

PERFIL CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS E INTENCIÓN DE VOTO PARA LAS ELECCIONES LEGISLATIVAS DE 2005

COLLEGE STUDENTS' CULTURAL PROFILE AND VOTE INTENTION FOR 2005 LEGISLATIVE ELECTIONS

Benbenaste, Narciso¹; Delfino, Gisela I.²; Fernández, O. D.³; Zubieta, Elena M.⁴

RESUMEN

En este trabajo se analiza la relación entre: perfil cultural, actitudes políticas y económicas, y comportamiento electoral. Se trabaja con una muestra de 1253 estudiantes de 4 universidades nacionales.

Los ítems estudiados fueron: funciones del Estado; evaluación del Gobierno Nacional y de los partidos políticos; importancia asignada al mercado, a la propiedad privada y a las inversiones económicas; intención de voto para las elecciones legislativas del 23/10/05 y razones; actividades culturales realizadas en el tiempo libre.

Se analizan los resultados obtenidos y la relación entre perfil cultural e intención de voto.

Palabras clave:

Actitudes - Voto - Política - Cultura

ABSTRACT

This work analyzed the relationship between: cultural profile, political and economic attitudes, and electoral behaviour, with a sample of 1253 students of 4 national universities.

The studied issues were: State functions; National Government and political parties' evaluation; value assigned to the market, to private property and economic investments; vote intention for 10/23/05 legislative elections and reasons; cultural activities carried out during free time.

The obtained results and the relationship between cultural profile and vote intention are analyzed.

Key words:

Attitudes - Vote - Politics - Culture

¹ *Profesor Titular Regular. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires. Director del Proyecto UBACyT P023. Doctor en Psicología (UBA).*

² *Profesora Adjunta Interina Cátedra II Psicología Política. Facultad de Psicología (UBA). Becaria Investigadora UBACyT Categoría Doctorado Proyecto P023*

³ *Jefe de Trabajos Prácticos. Cátedra II Psicología Política. Facultad de Psicología (UBA). Becario Investigadora UBACyT Categoría Maestría Proyecto P023.*

⁴ *Profesora Adjunta Regular. Facultad de Psicología (UBA). Codirectora del Proyecto UBACyT P026. Doctora en Psicología (UPV, España).*

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo es parte de una línea de investigación sobre las actitudes de la población hacia las instituciones políticas y económicas.

Se plantea explorar la relación entre regímenes políticos, calidad institucional y características de la población. Se supone que la calidad política de un país se halla sostenida por:

- La clase política que posee
- La debilidad o fortaleza de sus instituciones
- Los rasgos psíquicos de la población y la forma en que esos rasgos (rationales o regresivos), condicionan su comportamiento como sujeto político y económico.

Consideramos que el tipo de bienes culturales que la población consume es un buen indicador del nivel de racionalidad de la población para elegir y decidir en su vida pública.

Consiguientemente, en este trabajo, se busca indagar la relación entre el perfil del consumo cultural, las actitudes políticas y económicas y el comportamiento electoral de los estudiantes universitarios.

Un supuesto de importancia es que la forma en cómo la población se representa lo que espera del Estado, condiciona su voto. En ese sentido vale distinguir, sobre todo, dos formas de representarse al Estado:

- Como garante y promotor del desarrollo económico a la vez que de la calidad republicana
- Como instancia paternalista que debe resolver la vida de cada uno pero que embarga una forma de dependencia del sujeto.

El diseño de los ítems se basa en que el comportamiento electoral refleja, más allá de las contingencias, esas dos representaciones sobre el Estado.

Distintos pensadores han subrayado la importancia que para el desarrollo económico de una sociedad tiene la calidad de sus instituciones. North (1993; Instituto Internacional de Gobernabilidad, 1998) sostiene que las fallencias en la calidad institucional son un factor decisivo que dificulta no sólo el desarrollo económico sino en particular el desarrollo con equidad social. En este sentido, en lo relativo a las instituciones distinguimos dos cuestiones:

- La evaluación que la población realiza sobre la vigencia de las instituciones
- La disposición de la población a vivir con alta calidad institucional.

