



**Facultad de Ciencias Sociales**

# **Observatorio de Capital Social**

La Sociedad frente al Espejo

**Cuarto Informe**

**FCS UP- Carlos Fara & Asociados**

Junio 2014

## Presentación

El Observatorio de Capital Social (OCS) es una iniciativa conjunta de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Palermo y de la Consultora de Opinión Pública Carlos Fara & Asociados. Fue creado a mediados del año 2013 con el objetivo de estudiar este acervo estratégico y dinámico para el desarrollo de la sociedad y el fortalecimiento de las instituciones políticas. Es coordinado por los profesores Agustina Grigera y Alberto Bonifacio y por Carlos Fara<sup>1</sup>.

El Observatorio se encuentra explorando las características de una serie de elementos interrelacionados y constitutivos del capital social<sup>2</sup>: la confianza social -del tipo “puente” y “vínculo”-, la confianza política en diversas instituciones, la participación y los valores que son relevantes para la convivencia social, la acción colectiva y el fortalecimiento de la cohesión social. Con la observación de esta multiplicidad de factores se intenta obtener una aproximación a las dimensiones de lo social y lo político en la Argentina.

Desde su creación se han presentado tres informes, el presente corresponde a las mediciones realizadas durante mayo-junio de 2014<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> El equipo se completa además con dos profesionales formados en la Universidad de Palermo: Lic. en Relaciones Internacionales Bernardo Germán Pascale y Lic. en Ciencia Política Rosendo Alsina.

<sup>2</sup> El *capital social* es un concepto joven y multidimensional sobre el cual resta profundizar el consenso en torno a su abordaje y concepción. No obstante en los últimos años se han generado múltiples estudios de alcance general y otros específicos, como la Encuesta Mundial de Valores (WVS), el Latinobarómetro, la Encuesta Nacional sobre CS en el Medio Urbano (México 2006), el Índice de Desarrollo Sociedad Civil, (Argentina, 1998) y la Encuesta Nacional PNUD (Chile, 1999). Cabe mencionar finalmente que en distintos países se han desarrollado encuestas nacionales y locales que miden algunas de las variables que se operacionalizan en el *capital social*. El desafío metodológico que debe afrontar un estudio de *capital social* radica en la selección de indicadores viables operacionalmente para tres niveles de análisis: a) las relaciones informales de confianza y cooperación; b) la asociación formal y c) el marco institucional normativo y valorativo (Lechner "Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital social". BID-FCE, Buenos Aires, 2000; Lechner, "Las sombras del mañana: la dimensión subjetiva de la política". LOM Ediciones. Santiago de Chile, 2002).

<sup>3</sup> Estudio de opinión pública realizado entre el 30 de mayo y el 2 de junio de 2014 en argentinos mayores de 18 años en condiciones de votar, en Capital Federal y partidos del Gran Buenos Aires, sobre muestras de 442 casos, durante el mes de septiembre de 2013. La técnica de muestreo fue semi-probabilística, con cuotas por sexo y edad, con relevamiento domiciliario en GBA y telefónico en CABA. El margen de error ha sido de +/-4.7%, con un nivel de confianza 95%.

