1976, p. 397).

de Consenso Federal (Roberto Lavagna), por su parte, se concentraron en el centro de la distribución con una media de 4.47 (desvío standard = 1.40)⁹.

Figura 1. La ideología de los argentinos: distribución espacial del autopoicionamiento



A simple vista, la distribución bruta del autopoicionamiento de los votantes parece coincidir con la ubicación ideológica espacial que se les atribuye a las grandes formaciones políticas: los votantes del Frente de Todos autoubicados hacia la centro-izquierda y los votantes de Juntos por el Cambio hacia la centro-derecha; los de Consenso Federal, ubicados en una amplia mayoría, en el centro.

Existen serias objeciones, a la utilización de datos crudos obtenidos de escalas discretas. En primer lugar, existe una potencial fuente de discrepancia en la mediación entre el objeto a medir y el instrumento de medición. Dado que la posición de los electores se encuentra en un espacio infinito y continuo $\{-\infty, \infty\}$ -que va a de izquierda a derecha, con centro en 0-, los electores deben hacer una transformación mental para reportar en una escala (1-7 puntos) que sólo admite posiciones finitas y discretas. En segundo lugar, existe una potencial fuente de distorsión en la interpretación de la escala. Cada entrevistado puede entender de manera diferente cada ítem de la misma, mientras algunos pueden asumir que 3

⁹ Por razones de visualización, en el gráfico no se presentan las distribuciones de los votantes del FIT y de los votantes de las otras opciones de derecha. Los votantes del FIT se ubicaron hacia la izquierda con una posición media de 2.45 (desvío standard = 1.92). La proporción en la muestra de los votantes de Espert-Rosales y de Gómez Centurión-Hotton, es pequeña, de modo que sus estimaciones tienen un margen de error mayor que el resto. A modo informativo, la media de los votantes del primero fue de 4.17 y la de los últimos fue de 5.29.

y 5 son valores que representan satisfactoriamente la centro-izquierda y la centro-derecha, otros pueden considerar que el 2 y el 6 son mejores expresiones, y otros pueden tender a usar en extenso la escala utilizando los extremos 1 y 7.

Los problemas de comparabilidad descritos brevemente son conocidos en la literatura especializada como Differential Item Functioning o DIF (King, 2003; King y Wand, 2006). Una alternativa para corregir o minimizar el error producido por estas distorsiones, consiste en extraer, mediante análisis de componentes principales o análisis de factor, un espacio ideológico continuo latente de una serie de mediciones de los autopoicionamientos de los entrevistados en diferentes escalas de principios generales de política pública¹⁰.

Que el autopoicionamiento sea una muy imprecisa medición de la ubicación ideológica de los electores no significa inmediatamente que no tengan ideología o que sus posiciones ideológicas sean inconsistentes e inestables (Converse, 1964). Algunos trabajos han encontrado la existencia de actitudes políticas latentes (ideología) a partir de aumentar el número de estímulos que son respondidos por los entrevistados (Ansolabehere, Rodden y Snyder, 2008). A mayor cantidad de temas sobre los cuales los individuos vuelcan sus opiniones, preferencias o actitudes, menor es el error de asignar una posición ideológica. De este modo, el número de estímulos normalizan las posiciones ideológicas de los entrevistados y ayudan a explicar la opción de voto de manera más precisa. En otras palabras, puede haber relación entre las actitudes extraídas de las preferencias por diferentes *policy principles*¹¹ y la decisión de voto (Ansolabehere, Rodden y Snyder, 2008).

La tabla 1 presenta los resúmenes estadísticos de todas las escalas de principios de política pública. A la escala izquierda-derecha la etiquetamos como IDEO1. A diferencia de las demás escalas, la escala izquierda-derecha no tiene un contenido específico. Los extremos de

¹⁰ Para reducir o minimizar los potenciales problemas asociados con DIF, se han propuesto diferentes soluciones. Una alternativa muy aplicada entre los estudiosos del espacio político de competencia o votación es el procedimiento de “escalamiento” (*scaling procedure*) de Aldrich and McKelvey (1977), generalizado para múltiples dimensiones (Poole, 1998). Mediante este procedimiento, se puede corregir las posiciones espaciales de todos los entrevistados. El propósito de reconstruir la información espacial desde las escalas de temas o estímulos, es detectar las dimensiones subyacentes que explican las relaciones básicas entre los entrevistados y los reactivos, sobre los cuales vuelcan sus juicios. De allí el nombre de “espacio básico” o *basic space*. Existe una paquetería en R que permite ejecutar ese análisis: *blackbox* del paquete *basicospace* (Poole, 1998, 2012). Los resultados son similares a los que obtenidos mediante PCA o Factor Análisis, que aplicamos aquí.

¹¹ Siguiendo a Goren (2013), en este trabajo extraemos las actitudes o dimensiones ideológicas latentes a partir de escalas sobre principios generales de política pública (*policy principles*). No extraemos esos componentes necesariamente de *political issues* específicos.

la escala 1-7 puntos y los puntos intermedios, pueden significar lo que cada entrevistado, en un país en especial, considere que representan esas etiquetas, como se discutió anteriormente. Izquierda puede significar más intervención del estado en la economía, o políticas específicas asociadas con ese principio general, en algunos países, y en otros puede significar una menor intromisión del estado en las libertades individuales en materia sexual o comportamental, o políticas específicas asociadas con esos principios. De forma análoga la etiqueta derecha puede significar o resumir diferentes conjuntos de temas. En consecuencia, diferentes partidos, y por lo tanto sus votantes, pueden presentar diferentes combinaciones de posiciones políticas de acuerdo los conflictos que existan en diferentes países (Wiesehomeier y Doyle, 2012). Los contenidos de la escala izquierda-derecha no son fijos. En este sentido, izquierda y derecha son imágenes, en el sentido de Sartori (1976), que requieren un acuerdo intersubjetivo en una comunidad política particular, para que funcionen como tales.

A diferencia de la escala izquierda-derecha, se presentan otras escalas de 1-7 puntos que miden el autopercepción de los entrevistados en diferentes escalas de principios de política pública (*political issues*), que tienen contenido: la intervención del estado en la economía (ECO2), las posiciones en relación a las libertades individuales (LIB3), el estilo de decisión y los límites institucionales de los líderes políticos (DEC4), el estilo de comunicación y habla de los líderes políticos (STL5), el posicionamiento en favor o contra el status quo, las élites y el establishment (SQ6), la favorabilidad hacia la globalización (GLB7), la favorabilidad a la intervención de valores religiosos en la política (REL8) y el grado de apertura de la economía (APT9). En el apéndice se presentan las preguntas o estímulo que se utilizaron para medir el autopercepción de los entrevistados en cada uno de estos principios generales de política pública. La Tabla 1 presenta los resúmenes estadísticos de las distribuciones de todas ellas.

Tabla 1: Estadísticos descriptivos de las escalas de principios de política pública

Escala 1-7	N	Media	Desvío Std	Mediana
IDEO	897	4.464	1.798	4
ECO2	916	4.282	2.080	4
LIB3	950	3.632	2.348	4
DEC4	922	4.168	1.959	4
STL5	944	4.052	2.080	4
SQ6	870	3.916	1.917	4
GLOB7	897	3.950	2.154	4
REL8	883	3.313	2.143	3
APT9	890	4.099	2.192	3

Las escalas de principios generales de política pública son más concretas que la escala izquierda-derecha. No hay que “llenarlas” de contenido ya que en los diferenciales semánticos que se contrastan entre los extremos de las escalas hay referencias precisas al contenido de la escala. Con el objetivo de observar si existe un patrón latente de actitudes (Ansolabehere, Rodden y Snyder, 2008) asociado a, o que da contenido a, las etiquetas izquierda-derecha, o si en cambio no existe ningún patrón preciso (Converse, 1964), se procede a realizar un análisis de reducción de la dimensionalidad, del tipo análisis de componentes principales (PCA), para extraer del conjunto de principios generales las dimensiones latentes que organizan las preferencias o actitudes de los electores.