Esta distinción es importante ya que, por relevamientos anteriores (Benbenaste & Delfino, 2005), podemos decir que en la población argentina existe una actitud crítica hacia las instituciones vigentes sin que necesariamente se verifique una disposición a vivir en una vigencia republicana de las instituciones. Esto último significa que se necesita contar con líderes carismáticos que conduzcan y,

solidariamente, con un Estado paternalista (Benbenaste & Delfino, 2003, 2004).

La diferenciación mencionada tiene relación con dos cuestiones (Benbenaste, Delfino & Fernández, 2005; Delfino, Benbenaste & Zubieta, 2005):

- a) La confianza y, por ende, valoración en la iniciativa individual, en particular en su forma de iniciativa económica
- b) El perfil cultural de la persona.

Si hay confianza en la inserción y perspectiva económica, es esperable que el sujeto tienda a una valoración positiva de las instituciones económicas. Resultado de ello, las expectativas sobre el papel de los políticos y el paternalismo de Estado, como factor decisivo para la satisfacción de sus necesidades, no debería ser alta. Consecuentemente, habrá más probabilidades que el sujeto presente una disposición positiva a ser regulado por pautas institucionales cívico-políticas. Pero esa confianza en las instituciones económicas, si bien es una condición necesaria, no resulta suficiente para considerar un sujeto con disposición republicana.

Una actitud republicana implica capacidad para intercambiar pertinentemente con otros sujetos -lo opuesto al comportamiento *masa* propio de quienes buscan líderes que los conduzcan-, racionalidad para elegir entre alternativas electorales y una percepción de que existe una independencia entre los tres Poderes.

De ahí que el indagar el consumo de bienes culturales, entendiendo por tal el que realizan en el tiempo libre, puede ser un indicador ya no sólo de una capacidad instrumental válida para la inserción exitosa en alguna de las divisiones técnicas del mercado sino de una formación que permita una actitud republicana.

En suma, buscamos relacionar el perfil cultural de la población con su evaluación y disposición hacia las instituciones económicas y cívico-políticas en el entendido que esto condiciona, y por lo tanto hasta cierto punto permite predecir, el comportamiento electoral de una población.

2. MÉTODO

2.1 PARTICIPANTES

Dado que se trata de un estudio de naturaleza exploratorio descriptivo, es decir no concluyente y del que se pretende generar datos e hipótesis que constituyan la materia prima para futuras investigaciones más precisas, se utilizó una muestra no probabilística intencional¹. La misma está compuesta por 1253 estudiantes universitarios 4 de universidades del conurbano bonaerense: UNLZ (Univ. De Lomas de Zamora), UNQUI (Univ. De

¹ Una de las limitaciones de las muestras no probabilísticas es que no se puede calcular con precisión el error estándar, es decir, no se puede calcular con qué nivel de confianza se hace una determinada estimación.

Quilmes); UNLA (Univ. De Lanús), y Universidad de la Matanza². El 55.1% esta en el inicio de la carrera; el 31.2 % en la etapa media; 13.7% en la etapa final. El promedio de edad de los encuestados es de 23,51 años (DT: 6,377) de los cuales el 52.9 % es de sexo femenino y el 47.1 % de sexo masculino.

En este estudio, no se enfatizó tanto la representatividad de elementos de una población, sino la elección de sujetos con ciertas características. En este caso, el objetivo se centra en indagar en el perfil de los estudiantes universitarios por lo que se hizo hincapié en la condición de estudiantes universitarios, la edad, el sexo y el lugar de residencia.

2.2 MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS

Los participantes respondieron a un cuestionario autoadministrado integrado por preguntas abiertas y cerradas según las dimensiones de análisis:

I) *Instituciones*:

a) los participantes debían jerarquizar en orden de importancia (1 a 10) las funciones del Estado;

b) a través de 5 preguntas con un continuo de respuesta de 1 (muy malo o ninguna) a 7 (muy buena o mucha) los estudiantes evaluaban el desempeño del actual gobierno así como de los partidos políticos y la importancia que le asignaban a éstos últimos, al mercado, a la propiedad privada y a las inversiones económicas.

