

La no respuesta a la autoubicación ideológica: una distribución social del silencio

The non-response to ideological self-placement: a social distribution of silence

Edorta Camino^{1, a}

¹ Universidad del País Vasco/ EHU, Bilbao , España

^a ✉ edortagune@hotmail.com

Recibido: 06 Mayo 2021; Aceptado: 09 Febrero 2022

Resumen

El presente trabajo trata la cuestión de la incidencia de la *no respuesta* (no sabe/no contesta) en la variable sobre la autoubicación ideológica planteada en las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). El estudio busca encontrar el perfil de las personas que optan por esa opción de no respuesta ante el *continuum* dicotómico entre ser de ideología de izquierdas o de derechas. A través de un análisis estadístico de regresión logística binaria, el trabajo inquiriere si, detrás de este silencio, existe una proporción mayoritaria de personas que poseen una ideología apolítica y/o que se abstienen en las elecciones electorales. Un silencio, además, que se da con más frecuencia entre los colectivos menos favorecidos por el sistema económico mundial: mujeres, ancianos, obreros, campesinos y personas con estudios primarios.

Palabras clave: autoubicación ideológica; posicionamiento ideológico; no respuesta; regresión logística.

Abstract

This paper analyzes the incidence of non-response (don't know/no opinion) in the variable on ideological self-study raised in the surveys of the Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). The study seeks to find the profile of people who opt for this option of silence in the face of the dichotomous continuum between having left wing or right wing ideology. Through a statistical analysis of binary logistic regression, the work asks if behind this silence there is a majority proportion of people who have an apolitical ideology and/or they abstain in the electoral elections. A silence, moreover, that occurs more frequently among groups less favored by the world economic system: women, the elderly, workers, peasants and people with primary education.

Keywords: ideological self-assessment; ideological; position; no response; logistic regression.



1. INTRODUCCIÓN

El principio aristotélico presupone al ser humano como un animal político por naturaleza, posicionado dentro de unas categorías y estableciendo unas taxonomías, donde los diferentes grupos o taxones políticos presentan unas características derivadas de su mayor o menor grado de politización (Aristóteles, 2005). Algunos individuos son más proclives a la participación política o a la manifestación pública de su ideología. Otros, en cambio, aun teniendo esa naturaleza política, son menos elocuentes en sus posicionamientos políticos y se mantienen distantes a la cotidianeidad de la actividad política.

La ideologización política supone una “variable explicativa” (Calderón y Espinoza, 2006) de las consecuencias sociales del fenómeno social de la politización. Esta ideología política de la sociedad produce una cartografía asociada que identifica y posiciona las diferentes posturas políticas, las ideologías subyacentes y las actitudes sociopolíticas derivadas, tanto en el aspecto colectivo como en el individual. De tal manera que, siguiendo la naturalidad del ser político (Campillo, 2014), un individuo puede autoposicionarse o autoubicarse en el mapa ideológico y político respecto de los referentes ideológicos y actitudinales contemporáneos y, por este posicionamiento, sentirse identificado con los argumentos ideológicos y prácticos de una determinada ideología política.

Una de las mediciones estereotípicas utilizadas para el conocimiento de la autoubicación ideológica, es decir, la propia percepción personal de en qué lugar del espectro político nos situamos, es la aplicación de un *continuum* o una escala ideológica numérica que permita posicionarse entre los opuestos dicotómicos de izquierda y de derecha.

Ante la cuestión de cómo autoposicionarse dentro de una determinada ideología política, un individuo puede ubicarse en alguna categoría que defina su propia ideología política en relación con unos modelos establecidos. La escala de valores ideológicos que establece una persona ante su propia forma de pensar ordena la autoubicación ideológica de manera lineal, es decir, el posicionamiento que se establece entre los extremos ideológico-políticos en una escala de valores que van desde las posturas ideológicas más radicalmente de izquierdas y las de derechas. Ser un individuo de izquierdas o de derechas y autoposicionarse en algún lugar de la escala conlleva la asunción de unas ideas políticas que correspondan con, subjetivamente, la autoubicación ideológica en un momento concreto dentro del proceso de socialización y participación política (Dahl, 1971; Benedicto, 1995; Downs, 1998).

La cuestión que se tratará de dilucidar en este artículo es analizar los casos en que, en las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas, una serie de individuos no dan una respuesta (o no saben) a la pregunta de qué grado de autoubicación ideológica poseen. De algún modo, ¿son individuos que se mantienen en una exclusión ideológico-política respecto del resto del colectivo?, ¿no tienen ideología política?, ¿no participan en las elecciones?, ¿están excluidos del sistema político?, ¿influye alguna variable sociodemográfica en este silencio ideológico?, en definitiva, ¿quiénes son estas personas que se mantienen en silencio o al margen de la ideología política?

Siguiendo a Passeron, “los silencios sociales —o si se prefiere, la distribución social del silencio— no se pueden explicar sino por lo social, es decir por la distribución de otras propiedades sociales” (Passeron, Porto y de Singly, 1982: 89). Y en este sentido, a través de un análisis dicotómico y de regresión logística binaria, se tratará de dilucidar cuáles son esas “propiedades sociales” o factores que intervienen en la relación entre el silencio de las encuestas y la ideología política subyacente de ese colectivo silencioso.

2. LA MEDICIÓN DEL POSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO MEDIANTE LA AUTOUBICACIÓN IDEOLÓGICA

2.1. La polarización de la ideología izquierda-derecha

El concepto de ideología es muy amplio y aplicado en diferentes disciplinas. La ideología es una concepción del mundo (Ricoeur, 1989; Parenteau y Parenteau, 2017), un sistema de creencias que articula la manera en que se concibe el cambiante contexto sociocognitivo donde habitamos (Van Dijk, 2005 y 2016; Lloret, Lledó, Nieto y Aldeguer, 2009) y representa el trasfondo axiomático de las “representaciones sociales compartidas por un grupo social” (Van Dijk, 2005: 46). La ideología constituye, según la Real Academia Española, un conjunto de ideas sobre la realidad social, política, cultural, económica o religiosa. Con lo que se puede constatar la amplitud etimológica del término.