A. Análisis de Componentes Principales (PCA)

Básicamente asumimos que muchas de las escalas de principios generales son indicadores de una dimensión subyacente o latente¹². Para ello se recurre a modelos de reducción de la dimensionalidad, como es el análisis de factor o el análisis de componente principales (PCA),

¹² Dado que muchas de las variables incluidas en el modelo podrían correlacionar entre sí (multicolinealidad), un modelo de regresión OLS no es la mejor herramienta para determinar cuál de las escalas correlacionan o explican el posicionamiento de los entrevistados en la escala izquierda-derecha. No obstante, al hacerlo el coeficiente de determinación R^2 es de 0.36, y las escalas con mayor poder explicativo del autopoicionamiento I-D son ECO2 (estado-mercado) ($\beta = 0.236$) y SQ6 (anti status quo/pro status quo) ($\beta = 0.236$), ambas son estadísticamente significativas.

para determinar las dimensiones subyacentes en los indicadores, excluyendo la escala izquierda-derecha.

Tabla 2. Componentes principales

	Eigenvalue	percentage.of.variance
dim 1	2.984	37.3
dim 2	1.365	17.06
dim 3	0.9728	12.16
dim 4	0.6609	8.261
dim 5	0.5718	7.147
dim 6	0.5392	6.741

La Tabla 2 reporta la contribución de las dimensiones que son detectadas por su relevancia (aquellas cuyos eigenvalues son > 1). De esa lectura, la matriz de datos contiene dos dimensiones que contiene los componentes principales (i. e. las escalas de principios de política públicas utilizadas). La primera dimensión explica una varianza del 37%, mientras que la segunda una varianza del 17% aproximadamente. Ambas son ortogonales, de modo que un modelo de dos dimensiones nos permitiría explicar el 54% del espacio ideológico político que surge de la combinación de todas las escalas. Existe una tercera dimensión que explica el 12% de la varianza, pero que si bien no supera los estándares de selección (eigenvalue = 0.97) la mantendremos en el análisis posterior.

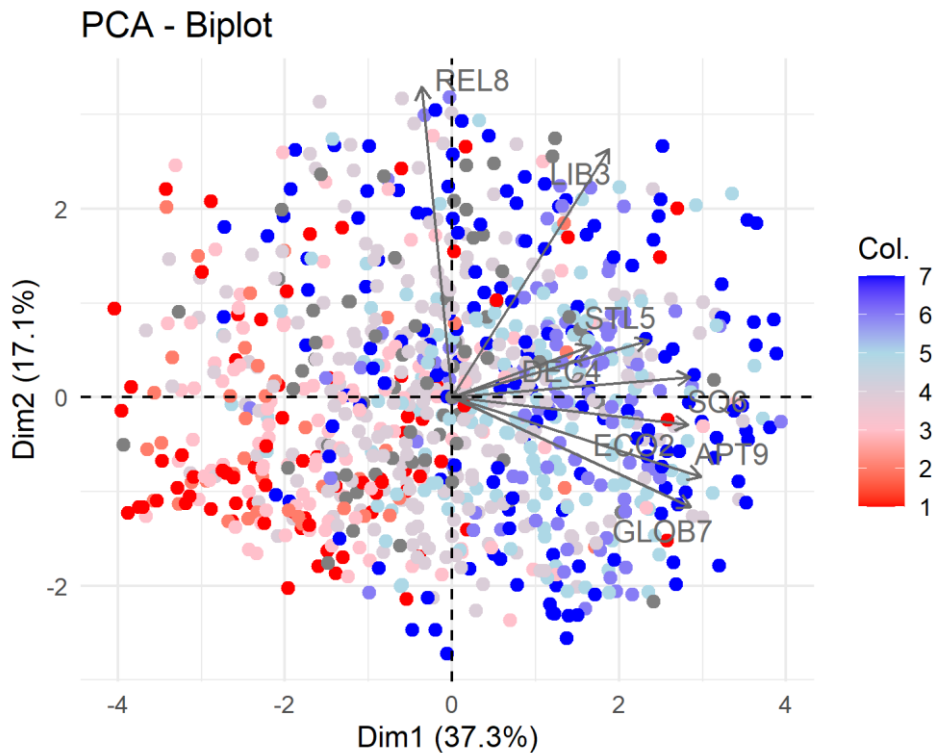
Las variables que contribuyen con mayor o menor peso a cada dimensión se pueden observar en la Tabla 3. Como se puede apreciar los principios económicos (ECO2 = 0.7278, APT9 = 0.7663), la actitud hacia la globalización (GL7 = 0.7357) y la actitud hacia el SQ, las élites y el establishment (SQ6 = 0.7328), son los componentes de la primera dimensión. La segunda dimensión contiene valores morales: la actitud hacia la presencia de los valores religiosos en la vida política (REL8 = 0.8473) y la actitud hacia las libertades morales individuales (LIB3 = 0.6774). La tercera dimensión está vinculada a un cuestiones estético-culturales, basado en las escalas alto-bajo de Ostiguy (2009a), compuesta por las preferencias por el tipo de líder en materia de decisión (DEC4 = 0.7754) y por el estilo de comunicación (STL5 = 0.3954). La Fig 2 presenta en modo gráfico la contribución de cada variable o

componente en cada dimensión (sólo dos dimensiones). La flecha indica la dirección en que la escala se vuelca en el espacio y el tamaño de su peso o contribución a la dimensión.

Tabla 3. Correlación de variables en cada dimensión

	Dim.1	Dim.2	Dim.3
ECO2	0.7278	-0.0748	-0.2874
LIB3	0.4823	0.6774	-0.1322
DEC4	0.4253	0.1391	0.7754
STL5	0.6056	0.1546	0.3954
SQ6	0.7328	0.0551	-0.0887
GLOB7	0.7357	-0.2991	-0.0964
REL8	-0.0935	0.8473	-0.2075
APT9	0.7663	-0.2168	-0.2347

Figura 2. Biplot: contribución de variable en cada dimensión y distribución bidimensional de los entrevistados, identificados según autoposicionamiento



La primera dimensión organiza el espacio del siguiente modo: los valores positivos (a la derecha) indican posiciones más favorables al mantenimiento del *statu quo* (SQ6), más favorable a la apertura económica (APT9), a la libertad de mercado (ECO2) y a la reivindicación de las tendencias universales y globales (globalización) (GLOB7). Por el contrario, los valores negativos (hacia la izquierda), indican posiciones en la dirección opuesta en cada uno de estos temas: contrarios al mantenimiento del SQ y las élites, más favorables a la protección de la economía, más favorables a la intervención del estado y más favorables a la reivindicación de las peculiaridades nacionales y locales. El contenido que esta dimensión refleja una combinación de preferencias sobre economía, orden y actitudes hacia las tendencias globales. Refleja, por un lado, el lado izquierdo, preferencias pro estado y nacional-populares y, por el otro, preferencias pro mercado y global-élite.

