

EL DILEMA DE LOS INDECISOS

por Carolina Erlich*

I. Introducción

El objetivo del trabajo es intentar pensar la categoría "indecisos" que se utiliza en las encuestas de opinión pública, más específicamente en los sondeos pre-electorales.

Para poder reflexionar sobre los indecisos, es necesario primero poder definirlos, y distinguir diferentes tipos de expresión de la indecisión, para luego intentar analizar su significado y sus consecuencias.

¿Por qué es relevante analizar el tema de los indecisos? Esta categoría es demasiado amplia y ambigua, y es interesante desagregarla para poder lograr un "consenso semántico" al hacer referencia a ella. En este trabajo se analizarán los "indecisos políticos", es decir aquellos que dicen no saber o que no contestan las preguntas acerca de intención de voto, identificación partidaria o que impliquen algún tipo de definición en términos de preferencias o evaluación política.

II. ¿Cómo preguntan las encuestas?

Antes de introducirnos en el tema de los indecisos, sería conveniente hacer referencia a los diferentes tipos de preguntas que pueden aparecer en las encuestas de opinión pública:¹

- preguntas factuales: son aquellas que pueden ser verificadas por registros u observaciones; se indaga acerca de hechos.

- preguntas de opinión: son aquellas cuyas respuestas son expresiones del estado psicológico del entrevistado y no pueden ser verificadas por

* U.B.A. - Fundación Banco Patricios.

¹ BRADBURN, N., SUDMAN, S., *Polls and Surveys. Understanding What They Tell Us*, San Francisco, Josey-Bass Inc., 1988.

observación externa. Este tipo de preguntas se divide generalmente en tres subtipos:

- preguntas evaluativas: se indaga si al encuestado le gusta o no alguna cuestión, si la aprueba o la desaprueba, o si considera que es buena o mala.
- preguntas cognitivas: se interroga qué cree el encuestado acerca de una situación particular, una determinada política o un estado psicológico.
- preguntas acerca de intenciones: se pregunta acerca de lo que la gente piensa hacer respecto a alguna cuestión puntual.

En el caso de este trabajo se hará referencia a los indecisos en relación a las preguntas de opinión.

¿Quiénes son los indecisos: se los identifica por no saber, no querer o no poder expresar una opinión, o por la falta de respuesta o "no respuesta"?

Sierra Bravo sostiene que una no respuesta puede adoptar dos modalidades:²

- los que contestan "no sé"
- los que no contestan o no dan respuesta a la pregunta

El "no contesta" demuestra una actitud neutral o de indiferencia que hace que el encuestado se reserve su opinión y se niegue a manifestarla.

Los "no sé" pueden tener distinta significación según los casos.

Zeisel³ sostiene que la categoría "no sé" constituye una categoría auténtica cuando se obtiene como respuesta a preguntas que tienen por objeto averiguar el estado de información o de decisión del electorado respecto a ciertas cosas (ej.: intención de voto). Este tipo de pregunta pretende averiguar lo relativo a una decisión que puede o no haberse adoptado. En este caso la respuesta "no sé" o "todavía no lo he resuelto" no representa, sin duda alguna, ninguna falla por parte del investigador.

² SIERRA BRAVO, RESTITUTO, "La no respuesta", en: *Técnicas de Investigación Social*, Madrid, Editorial Paraninfo, 1994, pág 319.

³ ZEISEL, HANS, "Manera de tratar las contestaciones de no sé y la falta de respuesta" en: *Dígalo con números*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974.

Este autor encuentra tres interpretaciones para la categoría "ns/nc":

a) La hipótesis aleatoria

Los "ns/nc" se obtuvieron al azar en todos los grupos y, por lo tanto, pueden distribuirse proporcionalmente entre ellos. Se reparten al azar respecto a las demás categorías e indican un fallo en la respuesta. Ejemplos: preguntas acerca de conductas de los entrevistados.

b) La respuesta "no sé" significa que lo que se investiga es demasiado insignificante para poderse conocer

Un suceso queda impreso en la memoria del entrevistado solamente después de que llega a adquirir cierto grado de importancia (ejemplo: preguntar si usó un determinado producto). Un "no sé" sería casi equivalente a no porque si lo hubiera usado mucho tiempo, lo recordaría.

c) Las evasivas intencionales

La forma más cortés de eludir una pregunta es decir "no sé", que en algunos casos tiene significación y en otros no. El "no sé" puede significar una evasiva intencional en el caso en que los encuestados suponen que la respuesta que den pueden ir en detrimento suyo.