En cuanto al conjunto de ideas sobre cómo se piensa la realidad sociopolítica, una de las clasificaciones más utilizadas y sintéticas consiste en la diferenciación entre ideologías de izquierda e ideologías de derecha (Alaminos, 2010; Goldthorpe, 2012; Cano Espiñeira, 2015; Todosijević, 2016), entendidas como “dos concepciones de vida, una favorable al cambio y la otra de dejar las cosas como están” (Díez Medrano, García-Mon y Díez Nicolás, 1989: 38). Por lo tanto, ser una persona ideológicamente de izquierdas o de derechas conlleva una serie de connotaciones que cada individuo ha ido conformando socialmente (Benedicto, 1995). Esta cosmovisión de la realidad sociopolítica ha sido construida a partir de una educación política, de una socialización de las ideas o, dicho de otro modo, de una ideologización de las personas a partir de la construcción del ser social y político en los contextos socioculturales locales y globales. Como seres sociales, somos individuos políticamente contruidos e ideológicamente educados, ya que “no hay pensamiento humano [...] que esté inmune a las influencias ideologizantes de su contexto social” (Berger y Luckmann, 2003: 22).

No obstante, cuando se le pregunta a una persona cuál es, a su modo de ver, la posición de su propia ideología política, si se considera de izquierdas o de derechas, quizá esa persona pueda autoevaluarse y decidir si se ajusta a una categoría o a otra. Esta rápida decisión de su ubicación política es lo que se considera como la polarización de la ideología política o el dilema intelectual de elegir entre la dicotomía de ser de uno u otro “bando” ideológico. Para esa persona, definirse como de izquierdas o de derechas conllevará tanto un “significado descriptivo” como un “significado emocional” (Bobbio, 1996: 34) y, al mismo tiempo, cognitivo (Van Dijk, 2005). Este posicionamiento no es un proceso mecánico y unilateral: entraña una dialéctica entre la auto-identificación y la identificación que hacen los otros, entre la identidad política objetivamente atribuida y la que es subjetivamente asumida (Berger et al., 2003).

La polarización de la ideología política entre izquierda-derecha es una “metáfora” (Lorente, 2019: 21), una simplificación de la realidad (Bobbio, 1996) y este sentido de pertenencia a una o a otra ideología proyecta un significado individual y colectivo. Según Van Dijk (2005), estas ideologías políticas polarizadas se elaboran a partir del discurso político. Este discurso político se impregna en la sociedad y va comenzando a producirse un aumento en la autopercepción positiva de la ideología personal, es decir, un “énfasis a *nuestras* cosas buenas y *sus* cosas malas, y restando énfasis a *nuestras* cosas malas y *sus* cosas buenas” (Van Dijk, 2005: 45) o, como aprecia Bobbio: “quien pertenece a una de las alineaciones tenderá a definir su propia parte con palabras axiológicamente positivas y la otra, por el contrario, con palabras axiológicamente negativas” (1996: 99). Por lo tanto, la persona que responde sobre su pertenencia a uno u otro polo también proyecta unos “significados” sobre su propia ideología y la del *otro* colectivo político.

En este sentido, el trabajo de Bauer y sus colaboradores (Bauer, Barberá, Ackermann y Venetz, 2017) establece una nomenclatura asociada a cada uno de los extremos de la “díada” izquierda-derecha (Bobbio, 1996). Del estudio realizado, surgen diferentes aspectos de cómo se define esa percepción de la otredad política o de la nomenclatura asociada a cada una de las dos ideologías contrapuestas en el paisaje social germano. En este contexto, surgen palabras que reviven la historia y el bagaje cultural de este país. Aparecen conceptos asociados a la ideología de “izquierda” en cuanto al carácter sociopolítico: *comunismo, socialismo, social, libertad, igualdad, redistribución*. Por otro lado, el concepto de “derecha” contiene una cantidad algo mayor de palabras asociadas y afloran conceptos sociopolíticos como *nazi, neonazis, extrema derecha, nacional-socialismo, xenofobia, violencia, racismo, intolerancia, radicalismo, nacionalismo, dictadura o fascismo*. Además de las siglas *NPD*, correspondientes al partido alemán con una orientación cercana a la extrema derecha más radical (Bauer et al., 2017: 566).

La cuestión de la escala ideológica no es baladí en el escenario político. La teoría espacial electoral establece que una persona puede ser representada en unas coordenadas según su ideal político y que ese posicionamiento en el mapa ideológico se relaciona con la elección del candidato “cuya posición política es más cercana a la suya propia” (Rabinowitz y Macdonald, 1989, citado por González, García y Arocena, 2014: 61). Según esta lógica, se da la circunstancia empírica de una “relación inversa entre dicha distancia ideológica y la probabilidad de que el ciudadano vote por un candidato o partido político” (González et al., 2014: 69), en la cual el electorado votará al partido que se encuentre lo más cercano a su ideología política (Fernández-Albertos, 2018).

En este sentido, la autoubicación ideológica se presenta como la variable relevante en el estudio y será el instrumento de medida que vertebrará el análisis de los datos. Según Llopis-Goig, “las actitudes políticas tienen una elevada influencia sobre el sentido del voto” (2006: 56) y, así mismo, el posicionamiento ideológico de las personas encuestadas supone un “enorme impacto” y una “gran influencia” en la intención de voto con respecto a otras variables como pueden ser la confianza en el gobierno, en los partidos políticos o la simpatía política (Llopis-Goig, 2006: 56). Aun así, la predicción de la intención de voto se vería mejorada por la inclusión de otras variables discriminantes que dieran una multidimensionalidad (Varela, Braña, García, Rial y Vázquez, 1998; Llopis-Goig, 2006), ya que “el aspecto ideológico de los partidos no se restringe a una sola posición en la escala ideológica” (Varela et al., 1998: 286).

2.2. La escala ideológica entre los dos extremos: los barómetros del CIS

Por otro lado, otros estudios tratan de ampliar la dicotomía izquierda-derecha, extendiendo el sentido dialéctico del análisis de los opuestos confrontados. La observación del posicionamiento ideológico, mediante una escala de 1 a 10, permite que ese eje axial presente diferentes puntos intermedios entre estos dos extremos. De tal manera que la elección de la propia percepción de la ideología política sea, de alguna baumaniana manera, más líquida y supere, en contra de lo que expuso Bobbio (1996), la lucha de los opuestos hacia una visión “triádica” o, incluso, “multiádica” (Bobbio, 1996: 54-56).