La segunda dimensión, indica con valores positivos (hacia arriba) posiciones más “conservadoras”, esto es, aquellos que tienen posiciones favorables a los valores religiosos en la política (REL8) y en defensa de los valores tradicionales y familiares (LIB3). En sentido contrario, los valores negativos indican opiniones más “liberales” o “progresistas”: en favor de los valores seculares en política y en favor de las libertades individuales tales como “el matrimonio entre personas del mismo sexo”, “el aborto legal, libre y gratuito” y “la despenalización del consumo de estupefacientes”.¹³

La tercera dimensión, que no se visualiza en el gráfico bidimensional, organiza el espacio entre lo alto (“educado”, “sofisticado”, “institucional”) y lo bajo (“plebeyo”, “directo”, “personalista”). Con valores positivos preferencias por políticos con modales sobrios y refinados (STL5) y líderes que se preocupan por los límites del marco de instituciones formales pero que demoran la toma de decisiones (DEC6). En sentido contrario, con valores negativos, preferencias por líderes con un estilo informal y un lenguaje popular para comunicarse con la gente, así como líderes que toman decisiones rápidamente sin preocuparse por los límites del marco de instituciones formales.

¹³ La dimensión progresista-conservador es la principal dimensión en países como Estados Unidos de América (liberal-conservador), por ejemplo. De hecho, estas etiquetas se usan más en las encuestas que las etiquetas izquierda-derecha. En Argentina la etiqueta “liberal” tiene una connotación más económica del tipo pro-mercado y pro-apertura, que corresponden más a la primera dimensión. La etiqueta “progresista” es el equivalente, en este caso a estar en favor de las libertades más morales que económicas. Para generar menos confusión, se utilizará el par progresista-conservador para referirse a esta dimensión.

La Figura 2 nos ofrece, además, una visualización de la distribución de los individuos entrevistados en el espacio bidimensional que se conforma de cruzar la dimensión izquierda-derecha y la dimensión progresista-conservador. El color que los puntos tienen en el espacio corresponde a la posición de los individuos en la escala de autopoicionamiento izquierda-derecha, más oscuro rojo hacia la izquierda (1) y más azul hacia la derecha (7). Como se puede apreciar la visualización captura cierta correspondencia entre el autopoicionamiento y la dimensión izquierda-derecha y, en menor medida, en la dimensión progresista-conservador. En la zona izquierda-progresista (el cuadrante suroeste del gráfico), predominan los puntos oscuros y hacia el cuadrante nor-este los puntos más oscuros. Los resultados de un modelo OLS (no presentado en tabla), con la escala I-D como variable dependiente y las tres dimensiones resultantes del PCA (izquierda-derecha, progresista-conservador y alto-bajo) como variables independientes, confirman esta relación. La varianza explicada es de $R^2 = 0.33$ (esto es, sólo 1/3 de la varianza de I-D se explica por estas tres dimensiones). El coeficiente estimado de la dimensión izquierda-derecha es estadísticamente significativo $\beta = 0.53$ con un error estándar de 0.02 ($p < .001$), al igual que las otras dos dimensiones: progresista-conservador ($\beta = 0.19$; error estándar = 0.04; $p < .001$) y alto-bajo ($\beta = -0.30$; error estándar = 0.04; $p < .001$). Como puede inferirse, es la dimensión izquierda-derecha (pro-estado “nacional-popular” vs pro-mercado “global-élite”) la que más peso tiene en la explicación del autopoicionamiento en la escala I-D.

IV. Resultados

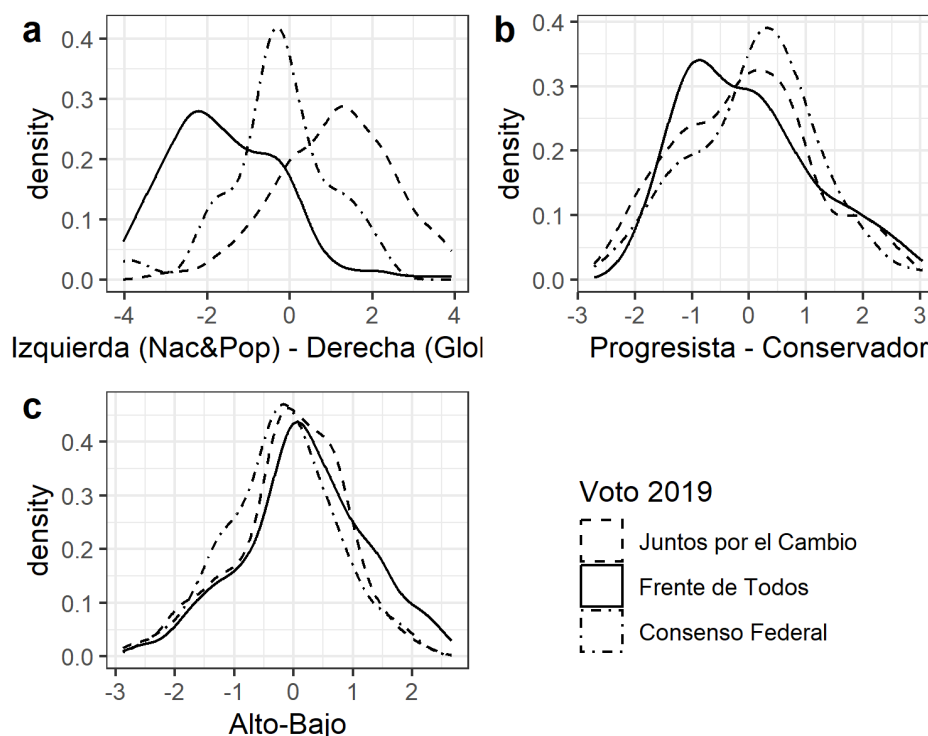
Los resultados del PCA arrojan dos dimensiones de principios de política pública y una tercera dimensión representativa de tipo estético-cultural que organizan la distribución de las posiciones de los entrevistados/votantes. Existe cierta correspondencia, por otra parte, entre estas dimensiones y la autoubicación en la escala I-D. A los problemas existentes a una escala discreta única como medición de la posición ideológica y las potenciales inconsistencias en las respuestas, los subsanamos, como se señaló, con la extracción de tres dimensiones de actitudes de múltiples respuestas a diferentes principios que reflejan mejor las posiciones “reales” o “latentes” de los entrevistados.

Con las dimensiones extraídas, se puede cotejar si éstas discriminan a los electores según sus opciones de voto. La Figura 3 (a) presenta la distribución de las posiciones en la

dimensión izquierda-derecha de los electores de las tres principales fuerzas electorales del 2019; la Figura 3 (b) la distribución de los tres clusters de votantes en la dimensión progresista-conservador; y la Figura 3 (c) hace lo mismo en la dimensión alto-bajo.

Las tres distribuciones permiten comparar las diferencias de los votantes de las tres principales fuerzas y sus similitudes. A simple vista los votantes se diferencian con mayor claridad en la primera dimensión (a). Los votantes del Frente de Todos tienen posiciones más favorables a la intervención del estado, al proteccionismo, a los valores nacionales y locales y se identifican con posiciones contrarias al estatus quo, al establishment y las élites. Los votantes de Juntos por el Cambio, por el contrario, tienen posiciones más favorables hacia el mercado, la apertura económica, a los valores universales y globales y en general tienen posiciones favorables a la defensa del estatus quo, de las élites y del establishment. Los votantes de Consenso Federal, por su parte, se ubican en una posición intermedia entre ambas coaliciones. Para cotejar si estas diferencias encontradas responden a diferencias sustantivas entre los tipos de votantes, realizaremos un test ANOVA (Análisis de Varianza) que indica si las varianzas de las distribuciones (y sus medias) son estadísticamente diferentes. Las pruebas del test ANOVA (con 2 grados de libertad) arrojan un valor de $F = 275.7$ para un p -value $< .0001$; de modo que las diferencias son estadísticamente significativas.