Las preguntas que atañen a asuntos u opiniones personales pueden afectar ciertas inhibiciones que tienden a obstruir, o a dar cierto sesgo, a las respuestas. Existe gente que no está dispuesta a expresar sus propios pensamientos en ciertas controversias importantes.

Según Asher⁴, cuando los entrevistados se definen como indecisos puede significar cosas muy diferentes. Algunos genuinamente no pueden elegir entre diferentes opciones porque tienen información insuficiente o balanceada acerca de ellas y les es difícil decidirse.

Otros pueden saber muy poco acerca de una o algunas opciones y pueden no querer o no poder decidirse.

Finalmente los indecisos pueden ser una respuesta segura para aquellos que no quieren revelar sus decisiones al encuestador.

Una forma de tratar a los indecisos es ignorarlos. Otra forma es reportar la cantidad que existen, para suponer luego que se dividirán en la misma forma en que lo hicieron los decididos.

⁴ ASHER, HERBERT, *Polling and The Public: What Every Citizen Should Know*, Washington DC, Congressional Quarterly INC, 3ª edición.

Respecto a la inclusión de la categoría “no sé” existen dos posiciones:⁵

- la que recomienda no incluirlo como opción explícita
- la que lo ve como una categoría de respuesta legítima e incluso sostiene que se debe alentar su uso.

Celinda Lake⁶ sostiene que al incluir la categoría “no sé” la proporción de gente que la usaría aumentaría porque se está legitimando el hecho de no tener una opinión sobre el tema. Agregar esta categoría ayuda a clarificar las opiniones. Cuando la gente es alentada para dar una opinión sobre un tema sobre el que sabe poco o sobre el que no tiene opinión responde azarosamente, y su respuesta no es útil a la investigación.

No hay que olvidar la influencia que puede generar la situación de entrevista en el encuestado. El encuestador según su actitud puede favorecer una respuesta u otra.

III. ¿Contesta sin saber o sabe y no contesta?

A veces ocurre que la gente responde preguntas acerca de las cuales no tiene actitudes genuinas u opiniones, y muchas de estas respuestas son tratadas como si representaran las verdaderas opiniones del público. Esto posibilita que emerja una imagen del público que confunde.

No se hace la distinción entre gente con verdaderas opiniones o posturas sobre una cuestión y aquellos que reflejan su deseo de aparecer en la situación de la entrevista como ciudadanos informados, y suele ser difícil diferenciar ambos grupos.

Poca gente en una entrevista es capaz de admitir que no está informada, particularmente en aquellos temas acerca de los cuales los demás esperan que tengan información.

Para reducir este problema la estrategia más fácil es hacer que sea socialmente aceptable para los encuestados decir que no están familiarizados con el tema en cuestión. En este caso se saltea la pregunta.

⁵ SCHUMAN, HOWARD - PRESSER, STANLEY, “Public Opinion and Public Ignorance: The Fine Line Between Attitudes and Nonattitudes”, en *American Journal of Sociology*, Vol. 85, N° 5, marzo de 1980, págs. 1214-1225.

⁶ LAKE, CELINDA, *Public Opinion Polling*, Washington DC, Island Press, 1987, págs. 25-26.

Otra estrategia es usar preguntas de filtro o "screening questions" para diferenciar quienes tienen actitudes de quienes no las tienen.

La interpretación de los "no sabe" es complicada ya que puede significar diferentes cosas. Para algunos, "no sé" simplemente refleja la ausencia de una actitud real sobre el tema, pero para otra gente puede representar la falta de habilidad de elegir entre posiciones opuestas.

Existe también otro tipo de "no sabe". Los entrevistados pueden estar muy inseguros como para dejar una posición sentada, o pueden negarse a expresar su opinión por un fuerte sentido de privacidad o porque no quieren ofender a nadie.

Las no actitudes son más un problema del entrevistado que del instrumento de medición. Las no actitudes pueden aparecer aún cuando las preguntas estén cuidadosamente construidas.