II) *Elecciones*: se indagaba el candidato a votar en las próximas elecciones y las razones del voto.

III) *Cultural*: se preguntaba la frecuencia de actividades como "mirar TV", "escuchar radio", "leer el diario", "leer revistas", "leer libros", "ir al cine", "ir al teatro". Respecto de la TV y la radio se relevó cuáles eran los programas que más les gustaba, en relación al Diario, cuál era la sección o las secciones que más leía, en libros se preguntó por el género más leído, finalmente se evaluó el uso de Internet y el tipo de uso.

IV) *Datos sociodemográficos* como edad, sexo, estado civil, carrera y universidad de estudio.

3. RESULTADOS

3.1 INSTITUCIONES

3.1.a) Funciones del Estado

Respecto de las *funciones que el Estado debería cumplir*, 4 dimensiones aparecen como las más importantes: "garantizar el acceso a la educación" (29.6%); "dar trabajo" (18.5%); "garantizar el acceso a la Salud" (17.8%) y "regular la economía" (10.2%).

² La tabulación de los datos fue efectuada por los investigadores estudiantes del equipo UBACyT. La aplicación del cuestionario fue realizada, como tarea práctica durante el mes de octubre de 2005, por los alumnos de la asignatura Psicología Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y, por los alumnos de la asignatura Introducción al Conocimiento Científico del Ciclo Básico Común de la Universidad de Buenos Aires.

3.1.b) Gobierno Nacional y Partidos Políticos

Al preguntar acerca de cómo juzgan el *actual desempeño del gobierno nacional*, sobre un continuo de respuesta de 1 (muy malo) a 7 (muy bueno) se obtiene una puntuación media de 4.09 (D.T: 0.87). En términos porcentuales, un 40% elige puntuaciones entre 5, 6 o 7 puntos, un 24% una puntuación de 4 y el 43% opta por marcar 1, 2 o 3. La puntuación es muy similar a las obtenidas en junio del mismo año (Delfino, 2005).

En lo que refiere a la *importancia de los Partidos Políticos para el bienestar del país* (1 = Ninguna; 7 = Mucha) la puntuación media de respuesta es relativamente alta: 4.35 (DT: 0.65). Lo interesante surge al preguntar sobre la evaluación que hacen *de la actuación de los partidos políticos en la argentina actual*, en donde la puntuación media disminuye a 2,21 (DT: 0.76).

(ver Gráfico 1)

La evaluación que se hace del gobierno nacional según el candidato a quien se va a votar muestra, de manera esperable, que entre los estudiantes que dicen votar a *Cristina Kirchner*, el 64% otorga una puntuación de evaluación entre 5 y 7 puntos; el 18% un valor de 4 y el 11% un valor de 3. Por su parte, entre quienes manifiestan su intención de voto a favor de *López Murphy* sólo el 17% da una evaluación entre 5 y 7, el 32% otorga una puntuación de 4, el 27% de 3 y el 13% le da un valor de 2. Entre los estudiantes votantes a *Chiche Duhalde* vemos que el 15 % evalúan al gobierno con un valor de 6 mientras que el 67% da un valor entre 4 y 5 y el 10% una puntuación de 1.

3.1.c) Propiedad Privada, Mercado e Inversiones económicas

Respecto de la dimensión económica, las puntuaciones obtenidas en las respuestas son altas. Al preguntar acerca de la *importancia que tiene la propiedad privada*, en base a una escala de 7 puntos siendo 1 (ninguna) y 7 (mucha), la media de respuesta es de 5.86 (DT: 1). En relación a la *importancia del mercado para el desarrollo del país* la media es de 6,32 (DT: 1.4) y a la *importancia de las inversiones económicas* la media es de 6,21 (DT: 1.3).

(ver Gráfico 2)

En relación a la evaluación de la importancia de la propiedad privada y el candidato a votar, de los estudiantes que dicen votarían a *Cristina Kirchner* el 83% da un valor de respuesta entre 6 y 7. En el caso de los estudiantes que dicen votarían a *López Murphy*, el 82% la ubica en valores entre 6 y 7. En el caso de los estudiantes que dicen que votarían a *Chiche Duhalde* el 68% ubica valores entre 6 y 7.