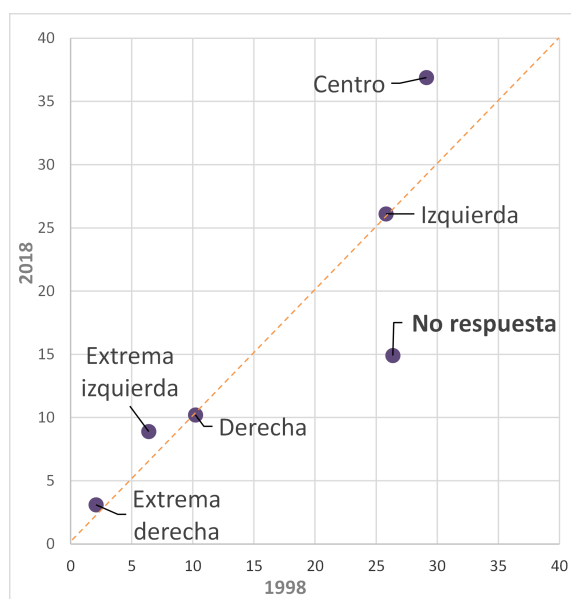
El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) publica los resultados de una serie temporalmente prolongada de encuestas de opinión, conocidas como “barómetros”. Como su nombre indica, el barómetro es una herramienta de medida de la sociedad española y, desde principios de los años 80, recoge datos sobre infinidad de cuestiones que se realizan a

diferentes muestras de la población española. Entre ellas, una de las preguntas que se realiza trata sobre el posicionamiento ideológico dentro de esta escala o *continuum* no polarizado, inicialmente, y donde los individuos se autoposicionan ideológicamente en ese rango de 1 a 10. Así mismo, la gradación se puede simplificar en diferentes categorías según el rango del sumatorio de las posiciones elegidas en la escala (CIS, 1986: 270):

- Extrema izquierda: posiciones 1 y 2 de la escala.
- Izquierda: posiciones 3 y 4.
- Centro: posiciones 5 y 6.
- Derecha: posiciones 7 y 8.
- Extrema derecha: posiciones 9 y 10.

Siguiendo esta categorización, podemos comparar las respuestas a la autoubicación en la escala ideológica y, así mismo, el cambio ideológico que se ha podido propiciar en los últimos años. Utilizando el cálculo de las medias de las respuestas sobre la posición ideológica en los barómetros de 1998 y 2018, se advierte una evidente transición de la sociedad española hacia la centralidad ideológica (Gráfico 1). En cambio, los posicionamientos de los sectores de derecha e izquierda se mantienen, aproximadamente, en las mismas proporciones. No obstante, se detecta un pequeño incremento en las posiciones de las ideologías extremas. Entre ellas, la ideología de extrema izquierda es la que más aumenta su proporción en los últimos veinte años y pasa de un 6,39% a un 8,9% de la población. La extrema derecha, en cambio, aumenta ligeramente, con un 1,1% respecto del 2,08% de finales del pasado siglo. Los encuestados que no responden a la pregunta sobre la autoubicación ideológica han ido reduciendo su proporción y han pasado de un 26,37% a un 14,9%. Aun así, la no respuesta obtiene un tercer lugar en la opción de respuesta de las encuestas durante el 2018, con lo que se evidencia una dificultad a la hora de analizar fehacientemente el posicionamiento ideológico de la población.

Gráfico 1. Evolución de la autoubicación ideológica.



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

El sentido de la investigación está encaminado hacia este fenómeno de la no respuesta, ya que puede tener consecuencias en la predicción de los resultados electorales (EUSTAT, 2008; Díaz de Rada, 2013). La relación de las no-respuestas parciales en la variable sobre la autoubicación ideológica con otras variables independientes permitirá, como decía Passeron, “encontrar la heterogeneidad que se oculta detrás de la falsa homogeneidad de una «modalidad» como la no-respuesta” (Passeron et al., 1982: 87). Es decir, dar respuesta a la incógnita de cuál es el perfil del individuo que responde con un *no sabe/no contesta* al posicionamiento ideológico. La pregunta que nos lleva a hacernos al comprobar esta ausencia en la respuesta a la autoubicación ideológica es la de conocer quién se encuentra detrás de esa opción, qué perfil de individuos rechaza responder a este posicionamiento mediante alguna de las opciones de no sabe/no contesta. ¿Realmente no tienen ideología? ¿o no saben cuál es?, ¿acaso están inmunes a “las influencias ideologizantes de su contexto social” (Berger et al., 2003)? Y, por ello, ¿no se posicionan favorablemente con ninguno de los arquetipos que identificaron Bauer y sus colaboradores (2017)?

3. EL SILENCIO EN LAS ENCUESTAS: LA “INOPORTUNA” OPCIÓN DE LA NO RESPUESTA

En el libro *La espiral de silencio*, Noelle-Neumann expone que “la lengua se suelta cuando uno se siente en armonía con el espíritu de la época” y que, “independientemente del asunto de que se trate y de la intensidad de la convicción, algunas personas son más propensas a hablar y otras a quedarse calladas” (Noelle-Neumann, 1995: 23). La cuestión de las personas que se mantienen en silencio cuando se les realiza una encuesta, bien sea personal, telefónica u online, condiciona el análisis de los resultados. Las preguntas “no respondidas” suponen la ocultación de una parte de la información en la muestra de la población consultada.

Se consideran preguntas no respondidas a aquellas en las que las personas encuestadas escogen “no sabe” o “no contesta” como opción de respuesta. Esta situación es denominada “no respuesta parcial”, ya que únicamente se utiliza este modo de elección en alguna o algunas de las preguntas del cuestionario (Morales, 2000).