Converse observó que al aumentar el nivel educativo de los entrevistados, se reducía la falta de respuesta (por carecer de opinión). A medida que la cuestión indagada se alejaba de los intereses y preocupaciones del entrevistado, la frecuencia de los "no sabe" aumentaba.⁷

Schumann y Presser⁸ sostienen que, contrariamente a lo que se cree, las personas más educadas fueron las que admitieron ignorancia en los casos en que no conocían el tema.

Muchas preguntas en encuestas de opinión acerca de actitudes incorporan supuestos no sólo acerca de la naturaleza de la actitud a ser medida sino también acerca de la existencia de la actitud.

Las preguntas sin filtro asumen que efectivamente existe una opinión e indagan en qué dirección se orienta. Este supuesto no traería dificultades si los encuestados dijeran que en determinados temas no tienen opinión. Pero muchas veces opinan sobre temas sobre los cuales no han pensado.

Estos autores concluyeron que:

1) Existe un porcentaje de personas que opinará sobre aquello que no conoce si la pregunta se realiza sin la opción explícita "ns/nc".

No todos los que contestan sin tener opinión, lo hacen para no admitir su ignorancia.

2) Una no-actitud es aquella en la que no hay pensamiento previo sobre el tema preguntado, aunque a veces las actitudes parecen bastante reales. Podrían llamárselas cuasi-actitudes o pseudo-actitudes.

⁷ ASHER, HERBERT, *Polling and The Public: What Every Citizen Should Know*, Washington DC, Congressional Quarterly INC, 3ª edición, pág. 36.

⁸ SCHUMAN, HOWARD - PRESSER, STANLEY, *ob. cit.*, pág. 1214.

3) Generalmente los "ns/nc" están correlacionados negativamente con la educación, pero en este caso están asociados positivamente.

4) Las preguntas de filtro deberían ser utilizadas por los investigadores que estén interesados en conocer únicamente "la opinión calificada" en determinados temas. Aquellos investigadores más interesados en la medición de actitudes subyacentes, preferirán no incluir la opción de "ns/nc".

No existe solución general al problema de qué tipo de forma de preguntar es mejor.

Se ha prestado mucha atención al problema de las no actitudes, es decir, aquellas personas que expresan opiniones pero carecen de una actitud subyacente (falsos positivos). En comparación, el potencial problema de los falsos negativos, personas con actitudes que se oponen a expresar su opinión, ha sido descuidado. Sobre este tema han trabajado Gilljam y Granberg.⁹

La categoría "no sabe" incluye falsos negativos: personas con actitudes que se contienen, al menos inicialmente, de expresarlas (suelen expresarlas en preguntas de *follow up*).

La gente que expresa nonattitudes es falsa positiva: simulan tener una actitud pero no la tienen. Son aquellas personas que carecen de actitudes subyacentes pero que sin embargo expresan una opinión si les es requerida en una entrevista.

Hay evidencia directa de que mucha gente que carece de actitudes expresa opiniones en las entrevistas.

El otro lado de la moneda es ignorado completamente. Aparte de falsos positivos o nonattitudes están los falsos negativos, es decir, gente que realmente tiene una actitud subyacente pero rechaza la oportunidad para expresarla.

La hipótesis de los autores es que existe una relación significativa entre la actitud y el comportamiento en las personas que inicialmente contestan que no saben sobre una cuestión, y luego son presionadas a tomar posición. Si esta hipótesis se cumple, tendríamos evidencia de que existen falsos negativos (pseudo no-actitudes) dentro del grupo de "no sé".

⁹ GILLJAM, MIKAEL - GRANBERG, DONALD, "Should We Take Don't Know for an Answer?", en *Public Opinion Quarterly*, Vol 57, fall, 1993, págs. 348-357.

VALIDEZ DE LAS ACTITUDES SUBYACENTES

		¿LA PERSONA EXPRESA UNA OPINION?	
		SI	NO
¿LA PERSONA TIENE REALMENTE UNA ACTITUD SUBYACENTE?	SI	Verdaderas actitudes (true positives)	Pseudo no-actitudes (false negatives)
	NO	Pseudo-actitudes (false positives)	Verdaderas no-actitudes (true negatives)

Hay varias razones por las cuales una persona con actitudes puede no querer expresarlas en una entrevista. Aquellas personas que son catalogadas como "respondentes no sé" pueden no tener una opinión articulada, estable, pero pueden tener inclinaciones.