3.2 ELECCIONES 2005: CANDIDATOS Y RAZONES

Los candidatos con mayor intención de voto en Provincia de Buenos Aires (senadores) son: 45.9% Cristina Kirchner; 15,7% R. López Murphy; 11.4% Hilda Chiche Duhalde; 7,5% Maffei; 7,0% Brandoni; y el 12,7% refiere

que ninguno le gusta.

Al indagar en las razones por las que los votarían, tomando los 3 primeros candidatos aparece que, en el caso de Cristina Kirchner prima el ser la candidata del presidente (33%), el carisma (30,0%), el ser confiable (26,0%); por sus propuestas (21,0%) o por ser el menos malo de los candidatos (12%).

En el caso de López Murphy aparece en primer lugar sus propuestas (27,0%) seguido de la confiabilidad que despierta (14,5 %) o el carisma (13,0%). Respecto de Chiche Duhalde, la razón principal es el interés social (24%) seguida de la tradición (17,5%), el carisma (12,3%) o ser la candidata menos mala (9%).

(ver Tabla 1)

3.3 CONSUMO DE BIENES CULTURALES

Analizando la frecuencia de consumo de bienes culturales, como se puede observar en la Tabla 2, si bien las mayores proporciones las encontramos en la categoría "algunas veces", salvo en el caso del *teatro*, lo que "casi siempre o siempre" se hace es mirar *TV* escuchar *radio* y leer *libros*. Se va más al *cine* de lo que se leen *revistas* y la ida al *teatro* es una actividad nada habitual.

(ver Tabla 2)

Con respecto a los programas de televisión, los más vistos son "Sin Código" con un 50.2% y "La noche del Diez" con un 23.3%. En programas de radio, los más escuchados son: "¿Cuál es?", FM 95.5 y "El Show de la noticia", FM 99.9.

Si registramos a los programas de TV que más se ven según su género, tenemos que la mayor proporción aparece en "películas" (24%) seguido de "musicales" (19%) y "entretenimientos" (17%). Los documentales de divulgación científica corresponden a una proporción menor al 4%. Los géneros de libros que consideran más interesantes son las novelas (58%); ciencia ficción (14%); los ensayos (12%); la divulgación científica (5%); los cuentos (4%); los libros de autoayuda (3%) y religiosos (3%).

Al preguntar con que frecuencia lee el diario obtenemos que, el 18.2% lo hace todos los días; el 28.4% lo lee dos o tres veces a la semana; el 29.4% lo hace sólo una vez a la semana y un 24.0% dice que de vez en cuando. Respecto a la sección del diario más leída: un 21.9% manifiesta que es la de espectáculos; 20.8% la de información general; 19.1% la sección de deportes y el 9.5 % la sección de política internacional.

Con respecto al uso de Internet, aproximadamente el 91% de los encuestados refiere que es usuario. De ese porcentaje, el 80 % lo utiliza "siempre" para acceder a los correos electrónicos, el 69.8% "siempre" para "búsquedas en general" y para "bajar música".

3.3.1 Consumo cultural de los estudiantes por Candidato

Los que dicen que votarían a Cristina Kirchner

- El 16,5% lee el diario todos los días; el 31.4% lo lee

dos o tres veces por semana, el 29.4% una vez por semana y el 23.5% lo hace de vez en cuando.

- La sección que más leen son: el 28.6% información general, el 22.4% espectáculos y el 16.3% deportes.
- De los libros que leen, el 62.1% lee el género novela; el 13% cuentos; el 11% ensayos; el 11% ciencia ficción; el 4% divulgación científica. Al igual que los votantes de los demás candidatos dicen no leer libros científicos.
- De los programas de TV un 35% dice mirar "Sin código", un 22% el programa de Maradona, 12% CQC y 9% Show Match.

El 62.5% de los potenciales votantes de Cristina Kirchner refiere que los programas políticos no le gustan; el 28.4% que le gustan algo y el 9.1% que le gustan mucho. Con respecto a los programas documentales de divulgación científica el 31.9% sostiene que no le gusta, el 40.7% que le gusta algo y el 27.5% que le gusta mucho.