## Principales Observaciones

---

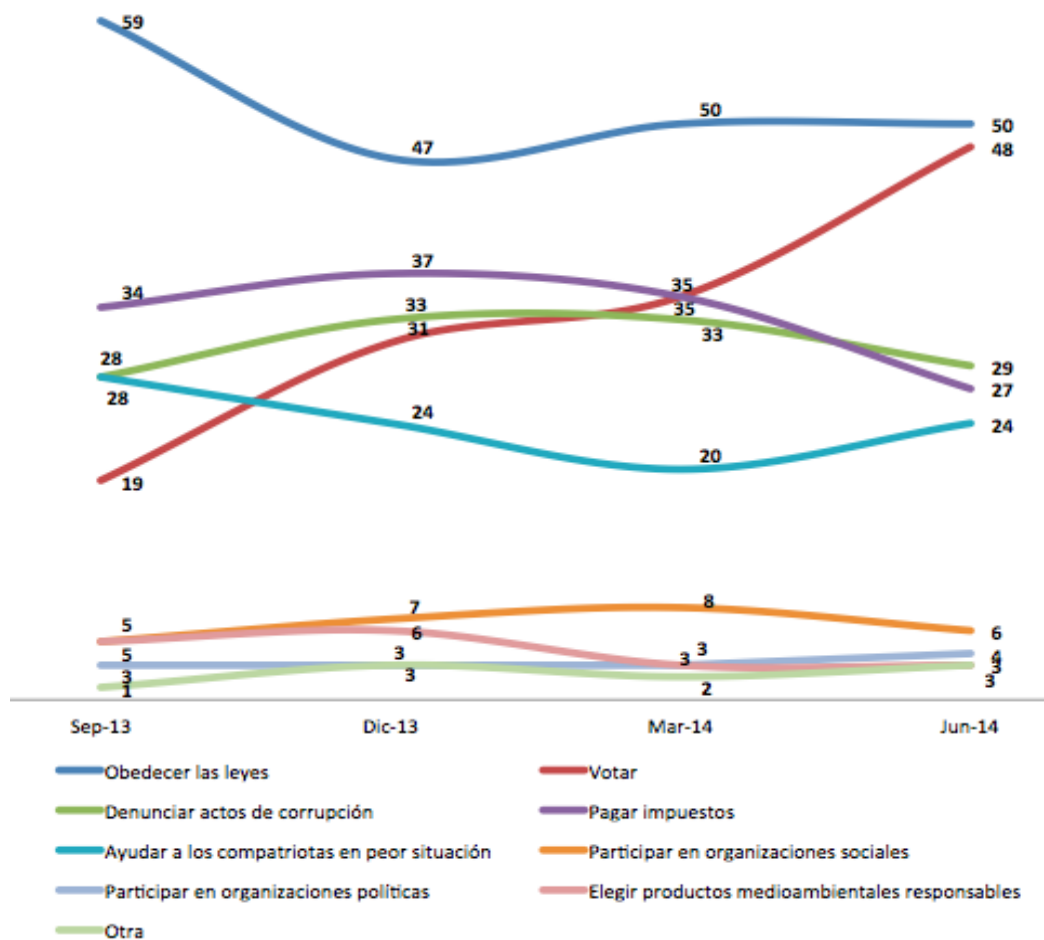
### I. Responsabilidades y deberes

Con algunos leves cambios, respecto de las mediciones anteriores, se ubican los atributos para ser considerado un *buen ciudadano*.

- La “*observancia de la ley*” sigue encabezando los atributos, seguido a escasos dos puntos por “*votar*”. Esta opción viene adelantando posiciones desde el quinto lugar (en septiembre de 2013), al tercero (marzo del 2014) y ahora al segundo.
- A varios puntos de distancia encontramos la opción “*pagar impuestos*”, que por primera vez sale del segundo lugar para ubicarse en el cuarto, ya que en el tercero se coloca la “*denuncia de los actos de corrupción*”.
- Casi sin cambios y en el quinto lugar se ubica la opción “ayudar a los compatriotas en peor situación”.
- Finalmente y al fondo de la tabla (sin cambios tampoco) se ubican los atributos relacionados con la participación en *organizaciones sociales y políticas* y el consumo de *productos medioambientales responsables*.