El problema con las pseudo no-actitudes o falsos negativos es meramente académico si la categoría es menor al 5%.

Si los "respondentes no sé" no poseen actitudes, presionarlos para obtener una respuesta es un ejercicio sin sentido (y puede llegar a ser peligroso porque se puede llegar a distorsionar información).

Schuman y Presser utilizan el término "floaters" al hacer referencia a los entrevistados que responderían una pregunta estándar pero contestarían que no saben a una versión filtrada de la misma pregunta. Los floaters podrían estar expresando verdaderas no-actitudes en las versiones filtradas, pero si algunos de ellos tuviera actitudes subyacentes estarían expresando pseudo-actitudes.

Gilljam y Granberg concluyen que:

- Al intentar detectar si una persona tiene una actitud hay dos tipos de error. Alguna gente es falsa positiva: aparentan tener una actitud pero no la tienen. Otros son falsos negativos: aparentan no tener una actitud pero la tienen.

- El porcentaje de gente que en primer lugar dice no tener posición respecto de un tema y toman posición al volver a preguntar no es insignificante. Hay que reconocer que el encuestador con su persistencia puede crear falsos positivos.

- El análisis indica que existe mucha gente que responde a la pregunta inicial con un “no sé” o “no lo pensé” que tiene actitudes que no son accesibles y no “no-actitudes”.

- Cuanto más se insista en evitar las no-actitudes, es decir los falsos positivos, al incluir preguntas filtro, mayor es la posibilidad de falsos negativos y viceversa.

- Podría ayudar el hecho de rechazar los “ns/nc”: quizás sería bueno no aceptar los no sabe como respuesta.

IV. Interpretando a los indecisos en las encuestas políticas

Muraro¹⁰ define a los indecisos reales como aquellos que dicen no saber a qué partido van a votar en las próximas elecciones.

Entre las diferentes respuestas que pueden obtenerse al indagar acerca de la intención de voto, Muraro destaca a:

- los decididos que indicaron qué partido proyectan votar
- los dubitativos que podían indicar alguna preferencia final
- los dubitativos que no podían indicar alguna preferencia final
- los que “no pensaron todavía” pero podían indicar alguna preferencia final
- los que “no pensaron todavía” y no podían indicar alguna preferencia final
- el resto: no indicaron su nivel de decisión

¹⁰ MURARO, HERIBERTO, “Decididos, Indecisos, Dubitativos e Indiferentes” en *Poder y Comunicación*, Buenos Aires, Ed. Letrabuena, 1996 2ª edición, págs. 91 a 114.

Muraro caracteriza a los decididos, dubitativos e indiferentes:

	DECIDIDOS	DUBITATIVOS	INDIFERENTES
Sexo	más hombres que mujeres	más mujeres que hombres	más mujeres que hombres
Edad	más de 35 años	mayor proporción de jóvenes (crece su proporción a medida que disminuye la edad)	crecen con la edad
Educación	primaria y secundaria incompleta terciaria incompleta, terciaria completa y/o posgrado	secundaria incompleta y completa	más bajo que medio o alto
Lugar en la estructura familiar	jefes de familia	hijos y otros que no son ni cónyuge ni jefe de familia	esposas
Nivel socio-económico	C1 medio alto y medio	C1 y C2	C2 DE mala o regular
Evaluación del nivel de ingresos		muy bueno o bueno	
Grado de interés en la política	mucho	mediano	bajo
Afiliación partidaria	63%	11%	24%
Terreno más propicio	PJ	UCR	PJ

Davidzon y Spangenberg¹¹, profundizando sobre la elaboración de Muraro elaboraron una tipología que clasifica tres tipos electores indecisos. Ellos caracterizaron a los indecisos de tres modos según la instancia en que se encuentren respecto a resolución. La tipología busca clasificar las etapas que sobrellevaría un hipotético proceso de decisión.¹²

	Nombre de la etapa	Opciones que maneja
Indeciso tipo C (Muraro: indiferente)	“negador desinteresado”	no conoce opciones
Indeciso tipo B (Muraro: indeciso)	“desorientado disperso”	maneja múltiples opciones
Indeciso tipo A (Muraro: dubitativo)	“en etapa resolutive”	maneja dos opciones