Figura 3. Distribución de electores 2019 en las tres dimensiones extraídas: (a) Izquierda (Nac-Pop) - Derecha (Glob-Elit), (b) Progresista-Conservador, (c) Alto-Bajo



En contraste, para la dimensión progresista-conservador (b) las diferencias en las distribuciones no son estadísticamente significativas (F -value 0.623; p -value $< .537$). Si bien, puede apreciarse una leve inclinación progresista entre los votantes del Frente de Todos, en general las dos fuerzas principales, y la centrista, tienen distribuciones similares o al menos no diferentes estadísticamente. Finalmente, las distribuciones de los votantes en la dimensión bajo-alto parecen visualmente similares (c), con una mayor incidencia de las preferencias por el estilo bajo (hacia la derecha del gráfico) en los votantes del Frente de Todos y del estilo alto entre los votantes de Consenso Federal. Los análisis de varianza encuentran diferencias en las distribuciones que son estadísticamente significativas (F -value = 6.577; p -value < 0.01).

En general, los resultados del análisis de varianza (ANOVA) nos permiten sostener la hipótesis acerca de la existencia de diferencias ideológicas entre los votantes, sumado a algunas diferencias en las preferencias estético-representativas respecto de los dirigentes (tal y como lo sugiere Ostiguy (2009a)). Por otra parte, y de alguna manera contraintuitiva, no se observan diferencias en el componente progresista-conservador.

V. Modelo de regresión: ideología y voto

A partir de los tests ANOVA, hay indicios de la existencia de diferencias entre los votantes. Sin embargo, los análisis bivariados anteriores no permiten discriminar el impacto que tiene cada una de ellas en presencia de las otras, ni si estos impactos son robustos (i.e. sobreviven al control estadístico de otras variables socio estructurales y comportamentales). Para despejar las dudas se presenta un modelo de regresión para variable dependiente multinominal o logístico multinominal¹⁴. Los modelos de regresión múltiple, a diferencia de los análisis bivariados, permiten despejar dudas respecto de que las relaciones encontradas puedan ser espurias, por un lado, y detectar la potencial incidencia de otros factores o variable en la explicación del voto.

Para el modelo la variable dependiente es “Voto2019”, que indica a qué fuerza votó en la elección presidencial de octubre de 2019. Las variables independientes son las tres dimensiones extraídas del PCA (Izquierda-Derecha; Progresista-Conservador; Alto-Bajo). Junto a estas tres variables, se agregaron un conjunto de covariables de control. Así se incluye el “Nivel Socioeconómico”, que tiene 7 categorías, donde 1 es el nivel más bajo (D2) y 7 el más alto (AB); la “Edad” que tiene un rango que va de 18 a mayores de 75; la variable “Mujer”, que asume valor 1 para mujer y 0 para hombre; la percepción “Socio Retrospectivo” (Kinder y Kiewiet, 1979; Kiewiet y Roderick, 1981), que indica a percepción sobre la situación del país comparado con un año atrás, cuyos valores pueden ser 1 (peor), 2 (igual) ó 3 (mejor); la percepción “Ego retrospectivo” (Key, 1966; Fiorina; 1978), que indica la percepción sobre la situación personal comparada con un año atrás, que asume los mismos valores que la anterior; y, finalmente, el “Interés (en la) política”, cuyos valores van de 1 (ningún interés) a 4 (mucho interés).

El modelo logit multinominal estima el logaritmo (*log*) de la razón entre la probabilidad de una categoría (π_i) respecto de la probabilidad de otra categoría (π_j), a partir del conjunto

¹⁴ El modelo multinomial fue estimado mediante el paquete *glm* en el software R-Studio. El modelo es similar al modelo binario logit, la diferencia radica en la variable dependiente. Mientras el logit binario funciona con variables binarias o dicotómicas (*dummy variables*), el logit multinominal se aplica a variables dependientes de 3 o más categorías ($J = 1, \dots, i, \dots, j$). De este modo, el modelo multinominal consiste en diferentes modelos de regresión binarios comparando de a dos los log ratios de pares de categorías de variables.

de variables independientes o covariables. De este modo, el modelo queda expresado de la siguiente forma:

$$\text{Log} \left(\frac{\pi_i}{\pi_j} \right) = \alpha + \beta_1 * x_1 + \dots + \beta_k * x_k$$

Para obtener los odd-ratios de la estimación, es decir la razón de probabilidad de $\frac{\pi_i}{\pi_j}$ podemos transformar la ecuación 1 del siguiente modo:

$$\frac{\pi_i}{\pi_j} = e^{\alpha + \beta_1 * x_1 + \dots + \beta_k * x_k}$$

Una vez estimados los odd-ratios podemos deducir la probabilidad, mediante:

$$p = \frac{e^{\alpha + \beta_1 * x_1 + \dots + \beta_k * x_k}}{1 + e^{\alpha + \beta_1 * x_1 + \dots + \beta_k * x_k}}$$

A los efectos de estimar el impacto de la ideología, y del resto de las variables y covariables, sobre el voto, sólo presentamos tres modelos de regresión que ofrecen los coeficientes estimados mediante la ecuación. El primer modelo estima el logaritmo de la razón de probabilidad entre votar a Juntos por el Cambio y votar al Frente de Todos, el segundo modelo estima la relación entre votar a al Frente de Todos y Votar a Consenso Federal; y, finalmente, el tercer modelo estima la relación entre votar a Juntos por el Cambio y votar a Consenso Federal. Los resultados se presentan en la Tabla 4¹⁵.

En primer lugar, las estimaciones de los tres modelos indican que la dimensión izquierda-derecha es estadísticamente significativa para explicar la opción de voto. A medida que los votantes se ubican hacia la derecha, aumenta la probabilidad de votar a Juntos por el Cambio en comparación tanto con el Frente de Todos y como de Consenso Federal; Y cuanto más a la izquierda se ubican aumenta la probabilidad de votar al Frente de Todos, más que a Juntos por el Cambio y que a Consenso Federal. En segundo lugar, la dimensión progresista-conservador no tiene un impacto estadísticamente significativo sobre el voto: esto implica que el grado de progresismo o conservadurismo no es un buen predictor de la preferencia por Juntos por el Cambio, por el Frente de Todos o por Consenso Federal. En tercer lugar, la

¹⁵ La Tabla 4 descarta los modelos que comparan a los votantes del FIT y las opciones Libertarias entre sí y con las demás, por razones de simplicidad.

dimensión alto-bajo sólo es significativa para explicar la opción de voto entre el Frente de Todos y Consenso Federal. Los votantes que prefieren dirigentes con un estilo más “bajo” tienen más probabilidades de votar al Frente de Todos que a Consenso Federal, pero no así respecto de Juntos por el Cambio¹⁶.