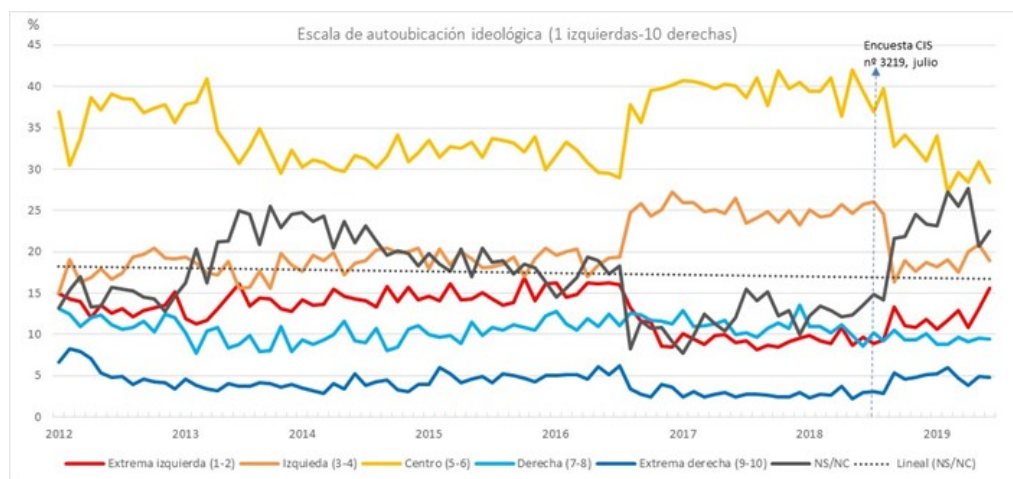
Una no respuesta que, por una parte, puede interpretarse como otra forma de contestar o de reaccionar ante la pregunta del cuestionario (Cruz Cantero, 1990; Passeron et al., 1982). En un estudio ya clásico, François de Singly (Passeron et al., 1982) expone algunas claves para la comprensión de esta no respuesta. De Singly sustenta que este tipo de no respuesta o “silencio voluntario” refleja “la interiorización de una dominación social” (Passeron et al., 1982: 113), la cual excluye a mujeres, obreros, agricultores y a personas con un nivel educativo primario. Pero no es un silencio que remita a una “impotencia social” de incapacidad para responder a una pregunta del cuestionario, sino que supone un “mecanismo de protección de su identidad”, “una resistencia a que se divulguen pensamientos, comportamientos, saberes que son privados y que no deben dejar de serlo” (Passeron et al., 1982: 115) y “una técnica defensiva” para evitar perder el prestigio ante el entrevistador (Passeron et al., 1982: 122).

“Para demasiados sociólogos, el silencio a las preguntas que plantean parece descalificar, en un rebaño de bárbaros, a los entrevistados silenciosos: se les pone fuera de porcentaje, se les trata en distribuciones o en función de índices apresurados, o se les arrincona en notas o en apéndices. Para qué podrá servir la curiosidad sociológica si no indujera a encontrar la heterogeneidad que se oculta detrás de la falsa homogeneidad de una «modalidad» como la no-respuesta [...]. La no respuesta no es una alternativa como las demás, pero tampoco una modalidad menor o una no-modalidad: es el lugar de encuentro y de

confusión de todas aquellas alternativas de respuesta que la formulación de una pregunta o el lenguaje de una interrogación excluye de hecho o de derecho". (Passeron et al., 1982: 87).

Esta población silenciosa requiere un interés especial, ya que, por un lado, como se aprecia en el **Gráfico 2**, su número va en aumento en los últimos años (Díaz de Rada, 2001) (en mayor medida, la opción de "no contesta") y, por otro lado, esa proporción de los encuestados que se niegan a responder puede suponer una estimación errónea de los resultados de las encuestas y generar sesgos (EUSTAT, 2008; Díaz de Rada, 2013), si es que realmente ocultan una intencionalidad, en lugar de un *no sabe/no contesta*. Sobre todo, teniendo en cuenta que en el barómetro del CIS nº 3219 de julio del 2018, esta opción de no respuesta en la variable de la Escala de autoubicación ideológica (P18) suponía el 17,59% de la muestra o en la de Intención de voto (P16R) obtenía el 19,88%. Con lo cual, el resultado de unas hipotéticas elecciones podría verse condicionado por la participación de esta creciente masa social indecisa o "borrosa", como la denomina Cruz Cantero (1990).

Gráfico 2. Evolución temporal de la serie de autoubicación ideológica, 2012-2019.



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

En los últimos años, se han incrementado los análisis para reducir el efecto de la no respuesta mediante la aplicación de diferentes técnicas estadísticas. La no respuesta adquiere unos porcentajes demasiado elevados y el cálculo matemático de los valores ausentes o perdidos de esta masa "problemática" (Francis y Busch, 1975; Vives, Ferreccio y Marshall, 2009; Díaz de Rada, 2015) se obtiene a través de diversos tratamientos: análisis de regresión logística, ponderación, calibración o, así mismo, la utilización de la imputación múltiple (Varela et al., 1998; Morales, 2000; Rubin, 2004; EUSTAT, 2008; Cabrera-Álvarez y Escobar, 2019). Por lo que, con la utilización de estos cálculos, se consigue mejorar la fiabilidad de los resultados de las encuestas y compensar el alto coste de estas. Como si de un polígrafo se tratará, el silencio del porcentaje de las no respuestas es sustituido por un número ponderado. La opción del no sabe/no contesta se reprograma para obtener un guarismo ajustado y funcional. El cálculo estadístico da voz a cierta parte del colectivo que silencia su opinión voluntariamente y descubre su "identidad" en las encuestas, aunque su intención inicial no fuera informar sobre su opinión. Por otro lado, han aumentado las estrategias para reducir la tasa de no respuesta promoviendo la colaboración de los entrevistados mediante ciertas actuaciones (Díaz de Rada, 2001; Cea D'Ancona, 2005).

En líneas generales, aquellas personas que se muestran reacias a exponer su respuesta y son más “problemáticas” para el análisis de las encuestas reúnen unas características heterogéneas. Socialmente, este colectivo está compuesto por un grupo de personas con una tipología determinada que escapa del “control” de los encuestadores. Según [Cea D’Ancona \(2005\)](#), existe cierto disenso a la hora de encontrar un perfil homogéneo del no respondiente, aunque algunos autores confirman que la reticencia a no responder puede provenir, en general, de diferentes sectores: mayores de 65 años, mujeres, con bajos estudios y que se dedican al trabajo doméstico o estudian (Díaz de Rada, 2015: 13). Unas características que actualizan, en cierto modo, los análisis de [Passeron y colaboradores \(1982\)](#). Por su parte, [Michelat y Simon \(1982\)](#) afirman que el nivel de la práctica política de un individuo depende principalmente del estatus social y cultural. Los individuos con más nivel de ingresos o con mayor nivel de estudios son más proclives a expresar sus opiniones políticas.

4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

4.1. Objetivo e Hipótesis

Objetivo general: establecer el perfil de las no respuestas en función de los factores de las personas que no responden (no saben o no contestan) a la variable de autoubicación ideológica como instrumento de medida escogido.