Indecisos tipo C

En esta categoría, los autores colocan a quienes desconocen qué tipo de elección se llevará a cabo, así como también los candidatos y las propuestas. Se hallan desinteresados e intentan mantenerse afuera de la campaña, ya que muchos de ellos consideran inútil su voto. Se percibe en estos individuos un marcado estado de resignación. Su último voto no marca una tendencia en relación al voto futuro ni aporta información relevante. Evalúan múltiples opciones. Habitualmente su conducta puede orientarse hacia las siguientes opciones:

-
- ¹¹ DAVIDZON, FLORENCIA, SPANGENBERG, MATÍAS, *Los indecisos, expresión del malestar en la democracia?*, ponencia presentada al 1º Congreso Nacional de Ciencia Política, Córdoba, Huerta Grande, Noviembre 1993.
- ¹² Davidzon y Spangenberg plantean que este modelo permite dos lecturas:
- una lectura lineal con una secuencia irreversible: el indeciso pasa inevitablemente por cada etapa
 - un indeciso puede pasar por diferentes etapas, y no existe un punto de partida establecido.

a) voto por el mal menor: ningún partido o candidato los satisface por lo tanto eligen a quien menos les disgusta.

b) voto en blanco: expresión de rechazo al sistema

c) ausentismo electoral

Indecisos tipo B

Poseen escasa información acerca de las ofertas electorales y suelen dispersarse por la multiplicidad de opciones.

Indecisos tipo A

Se encuentran indecisos, pero su indecisión es más restringida: han limitado sus opciones a dos alternativas.

Sintetizando, se puede afirmar que, a grandes rasgos, los indecisos pueden ser:

- quienes rechazan contestar una encuesta de tipo político
- quienes no saben a quién votarán
- quienes no quieren contestar sobre su intención de voto
- los dubitativos que dudan entre 2 opciones
- los dubitativos que dudan entre más de 2 opciones
- los indecisos absolutos
- los desinteresados en la política
- quienes no votarán
- quienes votarán en blanco
- aquellos que temen responder
- aquellos que responden sin tener una actitud subyacente (puede deberse a la presión del encuestador)
- aquellos que no responden a pesar de tener una actitud excepto cuando se insiste persistentemente

V. Los indecisos y su status estratégico en las campañas electorales

El tema de los indecisos tiene una importancia evidente en los períodos pre-electorales: se presenta a los indecisos como el único problema de la

eficacia de una campaña o como el resultado exclusivo a develar para conocer anticipadamente los resultados del comicio.

Los indecisos son colocados en el centro de la escena política con un status estratégico. Es imprescindible conocer el perfil de los indecisos: quiénes son, qué quieren de los candidatos, en qué medida puede llegarse a ellos a través de los medios y la segmentación de la campaña.

Los indecisos además representan un grupo que está relacionado a la dinámica de la vida democrática y expresa múltiples relaciones dentro de ella.

Retomando la clasificación de Muraro, él sostiene que los dubitativos son la porción del electorado sobre la cual se concentran todos los esfuerzos propagandísticos de última hora de los partidos, lo cual es razonable si se aceptan algunos supuestos comunes entre los expertos en campañas:

- que los votantes corresponden en su mayoría al sector de los indiferentes
- que la porción de aquellos que concurren a votar tenderá a distribuirse entre los partidos políticos de manera similar a los decididos.

El voto de los indiferentes, si votan, será influenciado por alguien de su familia o de su grupo primario de pertenencia.

El segmento que puede revertir un proceso pre-electoral, y que por sus características sociales y culturales es "disputable", corresponde fundamentalmente al de los dubitativos, y en menor medida a los indiferentes capaces de formular preferencias.

La mayoría de los indiferentes resulta poco o nada disputables. En última instancia su conducta en el cuarto oscuro, si es que van a votar, estará determinada por los decididos.

La estrategia razonable es dirigirse ante todo a los dubitativos más que tratar de torcer la voluntad de los decididos o de movilizar a los indiferentes.