- Un 91% de los potenciales votantes de Cristina Kirchner usa INTERNET.

Los que dicen votarían a López Murphy

- Un 29,3% lee el diario todos los días; 38.7% lo lee dos o tres veces por semana; un 29.0% lo hace una vez a la semana y un 22.6% todos los días.
- La sección que leen del mismo en primer lugar: 26.7% espectáculos, 20.0% deportes, 20.0% política y 20.0% información general.
- Con respecto a los libros, el 65% dice que lee el género novela; 17% ensayos; el 12% ciencia ficción; 5.4% divulgación científica.
- En relación con la TV un 62% mira "Sin código", el 18% el programa de Maradona, el 5% CQC y el 3% el programa de Tinelli.

Con respecto a los programas políticos, al 51.2% no le gustan; al 41.5% le gustan algo y al 7.3% le gustan mucho. Con relación a los programas documentales de divulgación científica, el 17.8% dice que no le gustan, el 61.0% que le gustan algo y el 22.0% que le gustan mucho.

- De los potenciales votantes de López Murphy un 93% dice usar INTERNET.

Los que dicen votarían a Chiche Duhalde

- Con respecto a los diarios: 19% lee todos los días; 15% 2 ó 3 veces por semana; 38% 1 vez por semana; 29% de vez en cuando. En relación a la sección que con más frecuencia leen: un 24% lee la deportiva; le sigue Información general 16%; Política internacional y Espectáculos con aproximadamente un 14% cada una.
- De la lectura de los libros: el 55% lee el género novela; el 19% ciencia ficción; 11% Ensayos; 1% divulgación científica.
- Con relación a los programas de TV: un 48% prefiere ver "Sin código", un 15% CQC, un 10% el programa de Maradona y un 5 % "Show Match".

Respecto a los programas políticos, el 57.1% refiere que no le gustan, el 23.8% que le gustan algo y el 19.0% que le

gusta mucho. Con referencia a los programas documentales científicos, un 33.3% sostiene que no le gustan, el 19.0% que le gustan algo y el 47.6% que le gustan mucho.

- Un 83% de los potenciales votantes de Chiche Duhalde dice usar INTERNET.

4. DISCUSIÓN

Por su amplia incorporación concretada en muy pocos años y, dado su uso, INTERNET es indicador de una actitud fuertemente positiva de los estudiantes por ser parte del mercado contemporáneo. El tipo de uso de Internet que los encuestados dicen realizar denota más el interés por el entretenimiento que de búsquedas y otras utilidades posibles para desarrollarse como sujeto del conocimiento.

Dicho sentido es el que parece prevalecer cuando se indaga sobre la clase de libros que leen. En efecto, la "novela" es el género que, con mucho, resulta el más leído; otro lugar importante lo ocupa la "ciencia ficción" mientras que el género de "divulgación científica" se encuentra muy rezagado y el de "ciencia" propiamente dicha es casi nula.

Estas preferencias de lectura, en el soporte de Gutenberg, nos muestra el peso específico de la fantasía como estructurante principal del sentido de lo que se lee.

Al analizar la lectura de los diarios, los programas televisivos vistos y radiales escuchados, encontramos que, con algunos matices, el entretenimiento es el género. Una de las formas de entretenimiento mencionadas son los programas con referencias políticas o sociales pero en los que predomina un discurso retórico y de juicios valorativos más que análisis apoyados en datos susceptibles de ser verificados.

Los libros, programas televisivos o secciones en los diarios que sobre lo político y más sobre la economía buscan citar datos e intentar demostrar hechos suscitan poco interés. Pero esto no sólo debe atribuirse a la decepción sobre la política y la economía sino también a un tipo de formación cultural y, de un modo más profundo, a rasgos subjetivos arraigados de la población.