Hipótesis 1: las no-respuestas a la autoubicación ideológica se relacionan con factores sociodemográficos y educativos (variables analizadas: edad, sexo y nivel de estudios), donde la mujer, los jóvenes y las personas sin estudios pasan a un segundo plano y mantienen un mayor silencio ([Passeron et al., 1982](#); [Díaz de Rada, 2015](#)).

Hipótesis 2: las no-respuestas a la autoubicación ideológica se relacionan con factores socioeconómicos (variables analizadas: estatus social, actividad económica), donde los colectivos con mayor estatus social y económico responden con mayor frecuencia a la pregunta sobre su ideología ([Passeron et al., 1982](#); [Michelat y Simon, 1982](#); [Goldthorpe, 2012](#); [Díaz de Rada, 2015](#)).

Hipótesis 3: las no-respuestas a la autoubicación ideológica se relacionan con factores sociopolíticos (variables analizadas: recuerdo de voto 2016, simpatía por partidos políticos, autodefinición de su ideología), en el cual las personas que no responden mantienen posturas de indiferencia o apatía política ([Llopis-Goig, 2005](#); [González et al., 2014](#); [Alaminos, 2010](#); [Cano Espiñeira, 2015](#)).

4.2. Fuentes de datos y metodología

Para la elaboración del estudio, se han utilizado los datos del barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), concretamente la encuesta número 3.219 realizada por esta entidad pública durante el mes de julio del año 2018 a una muestra de 2.485 personas de toda España. La elección de esta encuesta se debe a un periodo de cierta estabilidad en los barómetros durante el año anterior ([Gráfico 2](#)), esencialmente en la pregunta sobre la “Autoubicación en la Escala Ideológica”. Esta variable es utilizada como instrumento de medida y se encuentra en la pregunta 18 del cuestionario, en la cual las personas entrevistadas se posicionan en una escala de 1 (total ideología de izquierdas) a 10 (total ideología de derechas). La variable ha sido recodificada dicotómicamente entre aquellas

personas que responden o no responden a esta pregunta 18, y supone la variable dependiente del estudio.

Tras un análisis previo de las variables situadas en la matriz de datos mediante la elaboración de diferentes tablas cruzadas, se han considerado una serie de variables relevantes que suponen un modelo operativo del fenómeno de la no respuesta parcial. La elaboración de las tablas cruzadas o de contingencia han sido contrastadas mediante el análisis del estadístico Chi-cuadrado de Pearson (χ^2), llegando a advertirse evidencias significativas en todas las asociaciones entre la variable dependiente y las variables independientes del modelo, individualmente.

Mediante este procedimiento de selección entre la diversidad de variables existentes, se han elegido una serie de ellas como potencialmente útiles para la explicación de la no respuesta, según sus características: 1) sociodemográficas y educativas (Sexo, Edad y Nivel de estudios); 2) socioeconómicas (Estatus y Rama de actividad económica); y, finalmente, 3) sociopolíticas (Voto-Simpatía política y Autodefinición ideológica). Estos tres grupos de variables han sido recodificados, agrupando los datos en un número menor de categorías, esencialmente nominales y ordinales, con el fin de “adoptar un esquema teóricamente más eficiente” (Pavía y Larraz, 2012: 139).

Estas transformaciones han sido las siguientes:

- La variable edad ha sido reducida a tres categorías: Jóvenes < 29 años; Adultos 30-64 años; Jubilados > 65 años.
- El Nivel de Estudios ha pasado de quince categorías a tres: Básicos, Medios y Universitarios.
- El Estatus socioeconómico ha sido agrupado en tres categorías: Alta, Media, Obrera, de las cinco categorías de la encuesta.
- La rama de Actividad se ha mantenido en las cuatro categorías iniciales: Agricultura, Construcción, Industria y Servicios.
- El Voto y/o la Simpatía en supuestas elecciones generales, de las veinte opciones iniciales, se han reagrupado en nueve categorías: PP, PSOE, Podemos, C's, Regionalista (partidos vascos, catalanes y canarios), Otros (suma de minoritarios), Nulo y en Blanco, No Sabe o No Contesta (NS/NC) y, finalmente, las personas que No votarían.
- La Autodefinición de la ideología política también ha sido recodificada y, de las catorce iniciales, han formado ocho categorías: Conservador, Liberal, Progresista, Comunista, EcoFem (Ecologista y Feminista), Apolítico, Otras respuestas más Nacionalistas (Otros+Naci) y, finalmente, el grupo de No sabe o No Contesta (NS/NC).

Posteriormente, una vez seleccionadas y preparadas las variables independientes, se ha procedido a la ejecución del cálculo mediante la aplicación de la regresión logística binaria con el objetivo de proceder al contraste de hipótesis. Las variables que no obtienen un 0,05% de significación son descartadas y se realiza un reajuste del modelo con las que sí admiten el contraste.

5. LA NO RESPUESTA A LA AUTOUBICACIÓN IDEOLÓGICA: ¿COLECTIVOS SILENCIOSOS O DESPOLITIZADOS?

A través de la propuesta o pregunta de investigación que vertebra el estudio sobre quiénes son aquellas personas que no responden ante la pregunta de la autoubicación ideológica, el análisis comienza con una descripción estadística sobre la base de datos del CIS.

En un inicio, las variables explicativas refieren una serie de particularidades en torno a la no respuesta dada en la variable sobre la autoubicación ideológica de la muestra. En este sentido, se han encontrado algunas desigualdades que se manifiestan en función de las categorías aplicadas en cada variable (Tabla 1).

En cuanto al grupo de factores sociodemográficos y educativos, cabe destacar que los colectivos que más frecuentemente se niegan a responder está compuesto por varias categorías que destacan de entre las variables. Por un lado, las personas mayores de 65 años, supuestamente ya jubiladas, que mantienen niveles de no respuesta de 22,91% de casos, son las que con más frecuencia optan por la no respuesta. Por otro lado, las mujeres eligen la no respuesta con mayor frecuencia que los hombres ante la pregunta de ubicarse a la derecha o a la izquierda en el concepto de ideología política, con un 20,9% de silencios frente al 14,02% de los hombres.

Finalmente, dentro del nivel de estudios de los encuestados, la no respuesta a la autoubicación ideológica se da entre las personas que sólo han cursado estudios básicos, de los cuales se inhiben a contestar un 27,87% de este grupo, frente a los niveles mucho más bajos del, por ejemplo, colectivo universitario que responden más distendidamente con sólo un 8,14% de las personas encuestadas.

Tabla 1. Descripción de la asociación entre las variables del modelo (tablas cruzadas y χ^2).