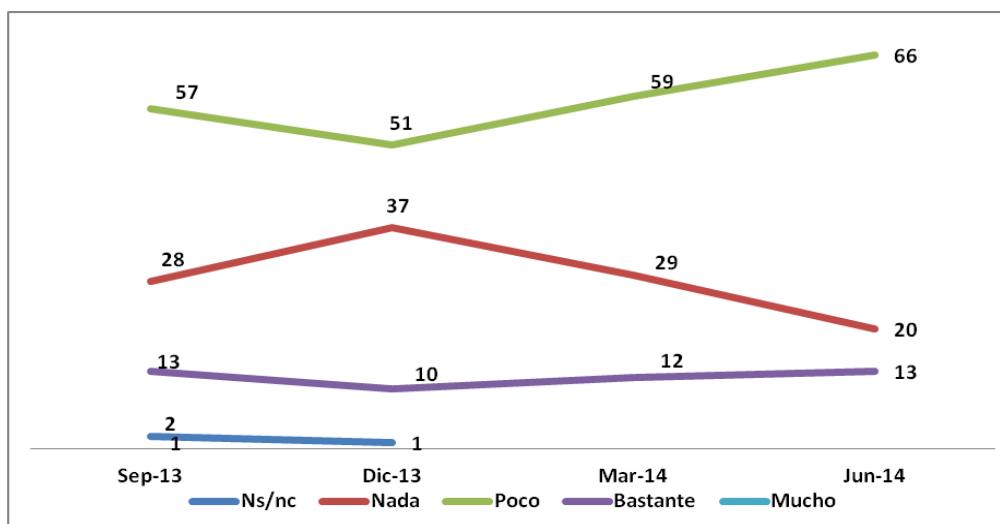
#### **¿Qué no se puede dejar de hacer para ser considerado un buen ciudadano?**

El total supera el 100% porque los encuestados podían dar más de una respuesta



La mirada de “los otros” como infractores crece de manera constante desde diciembre de 2013, pero también se registra una tendencia a la baja entre quienes consideran que los argentinos no cumplen en “nada” la ley.

### ¿Diría Ud. que, en general, los argentinos cumplen la ley?



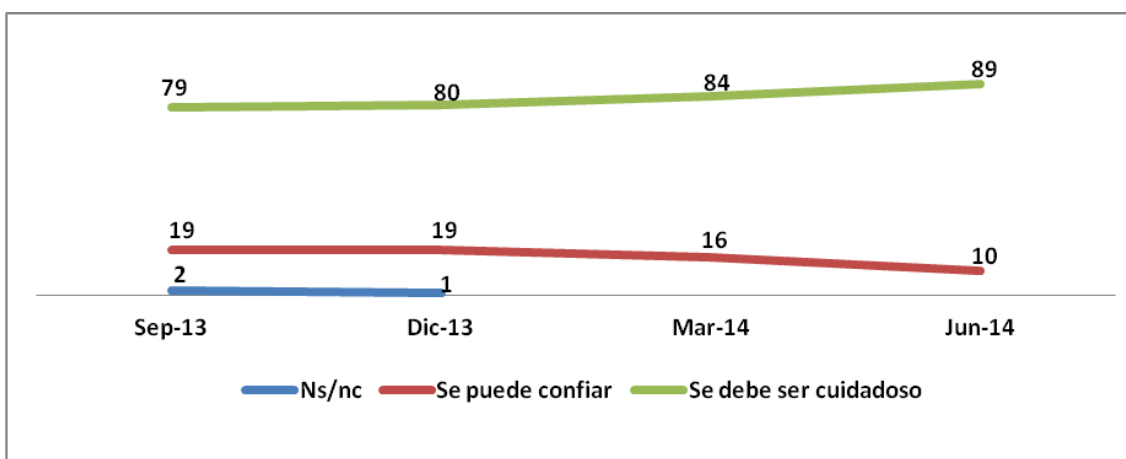
## II. La Confianza Interpersonal

El 89% de los entrevistados considera que en el trato con otras personas se debe ser cuidadoso. Este porcentaje ha crecido de manera sostenida en las cuatro mediciones realizadas, observándose que un año después el nivel de confianza en los demás descendió en 10 puntos porcentuales. En comparación con este valor que presenta la confianza interpersonal en Argentina (10%), los valores más recientes de la Encuesta Mundial de Valores presentan para América Latina<sup>4</sup> niveles de confianza interpersonal inferiores en Perú (8,4% en

2012), Ecuador (7,2% en 2013) y Colombia (4,1% en 2012), y semejantes en Chile y México (12,4% en 2011 y 2012, respectivamente), y Uruguay (13,8% en 2011). En cambio, son significativamente más elevados en países como Suecia (60,1% en 2011) y Holanda (66,1% en 2012), presentando valores intermedios en Estados Unidos (34,8% en 2011), Alemania (44,6% en 2013) y Japón (35,9% en 2010).