La caza sistemática del voto dubitativo dentro de un sistema fuertemente bipartidista conduce a los partidos políticos a adoptar un discurso también dubitativo. Es imposible subdividir una campaña en una serie de subcampañas dirigidas a segmentos diferentes del público que puedan resultar mutuamente contradictorias.

Los indecisos tipo C de la clasificación de Davidzon y Spangenberg son interesantes para analizar, ya que por sus características, los autores afirman que probablemente serán muy pocos quienes elijan propuestas extremas en relación a quienes elijan propuestas centristas, ya que una propuesta extrema presupone la existencia de un fuerte grado de identificación ideológica y compromiso, implican mayor necesidad de identificación ideológica y com-

promiso para apoyarlas, atributos que no suelen estar presentes entre los indecisos.

Estos autores sostienen que cuanto menor sea el número de indecisos en una elección, las propuestas no estarán centradas en atraer a los indecisos, y sus demandas ocuparán un espacio menor en el proceso electoral. Esto significa que cuanto mayor sea el número de decididos antes de las elecciones, las propuestas de los partidos tenderán a ser más homogéneas, y las posibilidades de optar serán más limitadas.

VI. Los indecisos y la política

Cuando se le pregunta a un encuestado acerca de su intención de voto, en realidad, éste no sólo responde el nombre de un candidato, sino que, implícita o explícitamente, está manifestando su forma de entender a la política y a los políticos.

Existe una tendencia creciente al descenso en la participación electoral, y cada vez más gente cree que su voto no es importante ni puede cambiar el estado de cosas.

González Toro¹³ pone de manifiesto la importancia del no votante en el escenario electoral y llama la atención acerca de la importancia de este grupo que expresa el descontento y el desencanto que le da la espalda a los partidos políticos.

Existe una tendencia la votoblanquismo y al ausentismo en los comicios, que González Toro adjudica al "síndrome del desencanto". Sostiene que "los ciudadanos encuentran cada vez menos motivaciones e identificaciones políticas por las cuales jugarse en las urnas", y esto se manifiesta a través del voto en blanco y a la inasistencia a los comicios: muchos ciudadanos toman la decisión política de no votar.¹⁴

Blanck¹⁵ sostiene que en comparación con otras elecciones, los indecisos no son más que antes. Las encuestas muestran que no son un sector homogéneo: componen un universo tan amplio como el del conjunto del

¹³ GONZÁLEZ TORO, ALBERTO, "El batacazo electoral de los desencantados", en *Clarín*, Buenos Aires, 17 de octubre de 1993, pág. 14.

¹⁴ Dentro de esta categoría se ubicarían los indecisos tipo C de la tipología de Davidzon y Spangenberg.

¹⁵ BLANCK, JULIO, "El mito de los indecisos", en *Clarín*, Buenos Aires, 17 de marzo de 1989, pág. 20.

electorado. En torno a ellos se han construido mitos y se han transformado en factores de influencia sobre las campañas presidenciales.

Tanto radicales como peronistas dirigen sus esfuerzos a captar a los indecisos. Esto se contrapone a la idea que ambos partidos comparten, de que no es posible hacer una campaña específica dirigida a los indecisos, justamente por la inespecificidad de esa fracción del electorado. Los indecisos parecen ser tan inasibles para las campañas electorales como decisivos para una elección.

Uno de los mitos más divulgados es aquel que sostiene que los indecisos son ciudadanos extremadamente reflexivos que manejan un importante bagaje de información política y que a partir de ciertos intereses puntuales definirán su voto mayoritariamente en una misma dirección, al cabo de un complejo proceso racional. Esto incluye tácitamente la pertenencia a un determinado sector social y una visión común sobre el papel del estado, la economía y la opinión sobre la clase política.

En cuanto a la composición de los indecisos las encuestas señalan que hay algo más de mujeres que de hombres, que las diferencias de edad resultan poco significativas (aunque hay una mayor proporción entre los jóvenes menores de 30) y se distribuyen casi igualitariamente en los niveles socioeconómicos con ligera prominencia entre los sectores medios y bajos con instrucción primaria completa y secundaria.

Acerca de la actitud ante los problemas del país los indecisos se vuelcan tanto hacia el PJ como la UCR.

González Toro muestra que en 1993 el 27,5% del padrón electoral optó por el voto en blanco y la abstención: son ciudadanos que le dieron la espalda a los partidos políticos.