VARIABLES EXPLICATIVAS	NO RESPUESTA autobloqueo ideológico			Estadístico χ^2		
	No respuesta	Respuesta	Total	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)
EDADGRUPOS				14.26	2	0,001
jóvenes	90	475	565			
	15.93%	84.07%	100%			
adultos	218	1139	1357			
	16.06%	83.94%	100%			
jubilados	129	434	563			
	22.81%	77.09%	100%			
Total	437	2048	2485			
	17.59%	82.41%	100%			
Sexo				20.25	1	0,000
Hombre	168	1030	1198			
	14.02%	85.98%	100%			
Mujer	269	1018	1287			
	20.90%	79.10%	100%			
Total	437	2048	2485			
	17.59%	82.41%	100%			
ESTUDIOS3				72.88	2	0,000
universitarios	42	474	516			
	8.14%	91.86%	100%			
medios	236	1170	1406			
	16.79%	83.21%	100%			
básicos	153	396	549			
	27.87%	72.13%	100%			
Total	431	2040	2471			
	17.44%	82.56%	100%			
ESTATUS3				42.43	2	0,000
alta	37	447	484			
	7.64%	92.36%	100%			
media	164	732	896			
	18.30%	81.70%	100%			
obrera	222	832	1054			
	21.08%	78.94%	100%			
Total	423	2011	2434			
	17.38%	82.62%	100%			
ACTIVIDAD				13.81	3	0,003
Agricultura	51	152	203			
	25.12%	74.88%	100%			
Construcción	48	173	221			
	21.72%	78.28%	100%			
Industria	75	351	426			
	17.61%	82.39%	100%			
Servicios	256	1355	1611			
	15.89%	84.11%	100%			
Total	430	2031	2461			
	17.47%	82.53%	100%			
VOTOSIMPA				399.36	8	0,000
PP	34	270	304			
	11.18%	88.82%	100%			
PSOE	52	620	672			
	7.74%	92.26%	100%			
Podemos	12	169	181			
	6.63%	93.37%	100%			
C's	40	296	336			
	11.90%	88.10%	100%			
Regionalista	9	244	253			
	3.56%	96.44%	100%			
Otros	10	57	67			
	14.93%	85.07%	100%			
Nulo/Blanco	24	70	94			
	25.53%	74.47%	100%			
NSNC	26	35	61			
	42.62%	57.38%	100%			
No votaría	230	287	517			
	44.49%	55.51%	100%			
Total	437	2048	2485			
	17.59%	82.41%	100%			
AUTODEFIDEOLOGIA				388.95	7	0,000
CONSERVADOR	38	345	383			
	9.92%	90.08%	100%			
LIBERAL	39	225	264			
	14.77%	85.23%	100%			
PROGRE	38	734	772			
	4.92%	95.08%	100%			
COMUNISTA	2	62	64			
	3.13%	96.88%	100%			
ECOFEM	26	181	207			
	12.56%	87.44%	100%			
APOLITICO	73	100	173			
	42.20%	57.80%	100%			
OTROS+NACI	21	129	150			
	14%	86%	100%			
NSNC	200	272	472			
	42.37%	57.63%	100%			
Total	437	2048	2485			
	17.59%	82.41%	100%			

Fuente: elaboración propia partir de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas.

En el caso del grupo de factores socioeconómicos, las categorías que más frecuentemente silencian (o no saben) su opción ideológica son las compuestas por la clase obrera, dentro de la variable Estatus socioeconómico, con un 21,06% frente al, por ejemplo, 7,64% de las clases altas; y por la rama de actividad económica de la agricultura (variable Actividad) que supone el 25,12% de los “silenciados” frente a personas que trabajan en otras actividades económicas como, por ejemplo, el sector servicios, con un 15,89% de no respuestas.

En cuanto a los factores sociopolíticos, destaca, tanto por la proporción como por su peso específico, la cantidad de personas que no votarían en unas posibles elecciones, siendo el 44,49% de las personas (230 en total) que no contestan a la variable de autoubicación ideológica. Así mismo, destaca la proporción existente de personas que se consideran apolíticas, con un 42,20%, dentro de la variable de Autodefinición de la ideología. Dentro de estas dos variables sociopolíticas, es de resaltar la redundancia de la no respuesta (no sabe/no contesta), ya que en ambas variables la opción de no respuesta ronda el 42%.

La aplicación de la regresión logística nos hace comprobar que, aun siendo correctas estas proporciones, existen algunas variables que no tienen una gran significación estadística dentro del modelo (Tabla 2). Tanto la variable Edad, dentro del grupo de factores sociodemográficos, como el grupo de factores socioeconómicos en su conjunto, con las variables Estatus y Rama de actividad, carecen de significación estadística (ya que no obtienen una $p < 0,05$). Con lo cual quedan descartadas o, al menos, podemos afirmar que no existe tanta relación entre estas variables y la opción de no respuesta a la autodefinición ideológica.

El reajuste del modelo supone una nueva comprobación de las variables significativas: sexo, estudios, voto electoral posible y autodefinición ideológica, aplicando una nueva regresión logística binaria. A través de la R cuadrada de Nagelkerke (0,30 en ambas regresiones: modelo y ajuste), se advierte que el resultado no difiere entre ambas, por lo que el ajuste del modelo queda sintetizado en estas últimas variables mencionadas.

Tabla 2. Variables en la ecuación

	B	Err.Est.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% IC para Exp(B)	
							Inferior	Superior
EDADGRUPOS (jóvenes)			1.80	2	.407			
EDADGRUPOS(adultos)	.22	.23	.87	1	.350	1.24	.79	1.95
EDADGRUPOS(jubilados)	.26	.19	1.80	1	.180	1.29	.89	1.88
Sexo (Hombre)			5.56	1	.018			
Sexo (Mujer)	.32	.13	5.56	1	.018	1.37	1.05	1.78
ESTUDIOS3 (universitarios)			16.20	2	.000			
ESTUDIOS3 (medios)	1.04	.28	13.56	1	.000	2.82	1.62	4.89
ESTUDIOS3 (básicos)	.64	.19	11.71	1	.001	1.89	1.31	2.72
ESTATUS3 (alta)			4.93	2	.085			
ESTATUS3 (media)	.51	.24	4.39	1	.036	1.67	1.03	2.69
ESTATUS3 (obrera)	.00	.14	.00	1	.974	1.00	.76	1.33
ACTIVIDAD (agricultura)			.64	3	.888			
ACTIVIDAD(construcción)	-.06	.22	.07	1	.790	.94	.61	1.45
ACTIVIDAD(industria)	-.07	.23	.10	1	.748	.93	.60	1.45
ACTIVIDAD(servicios)	.10	.18	.30	1	.586	1.10	.77	1.58
VOTOSIMPA (PP)			170.29	8	.000			