Tabla 4. Modelo de regresión multinominal logístico

	Variable Dependiente: Log (π_i / π_j)		
	Juntos / Todos	Todos / Federal	Juntos / Federal
Izquierda - Derecha	1.146*** (0.131)	-0.709*** (0.123)	0.607*** (0.117)
Progresistas - Conservador	-0.121 (0.137)	-0.045 (0.137)	-0.125 (0.129)
Alto - Bajo	-0.165 (0.156)	0.498*** (0.165)	0.086 (0.152)
Nivel Socioeconómico	0.329 (0.125)	-0.220* (0.131)	0.103 (0.134)
Edad	0.020 (0.011)	-0.015 (0.012)	0.013 (0.010)
Mujer	-0.134 (0.325)	0.169 (0.326)	-0.030 (0.304)
Socio Retrospectivo	2.495*** (0.496)	-1.130** (0.525)	1.218*** (0.264)
Ego Retrospectivo	1.486*** (0.277)	-0.776** (0.308)	0.826*** (0.247)
Interés Política	-0.009 (0.299)	-0.153 (0.295)	-0.224 (0.305)
Constante	-6.802*** (1.073)	4.360*** (1.122)	-2.640*** (0.948)
Mc Fadden Pseudo R ²	0.670	0.244	0.297
Observaciones	609	299	462
Log Likelihood	-131.887	-128.066	-145.147

Nota: * $p < .10$; ** $p < .05$; *** $p < .01$

¹⁶ En ausencia de las variables de control de percepciones retrospectivas, la dimensión alto-bajo explica también las diferencias entre Juntos por el Cambio y el Frente de Todos. Al controlar por las percepciones retrospectivas, como lo están en el modelo que se presenta, el efecto se suprime.

De las variables sociodemográficas incluidas como variables de control, el nivel socioeconómico tiene un impacto estadísticamente significativo en dos modelos: a mayor nivel socioeconómico más probabilidad de votar a Juntos por el Cambio que al Frente de Todos; a menor nivel socioeconómico mayor probabilidad de votar al Frente de Todos que a Consenso Federal. No se encuentran diferencias socioeconómicas en la probabilidad de votar a Juntos por el Cambio comparado con Consenso Federal. La edad tiene un impacto significativo sólo entre los votantes de Juntos por el Cambio y el Frente de todos: a mayor edad, mayor la probabilidad de votar a Juntos por el Cambio que al Frente de Todos. No parece haber diferencias etarias entre los votantes del Frente de Todos comparados con los de Consenso Federal, ni entre los de Juntos por el Cambio comparados con los de Consenso Federal.

De las variables perceptuales de control, el interés en la política no tiene un impacto estadístico en el voto. En cambio, las percepciones retrospectivas tanto sociales (sociotrópico) como individuales (egotrópico) tienen un impacto en el voto estadísticamente significativo en los tres modelos: a medida que su percepción retrospectiva es mejor, tanto a nivel social como individual, hay más probabilidad de votar a Juntos por el Cambio (el oficialismo en esa elección), tanto comparado con el Frente de Todos, como comparado con Consenso Federal. A medida que la percepción retrospectiva es peor, más probabilidad de votar al Frente de Todos, tanto en comparación con Consenso Federal, como de Juntos por El Cambio.

En conclusión, un votante ubicado más a la “derecha”, con mayor nivel socioeconómico y mayor edad, así como una evaluación retrospectiva positiva tanto social como individual, tiene más probabilidad de votar a Juntos por el Cambio que al Frente de Todos. A la inversa un votante ubicado a la “izquierda”, de menor nivel socioeconómico y menor edad, con valoración retrospectiva negativa, tiene una mayor probabilidad de votar por el Frente de Todos que a Juntos por el Cambio. De modo similar se puede distinguir a un votante del Frente de Todos comparado con uno de Consenso Federal, con la única diferencia que la edad no es una variable con poder explicativo de esa diferencia, y si lo es la dimensión alto-bajo. Entre los votantes de Juntos por el Cambio y Consenso Federal, sólo la dimensión ideológica y la valoración retrospectiva explica la diferente propensión al voto, no así ninguna variable sociodemográfica.

VI. Discusión

Del análisis de componentes principales surgen tres dimensiones relevantes. La primera dimensión latente ubica a los votantes de acuerdo con sus preferencias en materia de intervención del estado o libertad de mercado, protección o apertura de la economía, oposición al status quo, las elites y el establishment o favorabilidad a estas, y finalmente, sus posiciones favorables a los valores nacionales/locales o universales/globales. Esta dimensión resulta decisiva para explicar las diferencias entre los votantes. Es la dimensión ideológica subyacente en el espacio de competencia argentino. Es la naturaleza de la ideología política de los votantes argentinos. Si se presta atención de manera cuidadosa, esta dimensión subsume los aspectos centrales de lo que se entiende por izquierda y derecha en Argentina: por un lado un polo en favor de la intervención estatal, el proteccionismo y lo nacional-popular¹⁷, por el otro un polo pro-mercado, aperturista, globalizado y más elitista. Esta singularidad contrasta con el contenido de la izquierda y la derecha en otras latitudes, donde el intervencionismo estatal no está necesariamente asociado al proteccionismo ni a la preferencia por valores nacionales locales por encima de los universales globales. Por ejemplo, las nuevas derechas surgidas en Europa y Estados Unidos en los últimos años han combinado elementos nacionales y antielite con posiciones pro mercado y aperturistas; en contraste, la tercera vía que abrazó la socialdemocracia a fines del XX (Mora y Araujo, 2011, p. 124), así como el Partido Demócrata en USA (Fraser, 2019), combinaba un poco de apertura económica, con intervencionismo estatal y actitudes favorables a los valores universales y globales.

Las otras dos dimensiones tienen un impacto menor en la explicación del voto. La dimensión progresista-conservador no tiene impacto a la hora de explicar el voto por uno u otro partido. La dimensión alto-bajo explica en parte las diferencias sólo entre los votantes del Frente de Todos y lo de Consenso Federal.

Existen algunas objeciones respecto de la metodología utilizada aquí. Por ejemplo, Broockman (2016) sostiene que el enfoque de extraer el posicionamiento espacial de los

¹⁷ El análisis permite inferir que la actitud positiva hacia los valores nacionales y locales, hacia la protección de la economía son indicadores del componente “nacional” y que las actitudes anti *statu quo* y anti-elitistas como indicadores del componente “popular”, que sumado a la preferencia en otra dimensión por un estilo bajo y la asociación con el nivel socioeconómico, le dan forma a la etiqueta “nacional-popular”.

individuos (o de las elites / legisladores) a partir de múltiples temas (multiple issues) o votaciones (roll-call) con índices aditivos puede conducir a errores. Los índices aditivos, consistentes en sumar las respuestas de cada escala y construir un índice con ello, producen equívocamente scores de ideología como un resumen de preferencias sobre políticas públicas. Estos scores en realidad medirían, según la objeción, consistencia ideológica entre áreas (cuando seguido un individuo responde hacia la izquierda o derecha / liberal o conservador) y no ubicación ideológica *per se*. Ello provocaría que los índices tiendan a confundir a los votantes o legisladores ideológicamente moderados con ideológicamente mezclados; del mismo modo que a los ideológicamente consistentes los trataría como si fueran ideológicamente extremistas. El análisis de componentes principales, sugerido también por Ansolabehere, Rodden y Snyder (2008), de alguna forma suprime este problema encontrando diferentes dimensiones ortogonales entre sí. Las variables (issues o principios) que no tienen altos niveles de correlación son absorbidas en otra dimensión diferente, de modo tal que no hay posibilidad de encontrar votantes mezclados en una misma dimensión o no consistentes. Pero si, de todos modos, la crítica de Broockman (2016) aplicara para el presente estudio, el resultado podría leerse aun así en términos de diferencias en consistencia ideológica entre los votantes de las tres coaliciones.