Los resultados de nuestro programa de investigación - iniciado en 1998 y que al momento cuenta con más de 25.000 casos-, permiten ver que si bien en nuestra población analizada como sujeto público presenta aspectos que podemos considerar racionales también se hallan presentes otros que vale nominar regresivos³. Por ejemplo la tendencia a *idealizar*. Se espera, por ejemplo, políticos que actúen como personas extraordinarias, que por sí mismo sean capaces de resolverles los problemas. Y, cuando eso así no resulta, adviene la decepción -la

³ Cuando una característica típica del psiquismo infantil se perpetúa de modo que representa un obstáculo para la iniciativa individual y en general para el desarrollo responsable del sujeto lo denominamos *rasgo regresivo*.

cara negativa de la expectativa idealizada-.

El anterior rasgo es solidario de otro que hemos llamado *expectativa paternalista de Estado*. Es decir que desde el Estado se provea, esto por oposición a exigir un Estado responsable o sea que garantice condiciones para que cada uno se desarrolle como sujeto libre -no depender económicamente del Estado- y racional⁴.

Otro rasgo detectado es cierta disposición a identificar iniciativa individual⁵ y en particular búsqueda de riqueza con egoísmo -también nombrado individualismo-. Si bien en la población tiene cabida la representación de que en Argentina buena parte de quienes han detentado un gran consumo no han obtenido su dinero a través de una actividad socialmente beneficiosa, ese rasgo expresa un valor más profundamente arraigado. En base a este, y otros relevamientos ya mencionados, así como observaciones, podemos conjeturar que se critica a quienes aparecen como capaces de gran consumo pero porque se desea ese consumo para sí mismos -por ejemplo hoy, Argentina ostenta un "teléfono celular" cada 2 habitantes-. Hay ambivalencia: la capa superficial es la crítica, lo que no se dice pero es captable por el tipo de consumo que se procura como estilo de vida es el deseo de lo que se critica.

4.1 RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO DE BIENES CULTURALES Y LOS RASGOS SUBJETIVOS DE LA POBLACIÓN

El tipo de consumo cultural que los estudiantes realizan significa, sobretudo, que tienden a vivenciar y relacionarse entre sí sin estar conectados con el mundo del que habla la política y los economistas. Esto aún cuando ese mundo de los jóvenes es posible por el consumo que ellos realizan en el mercado al que, justamente, no parecen buscar herramientas conceptuales para entenderlo -leen poco y no miran programas televisivos que busquen explicar el funcionamiento del mercado y de la política-. En tanto no poseen suficiente formación y actitud hacia el análisis sobre la política, cuando sus expectativas ideales no se cumplen, sólo aparece decepción. Decepción que refuerza el interés de no salirse de su mundo sostenido en un consumo predominantemente fantasioso -vivencial-.

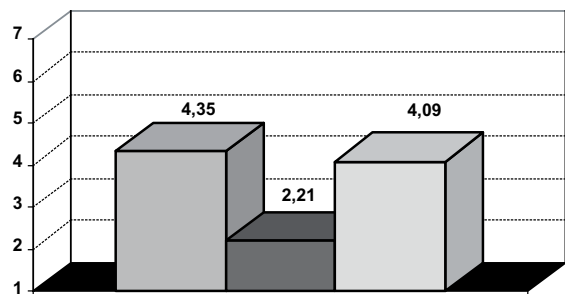
A más, al no estar fortalecido el valor de la iniciativa individual ni la calidad formativa, tampoco se halla una actitud que privilegie las instituciones y entonces, aunque sin gran confianza, la política sigue siendo la posibilidad de líderes carismáticos menos decepcionantes que lo que imaginan pueden ser otros.

⁴ Incluye no sólo los rasgos que ha sido definida la *racionalidad económica* (Buchanan & Tullock, 1993) sino la disposición -lo que supone los atributos de aquella racionalidad- a entender e intercambiar en el espacio público sobre las implicancias del desarrollo económico y las decisiones cívico-políticas.

⁵ Entendemos por iniciativa individual la capacidad, sostenida en lo histórico-cultural interiorizado, para realizar desarrollos racionales así como para elegir y decidir.