Según la citada EMV, en Argentina la confianza interpersonal presentó valores de 22,4% en 1991, 17,1% en 1995, 15% en 1999 y 17,4% en 2006.

**En general, ¿Ud. cree que se puede confiar en la mayoría de las personas, o que se debe ser cuidadoso en el trato con los demás?**



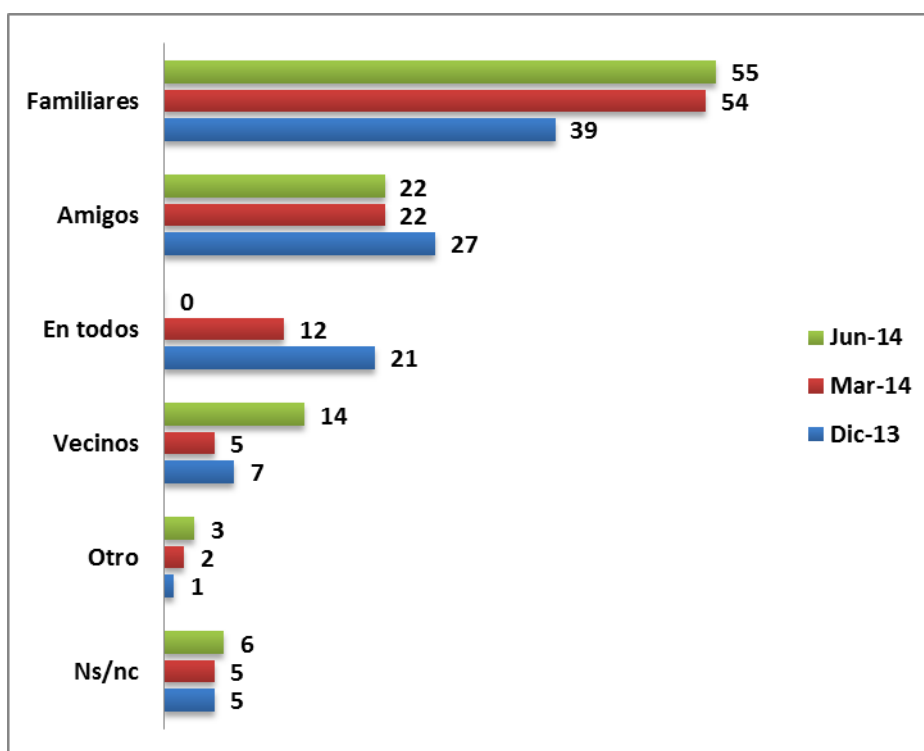
Las personas que sí confían en los demás, lo hacen principalmente en sus *familiares* – se mantiene prácticamente igual desde la medición del pasado marzo, con el 55%- y luego en los *amigos*, con el 22%. La confianza en los *vecinos* presenta un crecimiento

<sup>4</sup> Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey) Wave 6 2010-2014 OFICIAL v.20140429. (www.worldvaluessurvey.org). Aggregate Productor archivo: ASEP / JDS, Madrid ESPAÑA. Esta encuesta cubre cerca de 60 países y es la ola más grande en la historia del WVS.

significativo, para llegar al 14%, mientras que ningún caso se da la respuesta *en todos*.