En la última década ha crecido la tendencia al votoblanquismo y al ausentismo en los comicios. Esta situación es designada como el "síndrome del desencanto".

Históricamente el 14,8% de los argentinos ha preferido abstenerse (incluye a quienes no votan por motivos estructurales o de fuerza mayor). El voto en blanco tiene una media histórica del 3,5%, aunque en 1991 rozó el 5%.

En los dos últimos años ha aparecido un nuevo no votante en escena: el ausentismo relativo, son aquellos que rechazan las propuestas electorales.

Este ausente sin aviso aparece en cada coyuntura electoral y responde al mal político de la época: son quienes tomaron la decisión política de no votar.

PARTICIPACIÓN ELECTORAL Y VOTO EN BLANCO EN LAS ELECCIONES NACIONALES

ELECCIONES NACIONALES	PARTICIPACIÓN ELECTORAL	VOTO EN BLANCO
1983	85,61%	2,7%
1985	83,77%	1,9%
1987	84,59%	2,5%
1989	85,34%	2,6%
1991	80,35%	5,8%
1993	79,70%	5,1%
1994	77,5%	6,0%
1995	80,2%	5,3%

SEGMENTACIÓN POR SIMPATÍAS ELECTORALES INCREMENTO DEL ELECTORADO INDEPENDIENTE Y APOLÍTICO

Simpatías partidarias	AÑOS				
	1987	1988	1990	1992	1994
PJ	19%	23%	18%	21%	20%
UCR	18%	8%	10%	12%	9%
Derecha	7%	7%	4%	5%	3%
Izquierda	7%	5%	6%	5%	7%
Indefinidos	32%	26%	28%	25%	21%
Apolíticos	17%	31%	34%	32%	40%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Mora y Araujo, Noguera y Asociados

Nos encontramos frente a lo que Fara¹⁶ llama desregulación del electorado que se caracteriza a grandes rasgos por:

- la fragmentación del voto: tendencia al desdibujamiento del bipartidismo que beneficia a partidos chicos y a agrupaciones provinciales.

- incremento de la apatía electoral: aumento del voto en blanco y de la abstención.

- incremento del electorado independiente y apolítico: progresivo crecimiento de votantes a los que no les interesa la política o que no se sienten identificados con ninguna expresión partidaria.

Los indecisos son una de las formas de expresión mediante los sondeos de la opinión pública de la desregulación del electorado, señalando el aumento del electorado apolítico y de la apatía electoral.

VII. A modo de conclusión

¿Por qué se niegan a contestar los indecisos? El sentido común nos dice que, en el caso de la intención de voto sucede porque el elector no sabe en el momento de ser interrogado a quién va a votar.

¿Existen respuestas de votantes que inventan o tergiversan su intención de voto? ¿Son realmente indecisos o algunos de ellos son decididos que no quieren dar a conocer su intención?

Davidzon y Spangenberg consideran a los indecisos como síntoma del malestar en la democracia, pero no son un reflejo del malestar en la democracia en tanto no posean una definida valoración negativa de la misma. Tienen opiniones críticas respecto a los partidos, los candidatos y las campañas electorales.

El tema de los indecisos puede ser analizado, a grandes rasgos, desde dos ópticas diferentes, aunque complementarias:

a) Estudio metodológico o analítico del tema

Este enfoque analiza la forma de tratar metodológicamente a quienes no saben o no contestan e intenta que las respuestas de los entrevistados sean registradas en los cuestionarios con la mayor fidelidad posible.

Desde este punto de vista, para que exista una mayor correspondencia

¹⁶ FARA, CARLOS, *La desregulación del electorado en la Argentina: ejes para el debate*, mayo 1995, mimeo, págs. 4-5.

entre las actitudes y opiniones de los encuestados y sus respuestas, podrían adoptarse algunas de las siguientes medidas:

- no forzar respuestas del entrevistado
- decidir antes de realizar un estudio de opinión pública, qué tipo de información es relevante:
 - si se quiere captar la opinión calificada (por lo tanto, se desechan las opiniones de quienes no son expertos)
 - si se quiere lograr que todos los encuestados se definan sobre un tema determinado, sin importar cuán informados estén (con el riesgo de forzar respuestas)
 - si se quiere representar con la mayor fidelidad las opiniones de los entrevistados
 - si ayuda a los fines del estudio poder distinguir quiénes no saben y quiénes no contestan
- incluir en las fichas técnicas de las encuestas el porcentaje de personas que se negó a contestar la encuesta (los rechazos pueden ser entendidos como expresión de la indecisión)
 - no desesperarse por reducir la categoría “no sabe/no contesta”, sino ocuparse de poder entenderla e interpretarla (mejorar la técnica de preguntar)

b) Estudio de las consecuencias políticas de los indecisos para el sistema institucional

Los indecisos pueden ser estudiados como expresión del desencanto con la política. Desde esta óptica, los indecisos pueden:

- reflejar el desinterés o la apatía en la política
- representar la desregulación del electorado, mediante un aumento de apatía electoral y del electorado independiente y apolítico
- mostrar en determinados contextos políticos el temor a opinar sobre estas cuestiones

Desde esta misma óptica, los indecisos representan aquella porción del electorado sobre la cual es posible trabajar en una campaña electoral, por lo tanto, poseen un valor estratégico fundamental, ya que todos los partidos intentarán disputarse a estos votantes.

En este caso no son los investigadores de opinión pública quienes deben mejorar sus métodos, sino que son los políticos y el sistema político en general

quienes deberían responsabilizarse por quienes han perdido confianza en la política o quienes no encuentran opciones atractivas con las cuales se sientan identificados.

Es necesario tener en cuenta que los indecisos, analizados desde la óptica de los estudios de opinión pública, son captados mediante entrevistas. Por lo tanto la forma de interrogación utilizada es fundamental, ya que implica siempre una transacción entre dos extremos: aumentar la confiabilidad de los datos tomando sólo en cuenta las opiniones "en firme" (de esta manera se incrementa la tasa de indecisos) o reducir los indecisos incorporando a quienes no se hallan del todo decididos, restando de esta forma confiabilidad a la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- ASHER, HERBERT, *Polling and The Public: What Every Citizen Should Know*, Washington DC, Congressional Quarterly INC, 3ª edición, págs. 25 a 41 - 123 a 125.
- BLANCK, JULIO, "El mito de los indecisos", en *Clarín*, Buenos Aires, 17 de marzo de 1989, pág. 20.
- BRADBURN, NORMAN, SUDMAN, SEYMOUR, *Polls and Surveys. Understanding What They Tell Us*, San Francisco, Josey-Bass Inc., 1988.
- CRESPI, IRVING, *Pre Election Polling: Sources of Accuracy and Error*, New York, Russell Sage Foundation, 1988.
- DAVIDZON, FLORENCIA, SPANGENBERG, MATÍAS, *Los indecisos, expresión del malestar en la democracia?*, ponencia presentada al 1º Congreso Nacional de Ciencia Política, Córdoba, Huerta Grande, Noviembre 1993.
- FARA, CARLOS, *La desregulación del electorado en la Argentina: ejes para el debate*, Mayo 1995, mimeo.
- GILLJAM, MIKAEL, GRANBERG, DONALD, "Should We Take Don't Know for an Answer?", en *Public Opinion Quarterly*, Vol 57, fall, 1993, págs. 348-357.
- GONZÁLEZ TORO, ALBERTO, "El batacazo electoral de los desencantados", en *Clarín*, 17 de octubre de 1993, pág. 14.
- LAKE, CELINDA, *Public Opinion Polling*, Washington DC, Island Press, 1987.
- MURARO, HERIBERTO, "Decididos, Indecisos, Dubitativos e Indiferentes", en *Poder y Comunicación*, Buenos Aires, Ed. Letrabuena, 1996 2ª edición, págs. 91 a 114.

SIERRA BRAVO, RESTITUTO, "La no respuesta", en *Técnicas de Investigación Social*, Madrid, Editorial Paraninfo, 1994.

SCHUMAN, HOWARD, PRESSER, STANLEY, "Public Opinion and Public Ignorance: The Fine Line Between Attitudes and Nonattitudes", en *American Journal of Sociology*, Vol. 85, N° 5, marzo de 1980, págs. 1214-1225.

ZEISEL, HANS, "Manera de tratar las contestaciones de no sé y la falta de respuesta" en *Dígalo con números*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974.