Gráfico 1:

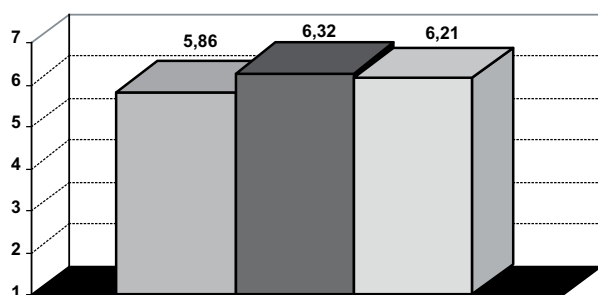
Puntuaciones medias en Importancia y Evaluación de Partidos Políticos y desempeño del Gobierno actual



- Importancia Partidos Políticos para Bienestar del país
- Evaluación papel Partidos Políticos en Argentina Actual
- Desempeño del actual gobierno

Gráfico 2:

Puntuaciones medias en Importancia de Propiedad Privada, Mercado e Inversiones económicas



- Importancia Propiedad Privada
- Importancia Mercado para desarrollo del país
- Importancia de las inversiones económicas

Tabla 1:
Razones del voto según candidato

| Candidato | Razones | % acumulado |
|------------------------|--------------------------|-------------|
| Cristina Kirchner | Candidata del presidente | 63% |
| | Carisma | |
| Ricardo López Murphy | Propuestas | 41, 5% |
| | Confiabilidad | |
| Hilda "Chiche" Duhalde | Interés Social | 41, 5% |
| | Tradición | |

Tabla 2:

Frecuencia consumo Bienes Culturales (%)

| Frecuencia | TV | Revistas | Libros |
|---------------|-------|----------|--------|
| Nunca | 2,5 | 28,9 | 10,0 |
| Algunas veces | 43,6 | 51,4 | 40,9 |
| Casi siempre | 33,7 | 16,1 | 32,3 |
| Siempre | 20,2 | 3,6 | 16,8 |
| | Radio | Cine | Teatro |
| Nunca | 9,2 | 17,9 | 69,1 |
| Algunas veces | 34,0 | 60,4 | 27,0 |
| Casi siempre | 30,9 | 15,4 | 2,5 |
| Siempre | 25,5 | 6,4 | 1,4 |

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benbenaste, N. & Delfino, G. I. (2003). Alcance y límites de la madurez política de los ciudadanos argentinos. *Anuario de Investigaciones*, 10 (Año 2002), 103-112.
- Benbenaste, N. & Delfino, G. I. (2004). Conocimiento y Actitudes sobre la Política en Estudiantes Universitarios y Ciudadanos comunes. *Investigaciones en Psicología*, 9 (1), 19-41.
- Benbenaste, N. & Delfino, G. I. (2005). La expectativa sobre el Estado y la calidad de las instituciones en los estudiantes universitarios. *Investigaciones en Psicología*, 10 (3), 7-20.
- Benbenaste, N.; Delfino, G. I. & Fernández, O. D. (2005). El paternalismo de estado y su efecto sobre la democracia en los estudiantes universitarios. *Memorias de las XII Jornadas de Investigación*, Tomo 2: 23-25. Buenos Aires: Facultad de Psicología, UBA.
- Buchanan, J. & Tullock, G. (1993). *El cálculo del consenso*. Madrid: Planeta - Agostini.
- Delfino, G. I. (2005). La relación entre valores y preferencias culturales, actitud hacia las instituciones y comportamiento electoral en estudiantes universitarios. *II Congreso Marplatense de Psicología* [CD]. Mar del Plata: Facultad de Psicología, UNMdP.
- Delfino, G. I.; Benbenaste, N. & Zubieta, E. M. (2005). El desarrollo y la iniciativa individual en el ciudadano contemporáneo. *Memorias de las XII Jornadas de Investigación*, Tomo 2: 55-56. Buenos Aires: Facultad de Psicología, UBA.
- Instituto Internacional de Gobernabilidad (1998). *Douglass C. North: La teoría económica neo-institucionalista y el desarrollo latinoamericano*. Barcelona, España: Instituto Internacional de Gobernabilidad.
- North, D. C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.

Fecha de recepción: 20 de diciembre de 2005

Fecha de aceptación: 23 de mayo de 2006