Los alcances de la confianza que está puesta en las personas más próximas dan seguridades en el plano personal o psicológico, pero no se proyectan a la capacidad de cooperación en la sociedad. Putnam<sup>5</sup> llama a la confianza en el círculo próximo capital social “de vínculo” (bonding), y lo diferencia del capital social “puente” o inclusivo (bridging) que se origina en conexiones entre individuos y grupos heterogéneos. Es al capital social “puente” o la confianza generalizada que se le atribuye el potencial para lograr cooperación en la solución de los problemas colectivos, así como incidencia en el funcionamiento de la política y demás dimensiones de la vida en sociedad.

### En quiénes se tiene confianza



### III. La Confianza en las Instituciones

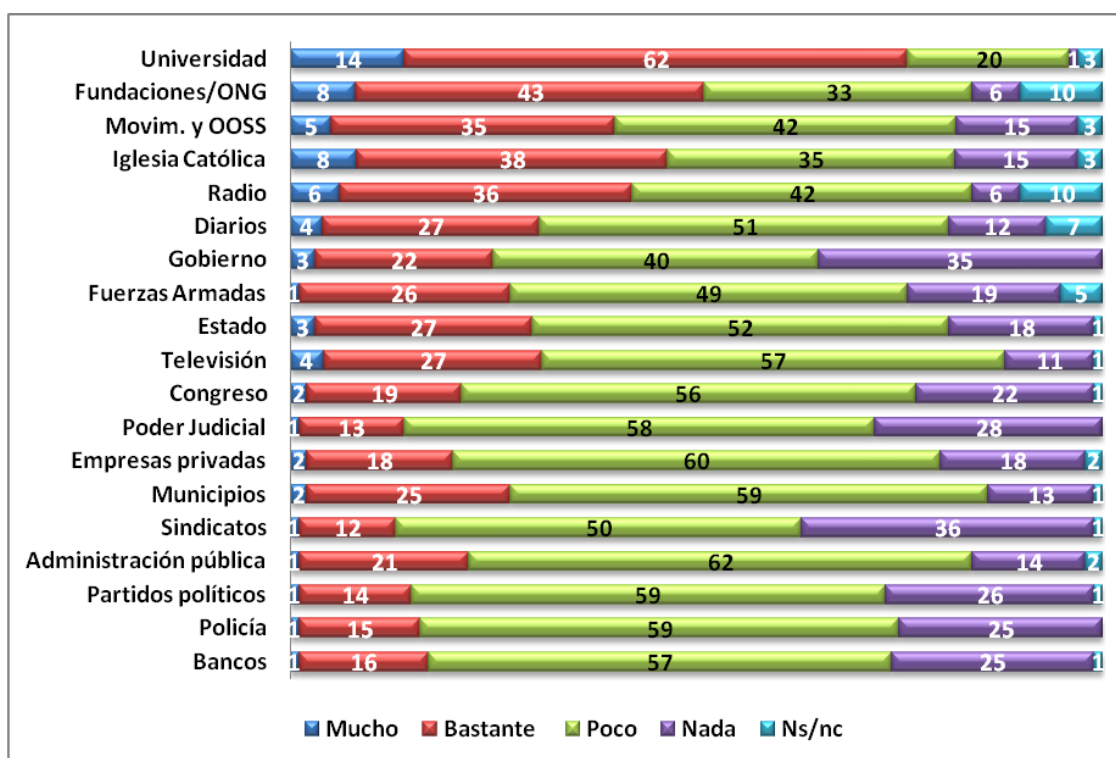
Se acepta generalmente que el grado de confianza interpersonal está interrelacionado con la confianza en las instituciones<sup>6</sup>. En el presente estudio, el valor medio (VMC) alcanzó 30 puntos, y presenta las siguientes características.

<sup>5</sup> Putnam, R. (1993a) “Making Democracy Eork. Civic Traditions in Modern Italy. Princeton New Jersey, Princeton University Press.

<sup>6</sup> En el análisis, el nivel de “confianza” se basa en respuestas “Mucho” y Bastante” a la pregunta “Cuánta confianza tiene Ud. en...”