	B	Err.Est.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% IC para Exp(B)	
							Inferior	Superior
VOTOSIMPA (PSOE)	1.75	.23	56.84	1	.000	5.75	3.65	9.05
VOTOSIMPA (Podemos)	1.86	.20	89.07	1	.000	6.44	4.37	9.47
VOTOSIMPA (C's)	1.69	.34	25.50	1	.000	5.44	2.82	10.49
VOTOSIMPA (Regionalista)	1.44	.21	47.46	1	.000	4.21	2.80	6.33
VOTOSIMPA (Otros)	2.87	.41	48.39	1	.000	17.61	7.85	39.52
VOTOSIMPA (Nulo-Blanco)	1.03	.38	7.42	1	.006	2.80	1.33	5.88
VOTOSIMPA (NSNC)	.65	.28	5.48	1	.019	1.91	1.11	3.29
VOTOSIMPA (No votaría)	.40	.32	1.63	1	.202	1.50	.80	2.79
AUTODEFIDEOLO (Cons)			133.77	7	.000			
AUTODEFIDEOLO (Liber)	1.52	.22	46.50	1	.000	4.55	2.94	7.03
AUTODEFIDEOLO (Progre)	.83	.22	14.29	1	.000	2.30	1.49	3.55
AUTODEFIDEOLO (Comun)	2.00	.21	86.73	1	.000	7.38	4.85	11.24
AUTODEFIDEOLO (Ecofem)	2.12	.76	7.88	1	.005	8.33	1.90	36.63
AUTODEFIDEOLO (Apolític)	1.15	.26	19.73	1	.000	3.17	1.90	5.27
AUTODEFIDEOLO (Otro)	.02	.21	.01	1	.905	1.02	.68	1.54
AUTODEFIDEOLO (NS/NC)	.80	.29	7.57	1	.006	2.24	1.26	3.96
Constante	-1.37	.22	38.85	1	.000	.25		

Fuente: elaboración propia.

7. CONCLUSIONES

La actitud analizada ante la *no respuesta* en la pregunta sobre la autoubicación ideológica confirma las dinámicas “silenciosas” que se vienen dando en los resultados de las encuestas desde el siglo XX (Passeron et al., 1982). El estudio ha comprobado que los colectivos más susceptibles de adoptar la opción de no sabe/no contesta como forma de respuesta a la disyuntiva de posicionarse entre ser de ideología de derechas o de izquierdas se da con mayor frecuencia entre las mujeres, las personas mayores, las personas con estudios básicos, las clases obreras y el sector agrícola. Unos colectivos que, *per se*, sostienen una situación de desigualdad y se mantienen más apáticos ideológicamente que otros colectivos con más nivel educativo y económico.

El tratamiento estadístico de los datos ha proporcionado una verificación parcial de las hipótesis iniciales. El resultado más destacado es que la hipótesis relevante es aquella que está relacionada con los factores sociopolíticos (Hipótesis 3), en los cuales, 5 de cada 10 personas que eluden contestar a la autoubicación no saben o tampoco contestan al tipo de ideología por la que se sienten más cercana y, en caso de contestar, casi 1/3 de esas personas se define como

apolítico. Así mismo, aproximadamente una de cada dos personas no votaría en unas supuestas elecciones generales.

Por otro lado, las hipótesis 1 y 2 no tienen tanta intensidad en la relación con la no respuesta a la autoubicación ideológica. En cuanto a los factores sociodemográficos y educativos, sólo la variable Sexo se ve asociada con la variable dependiente, mientras que las variables explicativas de Edad y Nivel de Estudios carecen de una significación estadística. Asimismo, los factores socioeconómicos de Estatus social y Actividad económica carecen de una relación estadísticamente significativa.

En efecto, el ajuste del modelo es una síntesis que sugiere una relevancia de las variables más significativas: sexo, estudios, voto electoral posible y autodefinición ideológica, quedando desechados los factores socioeconómicos (estatus y rama de actividad) y la edad como variables explicativas que justifiquen el responder o no responder a la escala de autoubicación ideológica.

Finalmente, el análisis realizado genera una serie de nuevos interrogantes a partir del marco teórico construido y los resultados de la investigación. En el sentido de saber que se han validado algunas consideraciones previas, apreciadas en la teoría, y otras cuestiones que pueden surgir en forma de nuevas hipótesis o preguntas de investigación que favorezcan el desarrollo de nuevos estudios relacionados.

Una de las ideas que aparecen en los resultados trata sobre la cuestión de la progresiva opción de la *no respuesta* en las encuestas efectuadas, la cual tiene una alta asociación con la apatía política de una parte creciente del electorado, es decir, con la intención de no votar en unas futuras elecciones o la ideología apolítica de esa parte de la muestra. Siendo esta poca participación dentro del sistema electoral, la pregunta que nos hacemos es si la autoubicación ideológica podría servir como un buen indicador de esta supuesta despolitización social, la cual está contenida en la opción del No sabe/No contesta y en las mayorías de los perfiles apolíticos y abstencionistas de las personas que no responden a la pregunta de su autoubicación ideológica.

Si, como decíamos anteriormente, “la lengua se suelta cuando uno se siente en armonía con el espíritu de la época” (Noelle-Neumann, 1995: 23), es posible que el espíritu de esta época tienda hacia la no participación política y social y hacia la despolitización. Un argumento que puede estar relacionado con el incremento de los silencios o las *no respuestas* ante esta clase de preguntas en los cuestionarios.

8. Bibliografía

- ALAMINOS, Antonio (2010) “La aplicación del modelo espacial de la ideología al sistema de partidos alemán durante la reunificación (1983-1998)”, *Obets. Revista de Ciencias Sociales*, 5(2), 295-309.
- ARISTÓTELES (2005) *Ética a Nicómaco*. Madrid: Alianza Editorial.
- BAUER, Paul C., Pablo, BARBERÁ, Kathrin, ACKERMANN y Aaron VENETZ, (2017) “Is the left-right scale a valid measure of ideology?”, *Political Behavior*, 39 (3), 553-583.
- BENEDICTO, Jorge (1995) “La construcción de los universos políticos de los ciudadanos”, en J. BENEDICTO y M.L. MORÁN (eds.) *Sociedad y política. Temas de sociología política*. Madrid: Editorial Alianza, 227-268.
- BERGER, Peter L. y Thomas LUCKMANN (2003) *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu.
- BOBBIO, Norberto (1996) *Derecha e Izquierda. Razones y significados de una distinción política*. Madrid: Taurus.