Otra potencial crítica hacia las dimensiones extraídas de escalas likert de 5 o 7 puntos, proviene de Treier y Hillygus (2009) quienes señalan que los moderados o los que responden con un 4 o se autoubican en el centro pueden ser tanto producto de su posición intermedia, como de su falta de conocimiento o bien de estar sometidos a presiones cruzadas entre diferentes principios, fundamentalmente entre los económicos y los sociales. Esto puede aplicar a la escala izquierda-derecha de 1-7 puntos, pero no necesariamente a la dimensión extraída de diferentes principios de política pública mediante componentes principales.

En resumen, a diferencia de la inconsistencia e inestabilidad de las actitudes de la opinión pública encontrado por Converse (1964), Campbell et al. (1964), Axelrod (1967) y otros, en este trabajo la evidencia parece respaldar la hipótesis que sostiene lo contrario: hay cierta coherencia en las actitudes de los entrevistados, su autopercepción como una persona de izquierda, de centro o de derecha y su voto (Page y Shapiro, 1992; Key 1964, 1966).

La existencia de un espacio ideológico coherente de actitudes y preferencias sobre temas no implica necesariamente una correspondencia con las preferencias partidarias *a priori*. Es decir, puede haber electores claramente ubicados de izquierda a derecha pero que, a la hora de votar, ese posicionamiento, no explique su elección. También como las distribuciones lo demuestran, hay segmentos del espacio en que la probabilidad de votar por una de las tres alternativas puede estar pareja. La discusión politológica en Argentina respecto de la correspondencia entre la ideología y el voto ha conducido a resaltar otras variables u otros factores como determinantes de la opción electoral, y ha sido renuente a reconocer la existencia de un espacio de competencia izquierda-derecha. Sin embargo, en este trabajo se ha ofrecido evidencia de la existencia de ese espacio y, al menos en la actualidad, de la congruencia entre la ideología y las preferencias partidarias. Ello podría indicar dos cosas muy diferentes: en primer lugar, que los trabajos que no encuentran correspondencia ideológica de las preferencias partidarias no están respaldados por evidencia empírica sólida y son más una impresión de un estilo de ciencia social y política basada en el “juicio erudito” argumentado de “expertos”, como pudo haber sido en una época los estudios más interpretativistas críticos; o, en segundo lugar, que el espacio político argentino se haya “ordenado” en la actualidad a diferencia del pasado, en el sentido que Di Tella (1972) planteaba. Esto último puede que esté sucediendo. El sistema bipartidista que históricamente caracterizaba las opciones electorales (peronistas y radicales), se fue diluyendo lentamente durante los años 90 (Lupu, 2014) e implosionó en los años 2000. Desde entonces una mitad del electorado encontró una oferta electoral que empatara con sus demandas, mientras que la otra mitad quedó huérfana (Torre, 2003). Fue recién en la elección de 2015 donde la oferta y la demanda electoral quedó balanceada en dos grandes coaliciones políticas competitivas, que desde entonces han expresado electoralmente lo que venía realineándose económica y socialmente (Rodríguez y Touzón, 2019). No es casual que los últimos estudios más serios sobre el voto en Argentina (Lupu, Oliveros y Schiumerini, 2018; y en especial Gervasoni y Tagina 2018) no hayan encontrado vínculo entre ideología y voto. Probablemente desde entonces a la actualidad, los electores se hayan realineado ideológicamente o se hayan vuelto más consistentes.

VII. Apéndice

Las preguntas que realizamos para establecer el autopoicionamiento de los entrevistados en cada una de las dimensiones de temas fueron las siguientes:

1. IDEO: “Habitualmente se utilizan los términos izquierda y derecha para identificar las posiciones políticas de los políticos y los partidos. ¿Dónde te ubicarías? Utiliza una escala de 1 a 7, donde 1 es la posición más a la izquierda y 7 la posición más a la derecha”,
2. ECO2: “Habitualmente las propuestas económicas de los/as candidatos/as pueden clasificarse según el grado de intervención estatal o de libertad de mercado que proponen. según tus preferencias, ¿Dónde te ubicarías? Utiliza una escala de 1 a 7, donde 1 significa Prioritariamente a favor de la intervención estatal en la economía y 7 Prioritariamente a favor de la libertad de mercado”,
3. LIB3: “Habitualmente las personas tienen diferentes opiniones sobre las libertades de los/as ciudadanos/as, tales como el matrimonio entre personas del mismo sexo, el aborto legal, libre y gratuito, la despenalización del consumo de estupefacientes, entre otras cuestiones. según tus opiniones, ¿Dónde te ubicarías? Utiliza una escala de 1 a 7, donde 1 significa Opiniones muy favorables de todas esas libertades y contrarias a los valores tradicionales y 7 Opiniones en contra de esas libertades y en defensa de los valores tradicionales”.
4. DEC4: “Habitualmente las personas prefieren diferentes tipos de liderazgos. ¿En qué lugar te ubicarías según el tipo de líder que preferís? Utiliza una escala de 1 a 7, donde 1 significa que preferís líderes que toman decisiones rápidamente sin preocuparse por los límites del marco de instituciones formales y 7 significa que preferís líderes que se preocupan por los límites del marco de instituciones formales pero demoran la toma de decisiones”.
5. EST5: “Habitualmente los políticos tienen diferentes formas de expresar y/o comunicar sus ideas al público. ¿En qué lugar ubicarías tu preferencia por un líder? Utiliza una escala de 1 a 7, donde 1 significa el líder utiliza un estilo informal y un lenguaje popular para comunicarse con la gente y 7 significa el líder utiliza un estilo sobrio, refinado y lenguaje más formal para comunicarse con la gente”.
6. SQ6: “Habitualmente los candidatos se diferencian por su discurso en relación al orden social establecido (o status quo), a las elites y al establishment. ¿En qué lugar de la escala te ubicarías según el tipo de líder que preferís? Utiliza una escala 1 a 7 puntos, donde 1 significa que el candidato tiene un discurso en contra del orden establecido, en contra de las elites y en conta

del establishment y 7 que tiene un discurso que no plantea cuestionamientos al status quo, a las elites y al establishment”.

7. GLB7: “Entendiendo la globalización como un proceso a escala internacional de integración del comercio, las ideas y las culturas, los políticos suelen tener orientaciones a favor o en contra de esta. En una escala de 1-7 puntos donde 1 significa una posición que reivindica las peculiaridades nacionales y locales y 7 una posición que reivindica las tendencias universales y globales. ¿Dónde te ubicarías vos?”.
8. REL8: “Algunos políticos suelen hacer públicas sus posiciones respecto de sus creencias religiosas. En una escala de 1-7 puntos donde 7 significa que tiene una posición favorable a la intervención de valores y principios religiosos en la política y 1 que tiene una posición favorable a la intervención de valores y principios seculares en la política. ¿Dónde te ubicarías vos?”.
9. APT9: “En relación al tipo de política comercial y financiera que considera más favorable para el país, región o localidad. En una escala de 1 -7, en donde 1 significa estar a favor de una política comercial y financiera proteccionista y 7 a favor de una política comercial y financiera aperturista, ¿Dónde te ubicarías vos?”.