- **Por encima del VMC** encontramos a las *Universidades* (76% menciones positivas). A distancia las *Fundaciones* (50% de menciones positivas), y luego un tercer grupo conformado por la *Iglesia* (46%), la *Radio* (42%) y los *Movimientos Sociales* (40%). Apenas por encima del VMC, se sitúan los *Diarios* y la *Televisión* (ambos con el 31%) y el *Estado*, con el 30% de las menciones.
- **Por debajo del VMC** encontramos a los *Municipios* (con el 27%), al *Gobierno* y a las *Fuerzas Armadas* (ambos con el 25%). Conforman un segundo grupo la *Administración Pública* (22%), el *Congreso* (21%) y las *Empresas Privadas* (20%). Al final de la tabla y sin grandes cambios se encuentran los *Bancos* (17%), la *Policía* (16%), los *Partidos Políticos* (15%), el *Poder Judicial* (14%) y los *Sindicatos* (13%).

### ¿Cuánta confianza tiene Ud. en...?



La EMV presenta para el período 2010/2014 resultados relativos a la confianza en las instituciones que permiten trazar algunas comparaciones con los resultados de nuestro estudio, para un grupo de países seleccionados.

- En países de América Latina se aprecia que la *Universidad* es la institución más valorada en México (74,8%), Perú (62,1%) y Uruguay (69,3%), alcanzando el

segundo lugar con valoración más alta en Chile (60,5%) Ecuador (67,2%) y Colombia (72,4%). De esta comparación regional, Argentina presenta la valoración relativa más alta. También en España (74,3%), Suecia (81,9%) y Holanda (71,4%) es la institución más valorada.

- La *Iglesia* es la institución más valorada en Colombia (74,3%), Ecuador (77,7%), México (64,2%) y Perú (66,7%). Como se aprecia estos valores superan con amplitud la importante valoración que la *Iglesia* obtiene en Argentina (46%), y cabe destacar que los resultados no se benefician del efecto “Papa latinoamericano”, debido a que los sondeos nacionales son de 2012. Entre los países desarrollados se destaca la valoración de la *Iglesia* en Estados Unidos (57,6%) y Suecia (49,7%).
- En contraste con la valoración que presentan ciertas instituciones en el estudio que hemos realizado y los datos de la EMV para un grupo de países latinoamericanos, sobresale la consideración de la *Polición*: mientras que en Argentina aparece en las últimas posiciones con 16%, en Chile tiene la primera posición con 63,9%, siendo muy alto también en Uruguay (56%), Ecuador (47,1%), Colombia (45,4%).
- En cuanto a las *Fuerzas Armadas*, los niveles de confianza alcanzan a 58,9% en México, 57,9% en Ecuador, 56,2% en Colombia, y 55,2% en Chile, frente al 27% en Argentina; también superan este valor Perú (33,1%) y Uruguay (36,6%).
- Las *Empresas*, que en Argentina llegan a una valoración positiva del 20%, en Colombia alcanzan el 61%, en Ecuador el 52,6%, en México el 54,1%, en Uruguay el 42,1% y en Perú el 38%.
- Nuevamente en el terreno de la economía, también existe un fuerte contraste entre Argentina y estos países respecto de los *Bancos*: en Perú son la institución a la que se le reconoce mayor confianza con 39,1%, valores que ascienden a 50,9% en Colombia, 48,1% en Ecuador, 45,6% en México y 50,8% en Uruguay.
- Entre los medios de comunicación, destaca la valoración de la prensa (53,1%) y la *Televisión* (56,2%) en Chile y Uruguay (44,8% y 42,3%, respectivamente), mientras que en Argentina alcanzan el 31%.
- En Argentina los *Partidos políticos* con 15% de valoraciones positivas y el *Congreso* con 21%, presentan características similares a algunos de los países de América Latina que hemos comparado: Chile, 16,9% y 24,7%; Colombia, 17,2%