- CABRERA-ÁLVAREZ, Pablo y Modesto ESCOBAR (2019) “El efecto de la ponderación y la imputación en el sesgo de los estudios electorales en España”, *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 165, 45-64.
- CALDERÓN, Alicia y Agustín ESPINOSA (2006) “Ideología política, valores culturales y miedo a la muerte”, *Psicología Política*, 32, 33-54.
- CAMPILLO, Antonio (2014) “Animal político. Aristóteles, Arendt y nosotros”, *Revista de Filosofía*. 2 (39), 169-188.
- CANO ESPIÑEIRA, Alejandro Emmanuel (2015) *Dimensionalización de la ideología en la Encuesta Social Europea: efecto de la no respuesta y testado*. Universidad de Alicante. Departamento de Sociología II. URI: <http://hdl.handle.net/10045/48739>
- CEA D'ANCONA, María Ángeles (2005) “La senda tortuosa de la «calidad» de la encuesta”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 111(1), 75-103.
- CIS (1986) “La evolución de la intención de voto y otros indicadores políticos: 1983-1986”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 35, 269-340.
- CRUZ CANTERO, Pepa (1990) “Del no sabe al no contesta: un lugar de encuentro para diversas respuestas”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 52, 139-156.
- DAHL, Robert A. (1971). *Polyarchy: Participation and opposition*. New Haven; London: Yale University Press.
- DÍAZ DE RADA, Vidal (2001) “Estrategias para incrementar la tasa de respuesta en las encuestas”, *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 29, 133-162.
- DÍAZ DE RADA, Vidal (2013) “La no respuesta en encuestas presenciales realizadas en España”, *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 71 (2), 357-381.
- DÍAZ DE RADA, Vidal (2015) “La calidad de la respuesta en la encuesta presencial. El caso de los barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas”, *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 73(3), 022.
- DÍEZ MEDRANO, Juan, Blanca GARCÍA-MON y Juan DÍEZ NICOLÁS (1989) “El significado de ser de izquierdas en la España actual”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 45, 9-41.
- DOWNS, Anthony (1998) *Political theory and public choice*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- EUSTAT (2008) Estudio y ajuste de la no respuesta en las encuestas a hogares. Informe Google https://www.eustat.eus/documentos/datos/CT_NRHOGARES_c.pdf
- FÉRNANDEZ-ALBERTOS, José (2018) “Ideología y voto”, septiembre de 2018 edition. Piedras de papel. *Eldiario.es* (publicado digitalmente el 26/09/2018). <https://>
- FRANCIS, Joe D., y Lawrence BUSCH (1975) “What we now know about ‘I don't know’” *The Public Opinion Quarterly*, 39(2), 207-218.
- GOLDTHORPE, John (2012) “De vuelta a la clase y el estatus: por qué debe reivindicarse una perspectiva sociológica de la desigualdad social”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 137(1), 43-58.
- GONZÁLEZ, Ramón Felipe., Luís Felipe, GARCÍA y Francisco A. LACA-AROCENA (2014) “Validación de una batería para identificar el papel de la ideología en las decisiones electorales”, *Psicología Política*, (49), 59-82
- LLOPIS-GOIG, Ramón (2006) “Actitudes políticas e intención de voto. Una aplicación del análisis discriminante”, *Arxius*, 14, 43-58.
- LLORET, Daniel; Ana LLEDÓ, Maxi, NIETO y Bernabé ALDEGUER (2009) “Coherencia entre identificación partidista e ideología política en un contexto electoral”, *Psicología Política*, 38, 75-95.
- LORENTE, Javier (2019) *Los jóvenes y la división izquierda-derecha en Europa en los últimos treinta años: generaciones y voto*. Madrid: CIS.
- MICHELAT, Guy y Michel SIMON (1982) “Les «sans réponse» aux questions politiques: rôles imposés et compensation des handicaps”, *L'Année sociologique* (1940/1948-), 32, 81-114.

- MORALES DÍEZ DE UNZURRUN, Laura (2000), "El efecto de la no respuesta parcial en el análisis de datos de encuesta: una comparación entre la eliminación de observaciones y la imputación múltiple", *Metodología de encuestas*, 2(2), 217-238.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
- PASSERON, Jean-Claude; Fernando PORTO y François DE SINGLY (1982) "Los silencios: contribución a la interpretación de las no-respuestas en las encuestas de opinión", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, (17), 83-136.
- PARENTEAU, Danic y Ian PARENTEAU (2017) *Les idéologies politiques: Le clivage gauche-droite*. Québec: PUQ. (édition actualisée)
- PAVÍA, José y Beatriz LARRAZ (2012) "Sesgo de no-respuesta y modelos de superpoblación en encuestas electorales", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 137(1), 121-149.
- RICOEUR, Paul (1989) *Ideología y utopía*. Barcelona: Gedisa.
- RUBIN, Donald B (2004). *Multiple imputation for nonresponse in surveys* (Vol. 81). John Wiley & Sons.
- TODOSIJEVIĆ, Bojan (2016) "Left-right ideology: its meaning and effects on party preferences in Serbia". *Социолошки преглед*, 50 (2), 161-178.
- VAN DIJK, Teun (2005) "Política, ideología y discurso", *Quórum Académico*, 2 (2), 15-47.
- VAN DIJK, Teun (2016) "Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo", *Discurso & Sociedad*, Vol. 10(1), 167-193.
- VARELA MALLOU, Jesús; Teresa BRAÑA; Alberto GARCÍA y Xosé Gabriel VÁZQUEZ (1998) "Estimación de la respuesta de los "no sabe/no contesta" en los estudios de intención de voto", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 83, 269-287.
- VIVES, Alejandra; Catterina FERRECCIO y Guillermo MARSHALL (2009) "Comparación de dos métodos para corregir el sesgo de no respuesta a una encuesta: sustitución muestral y ajuste según propensión a responder", *Gaceta Sanitaria*, 23(4), 266-271.