Referencias bibliográficas

- Abramson, Paul y Ronald Inglehart (1995). *Value Change in Global Perspective*. The University of Michigan Press.
- Alcántara, Manuel (2008). La escala de la izquierda. *Nueva Sociedad*, 217, 72–85.
- Alcántara, Manuel y Cristina Rivas (2007). Las dimensiones de la polarización partidista en América Latina. *Política y Gobierno*, XIV (2) 349–90.
- Aldrich, John H. y Richard D. McKelvey (1977). A Method of Scaling with Applications to the 1968 and 1972 Presidential Elections. *The American Political Science Review*, 71 (1), 111–30. <https://doi.org/10.2307/1956957>.
- Ansolabehere, Stephen, Jonathan Rodden y James M. Snyder (2008). The strength of issues: Using multiple measures to gauge preference stability, ideological constraint, and issue voting. *American Political Science Review*, 102 (2), 215–32. <https://doi.org/10.1017/S0003055408080210>.
- Axelrod, Robert (1967). The Structure of Public Opinion on Policy Issues. *Public Opinion Quarterly*, 31 (1), 51-60. <https://doi.org/10.1086/267481>
- Bobbio, Norberto (1995). *Derecha e izquierda. Razones y significados de una distinción política*. 2° ed. Madrid: Taurus.
- Brams, Steven (1983). *Spatial Models of Election Competition*. Lexington MA: The UMAP expository Monograph Series.
- Broockman, David E (2016). Approaches to Studying Policy Representation. *Legislative Studies Quarterly*, 41 (1), 181–215. <https://doi.org/10.1111/lsg.12110>.
- Calvo, Ernesto y Maria Victoria Murillo (2004). Who delivers? Partisan clients in the Argentine electoral market. *American Journal of Political Science*, 48 (4), 742–57. <https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2004.00099.x>.
- Campbell, Angus, Philippe Converse, Warren Miller y Donald Stokes (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley; Son.
- Canton, Dario y Raul Jorrot (1980). El voto peronista en 1973: distribución, crecimiento y bases ocupacionales. *Desarrollo Económico*, 20 (77), 71–92.
- Canton, Dario y Raul Jorrot (2002). Economic Evaluations, Partisanship and Social Bases of Presidential Voting in Argentina, 1995 and 1999. *International Journal of Public Opinion Research*, 14 (4), 413-427.
- Castles, Francis y Peter Mair (1984). “Left-Right Political Scales: Some ‘Expert’ Judgments.” *European Journal of Political Research* 12 (1), 73–88. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1984.tb00080.x>.
- Catterberg, Edgardo (1989a). ¿Izquierda y Derecha en la Opinión Pública Argentina? *Crítica & Utopía*, (18), 1-11.
- Catterberg, Edgardo (1989b). *Los argentinos frente a la política. Cultura política y opinión pública en la transición argentina a la democracia*. Buenos Aires: Planeta.
- Colomer, Josep y Luis Escatel (2005). La dimensión Izquierda-Derecha en América Latina. *Desarrollo Económico*, 45 (177), 123–36.

- Converse, Philippe (1964). The Nature of Belief System in Mass Public. En David Apter (ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 206–261). New York: Free Press.
- Coppedge, Michael (1998). The Dynamic Diversity of Latin American Party Systems. *Party Politics*, 4 (4), 547–68.
- Coppedge, Michael (2007). Continuity and Change in Latin American Party Systems. *Taiwan Journal of Democracy*, 3 (2), 119–49.
- Di Tella, Torcuato (1972). La búsqueda de la fórmula política argentina. *Desarrollo Económico*, 11 (42), 317-325.
- Downs, Anthony (1957). An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *The Journal of Political Economy*, 65 (2), 135–50.
- Enelow, James y Melvin Hinich (1984). *The Spatial Theory of Voting. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fiorina, Morris P. (1978). Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science*, 22 (2), 426-443. <https://doi.org/10.2307/2110623>.
- Fraser, Nancy (2019). *Contrahegemonía Ya! Por un populismo progresista que enfrente al neoliberalismo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Germani, Gino (1973). Democracia representativa y clases populares. En Gino Germani, Torcuato Di Tella y Octavio Ianni, *Populismo y Contradicciones de Clase En Latinoamérica* (pp.12–37). México: Ediciones Era.
- Gervasoni, Carlos y Maria Laura Tagina (2018). Explaining Support for the Incumbent in Presidential Elections. En Noam Lupu, Virginia Oliveros y Luis Schiumerini, *Campaigns and Voters in Developing Democracies Argentina in Comparative Perspective* (pp. 114–135). University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/MPUB.10087303>.
- Giddens, Anthony (1994). *Mas allá de la izquierda y la derecha. El futuro de las políticas radicales*. Madrid: Cátedra.
- Goren, Paul (2005). Party Identification and Core Political Values. *American Journal of Political Science*, 49, 881–96.
- Goren, Paul (2013). *On Vote Competence*. Oxford: Oxford University Press.
- Huber, John (1989). Values and Partisanship in Left-Right Orientations: Measuring Ideology. *European Journal of Political Research*, 17, 599–621.
- Huber, John y R. Inglehart (1995). Expert Interpretations of Party Space and Party Locations in 42 Societies. *Party Politics*, 1 (1), 73–111. <https://doi.org/10.1177/1354068895001001004>.
- Inglehart, Ronald (1977). *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>.
- Inglehart, Ronald y Hans-Dieter Klingemann (1976). Party Identification, Ideological Preference and the Left-Right Dimension Among Western Mass Public. I. Budge, I. Crewe, y D. Fairlie, *Party Identification and Beyond* (pp. 243-273). London: Wiley.

- Key, Valdimer Orlando (1964). *Public Opinion and American Democracy*. New York: Alfred A Knopf Publisher.
- Key, Valdimer Orlando (1966). *The Responsible Electorate*. Cambridge: Harvard University Press.
- Kiewiet, Donald R. Kinder, y D. Roderick (1981). Sociotropic Politics: The American Case. *British Journal of Political Science*, 11 (2), 129–61. <https://www-istor-org.eza.udesa.edu.ar/stable/193580?sid=primo{\#}metadata{\ }info{\ }tab{\ }contents>.
- Kinder, Donald R., y D. Roderick Kiewiet (1979). Economic Discontent and Political Behavior: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgments in Congressional Voting. *American Journal of Political Science*, 23 (3), 495–527. <https://doi.org/10.2307/2111027>.
- King, Gary, y J. Wand (2006). Comparing Incomparable Survey Responses: Evaluating and Selecting Anchoring Vignettes. *Political Analysis* 15 (1), 46–66. <https://doi.org/10.1093/pan/mpi011>.
- Kitschelt, Herbert, y Steven Wilkinson (2007). *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511585869>.
- Kitschelt, Herbert, Kirk a. Hawkins, Juan Pablo Luna, Guillermo Rosas y Elizabeth J. Zechmeister (2010). *Latin American Party Systems*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511750311>.
- Knutsen, Oddbjørn. (1988). The Impact of Structural and Ideological Party Cleavages in West European Democracies: A Comparative Empirical Analysis. *British Journal of Political Science*, 18, 323–52.
- Knutsen, Oddbjørn (1989). Cleavage Dimensions in Ten West-European Countries. A Comparative Analysis. *Comparative Political Studies*, 21 (4), 495–534.
- Levitsky, Steven y Kenneth M. Roberts (2011). *The Resurgence of the Left*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Lipset, Seymour Martin y Stein Rokkan (1967). *Cleavage structures, party systems, and voter alignments: an introduction*. New York: Free Press.
- Lodola, German y Mitchell Seligson (2013). *Cultura política de la democracia en Argentina y las Américas: hacia la igualdad de oportunidades*. Buenos Aires: CIPPEC-Vanderbilt University-LAPOP.
- Lupu, Noam (2014). Brand Dilution and the Breakdown of Political Parties in Latin America. *World Politics*, 66 (4), 561–286. <https://doi.org/10.1017/S0043887114000197>.
- Lupu, Noan (2015) “Partisanship in Latin America.” En *The Latin American Voter*, edited by Ryan E. Carlin, Matthew M. Singer y Elizabeth J. Zechmeister, 226-245. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Lupu, Noam y Susan Stokes (2009). Las bases sociales de los partidos políticos en Argentina 1912-2003. *Desarrollo Económico*, 48 (192), 515-542.
- Lupu, Noam, Virginia Oliveros y Luis Schiumerini (2018). Toward a Theory of Campaigns and Voters in Developing Democracies. En Noam Lupu, Virginia Oliveros y Luis Schiumerini *Campaigns and Voters in Developing Democracies* (pp. 1-27). The University of Michigan Press.