y 20,7%; Perú, 10,5% y 12%; México, 22% y 25%; Ecuador, 23,5% y 29,7%. Uruguay, en cambio, se diferencia: los *Partidos políticos* tienen un 31,7% de valoración positiva y el *Congreso* 39,6%. Las valoraciones en Estados Unidos son más parecidas a la media latinoamericana: 12,5% para los *Partidos políticos* y 20,2% para el *Congreso*. En el otro extremo Suecia presenta valoraciones positivas más rotundas: 42,4% y 59,3%, respectivamente.

## Conclusiones

- El *compromiso cívico* (obedecer las leyes y cumplir las normas) que habíamos valorado como más relevante que el compromiso político en mediciones anteriores, se manifiesta más moderado a consecuencia de que *votar* escaló del quinto lugar (septiembre de 2013) al segundo (junio de 2014). En siguientes estudios habremos de observar si se trata de una tendencia asociada a fenómenos coyunturales o si por el contrario, responde a un cambio actitudinal más profundo. En cualquier caso, la persistencia de la baja consideración de la participación organizada (en partidos políticos y organizaciones sociales) pareciera confirmar que el **concepto de ciudadanía está más asociado a su dimensión individual que a la colectiva, excepto que estudios complementarios nos permitan apreciar datos significativos en otros indicadores de compromiso político** (p.ej. firmar peticiones, participar en movilizaciones, unirse a huelgas, etc.).
  
- La *confianza interpersonal* sigue siendo un **bien escaso**.
  - En primer lugar, porque los “**otros**” son percibidos por el 86% de los encuestados como aquellos que introducen **incertidumbre sobre las reglas de juego** de la buena ciudadanía.
  - En segundo término porque el **89%** de los encuestados considera que se “*debe ser cuidadoso en el trato con los demás*”. Esta desconfianza se acentuado desde la primera y de manera sostenida, pasando del 79% en septiembre de 2013 al 80% en diciembre de 2013, luego al 84% en marzo y en la medición actual al 89%.
  - Se consolida la tendencia a refugiarse en los grupos primarios, como la familia y los amigos y luego a distancia, los vecinos. Este dato es especialmente relevante porque la confianza en los grupos menos próximos al núcleo afectivo es de vital importancia

para incrementar el capital social y también para impulsar la acción colectiva.

- Las instituciones que se encuentran por encima del VMC parecieran ser aquellas asociadas al progreso y la superación individual (como las Universidades) pero también a espacios de realización o intercambio colectivo, como la Iglesia, las Fundaciones, los Movimientos Sociales, el Estado y los medios de comunicación (Radio, Diarios y Televisión). Si bien no puede darse por consolidada una tendencia, se registra que los medios de comunicación mejoran su valoración.
- Por debajo del VMC encontramos un primer grupo compuesto por poderes públicos (Gobierno, Municipios, Congreso, Administración Pública, Fuerzas Armadas) y un segundo grupo, en el que se ubican las instituciones que despiertan **mayor desconfianza**: el mercado (Empresas y Bancos), instancias de intermediación (Partidos y Sindicatos) e instituciones públicas vinculadas con la justicia y la seguridad como el Poder Judicial y la Policía.
- Vale mencionar, aun así, que se registra un **crecimiento de la confianza en las instituciones**, puesto que el VMC ha pasado de 24% (en septiembre de 2013) al 27.5% en marzo de 2014<sup>7</sup> y al 30% en la presente medición.

---

<sup>7</sup> En la medición de diciembre se incorporaron tres nuevas instituciones (Universidades, Fundaciones y Ong's y Movimientos Sociales), las que al gozar de alta valoración, empujaron el VMC hacia arriba (32%). Si se excluyen estas tres instituciones para ajustar el VMC de marzo, se obtiene el 27.5%, lo que también confirma la diferencia positiva en la valoración de las instituciones.