- Mainwaring, Scott y Mariano Torcal (2006). Party system institutionalization and party system theory after the third wave of democratization. En Richard S. Katz y William Crotty (eds.), *Handbook of Party Politics* (pp. 204–227). London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781848608047.n19>.
- McKelvey, Richard D. y Peter Ordeshook (1976). Symmetric Spatial Games Without Majority Rule Equilibria. *The American Political Science Review*, 70 (4), 1172–1184.
- Mora y Araujo, Manuel (1975). La estructura social del peronismo: un análisis electoral interprovincial. *Desarrollo Económico*, 14 (56), 699-718.
- Mora y Araujo, Manuel (2011). *La Argentina Bipolar. Los vaivenes de la opinion publica (1983-2011)*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Murillo, M. Victoria y Giancarlo Visconti (2017). Economic performance and incumbents support in Latin America. *Electoral Studies*, 45, 180–90. <https://doi.org/10.1016/J.ELECTSTUD.2016.10.007>.
- Nadeau, Richard, Celeste Ratto, Michael Lewis-Beck, Eric Belanger, Francois Gelineau y Matheu Turgeon (2015). Economía y elecciones en Argentina: las dimensiones clásica, posicional y patrimonial de la teoría del voto económico. *Revista SAAP*, 9 (2), 235–266.
- Norris, Pippa y Ronald Inglehart (2011). *Sacred and Secular. Religion and Politics Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2143/AS.19.0.2011349>.
- Oliveros, Virginia (2016). Making it personal: Clientelism, favors, and the personalization of public administration in Argentina. *Comparative Politics*, 48 (3), 373–391. <https://doi.org/10.5129/001041516818254437>.
- Ostiguy, Pierre (2009a). Argentina's Double Spectrum: Party System, Political Identities, and Strategies, 1944–2007. *The Hellen Kellow Working Papers Series*. University of Notre Dame.
- Ostiguy, Pierre (2009b). The high and The Low in Politics: A Two-Dimensional Political Space for Comparative Analysis and Electoral Studies. *The Hellen Kellog Working Papers Series*. University of Notre Dame.
- Page, Benjamin y Robert Shapiro (1992). *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. Chicago; London: The University of Chicago Press.
- Piketty, Thomas (2019). *Capital and Ideology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Poole, Keith T. (1998). Recovering a basic space from a set of issue scales. *American Journal of Political Science*, 42 (3), 954–993. <https://doi.org/10.2307/2991737>.
- Poole, Keith T., Lewis, J. B., Rosenthal, H., Lo, J. y Carroll, R. (2016). Recovering a Basic Space from Issue Scales in R. *Journal of Statistical Software*, 69(7), 1–21.
- Ratto, María Celeste (2011). El proceso de atribución de responsabilidades en América Latina: un estudio sobre el voto económico entre 1996 y 2004. *Revista SAAP*, 5 (1), 59–92.
- Rivas, Cristina (2006). Las dimensiones de la polarización en los parlamentos. En Manuel Alcántara (ed.) *Políticas y Políticos En América Latina* (pp. 215–254). Madrid: Siglo XXI.
- Rodriguez, Martin y Pablo Touzón (2019). *La Grieta Desnuda: el macrismo y su época*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

- Ruth, Saskia (2016). Clientelism and the Utility of the Left-Right Dimension in Latin America. *Latin American Politics & Society*, 58 (1), 72–97. <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2016.00300.x>.
- Saiegh, Sebastian M. (2009). Recovering a Basic Space from Elite Surveys: Evidence from Latin America. *Legislative Studies Quarterly*, 34 (1), 117–145. <https://doi.org/10.3162/036298009787500349>.
- Saiegh, Sebastian M. (2015). Using Joint Scaling Methods to Study Ideology and Representation: Evidence from Latin America. *Political Analysis*, 23 (3), 363–384. <https://doi.org/10.1093/pan/mpv008>.
- Sani, Giacomo y Sartori, Giovanni (1983). Polarization, Fragmentation and Competition in Western Democracies. En Daalder, Hans and Peter Mair (eds.), *Western European Party Systems* (pp.307-340). Beverly Hills: Sage.
- Sartori, Giovanni (1976). Competencia Espacial. En Giovanni Sartori, *Partidos y Sistema de Partido* (pp. 376–414). Madrid: Alianza.
- Shepsle, Kenneth A. y Ronald N. Cohen (1990). Multiparty Competition, Entry, and Entry Deterrence in Spatial Models of Election. En James Enelow y Melvin Hinich (eds.), *Advances in the Spatial Theory of Voting* (pp. 12–45). Cambridge: Cambridge University Press.
- Stefanoni, Pablo (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha?* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Stokes, Susan C., Thad Dunning, Marcelo Nazareno y Valeria Brusco (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*.
- Stokes, Donald (1963). Spatial Models of Party Competition. *American Political Science Review*, 57 (2), 368–77.
- Tagina, Maria Laura (2012). Factores contextuales, predisposiciones de largo plazo y accountability electoral en Argentina en tiempos del kirchnerismo. *Política y Gobierno* 19 (2), 343-375.
- Torre, Juan Carlos (2003). Los huérfanos de la política de partidos Sobre los alcances y la naturaleza de la crisis de representación partidaria. *Desarrollo Económico*, 42 (168), 647-665. <https://doi.org/10.2307/3455908>.
- Treier, Shawn y D. Sunshine Hillygus (2009). The Nature of Political Ideology in the Contemporary Electorate. *Public Opinion Quarterly*, 73 (4), 679–703.
- Ware, Alan (1996). Parties and Ideology. En Alan Ware *Political Parties and Party Systems* (pp. 17-62), Oxford: Oxford University Press.
- Wiesehomeier, Nina (2010). The meaning of the Left-Right in Latin America: A Comparative View. The Hellen Kellog Working Paper Series. <https://doi.org/10.1177/0022343389026001001>.
- Wiesehomeier, Nina y David Doyle (2012). Attitudes, Ideological Associations and the Left–Right Divide in Latin America. *Journal of Politics in Latin America*, 4 (1), 3–33.
- Zechmeister, Elizabeth (2015). Left-Right Identifications and the Latin American Voter. In Ryan E. Carlin, Matthew M. Singer and Elizabeth J. Zechmeister (eds.) *The Latin American Voter* (pp. 195-225). Ann Arbor: The University of Michigan Press.