

Los sondeos rompen el corsé

Los partidos pueden conocer encuestas de última hora, pero no los ciudadanos - Internet desborda una norma que todos los expertos creen obsoleta

ROSARIO G. GÓMEZ 07/03/2008

Vota Resultado ★★★★★ 0 votos



Dicen los políticos que la mejor encuesta son las urnas. Pero a las puertas de unas elecciones no dudan en poner en marcha su gigantesca maquinaria para intentar saber con anticipación el veredicto de las papeletas. Ahí es donde entran en juego los sondeos, una especie de oráculo para los jefes de campaña de los partidos, y un instrumento de información para los ciudadanos, tan útiles a la hora de decidir el voto como la propia campaña.

La noticia en otros webs

- webs en español
- en otros idiomas

Los sociólogos niegan que los sondeos condicionen el voto

Las encuestas no acertaron los resultados de las últimas generales

Los franceses buscaban datos de sondeos en medios belgas y suizos

Los partidos utilizan las encuestas para planificar sus mensajes

La historia de la sociología electoral está llena de grandes fiascos

'Cocinar' las encuestas es un paso necesario para interpretar los datos

Los sondeos previos al 9-M realizados por los medios de comunicación arrojan una sorprendente coincidencia. Con mayor o menor margen, dan la victoria al PSOE. Aunque nadie se confía. La historia de la sociología electoral está llena de grandes fiascos: las legislativas españolas de 1993 (pronosticaban una derrota de Felipe González) y 1996 (auguraban una victoria demoledora de José María Aznar), el resultado del Tratado de Maastrich en Dinamarca (salió que no) o el ascenso imprevisto de Jospin en Francia (en la primera vuelta venció a Chirac, 23,3% frente a 20,8%).

La muestra sociodemográfica, los recursos económicos y la experiencia de las empresas demoscópicas son claves a la hora de otorgar fiabilidad a los sondeos. También el momento en que se hagan. Cuanto más cercana es la cita electoral, mayor probabilidad de acertar. Pese a que la legislación española prohíbe difundir sondeos cinco días antes de los comicios, no impide que se hagan. Los partidos, al menos los dos grandes, PP y PSOE, no apagan sus máquinas. Realizan *trackings* diarios para analizar la evolución del voto. Son datos guardados con celo que condicionan el último tramo de la campaña. Y en la jornada electoral pondrán a funcionar las

famosas *israelitas*, encuestas a pie de urna para conocer los resultados.

Las empresas demoscópicas consideran "obsoleta" y "discriminatoria" la ley que permite realizar encuestas hasta el día de las elecciones pero prohíbe su publicación. "Los sondeos son un derecho de los ciudadanos", afirma Lluís Fatjó-Vilas, director general de TNS-Demoscopia. "El ciudadano es maduro para ejercer su voto y debe estar bien informado. Eso da solidez al ejercicio democrático".

La Asociación Nacional de Empresas de Estudios de Mercados y Opinión Pública (Aneimo) se ha planteado ya emprender acciones para que revoque la disposición de la ley electoral, que se remonta a 1985. Fatjó-Vilas opina que una realidad que desborda una ley que está "encorsetada y obsoleta". Julián Santamaría, catedrático de Ciencia Política de la Universidad Complutense y presidente de Noxa Consultings, es tajante: "Habría que cambiar la legislación. No veo razón por la que no se puedan publicar los sondeos. La ley no puede impedir que se publiquen en Internet". Recuerda que en Francia, con restricciones similares a las españolas, el Gobierno denunció a la empresa que publicó sondeos fuera de plazo. El pleito lo ganó la compañía demoscópica.

De la misma opinión es Juan José Toharia, catedrático de Sociología en la Universidad Autónoma de Madrid y presidente de Metroscopia, quien califica de "absurdo" que se permita hacer encuestas y se prohíba publicarlas y apela al modelo de Estados Unidos,



donde no hay restricciones. "Es algo obsoleto y responde a criterios sociológicos obsoletos. La idea de que los sondeos sesgan y condicionan el comportamiento electoral está demostrado que no es verdad". Además, tilda de "injusto" que los partidos conozcan las encuestas y los ciudadanos no. "Es tratar a los electores como menores a los que hay que proteger para que no sean manipulados, como si no tuvieran criterio propio. Y es discriminatorio, porque fomenta ciudadanos de primera y de segunda", dice

Para Fatjó-Vilas, la misión de los sondeos es aportar información. "Los políticos utilizan las encuestas (no publicadas) para lanzar mensajes interesados. Quien tiene que tomar una decisión necesita estar bien informado. A los ciudadanos se nos pide un acto muy importante y tenemos que estar informados".

El celo de Francia en las elecciones de 2007 llevó a los medios digitales de los países vecinos a publicar datos sobre las votaciones antes del cierre de los colegios. La cabecera suiza *Le Temps* y la belga *Le Soir* se saturaron. Una acción similar ha emprendido *El Periódico de Catalunya* al anunciar ayer que publicará en su edición andorrana los sondeos sobre el 9-M que no se pueden ver en España. Cualquier ciudadano podrá acceder a ellos a través de la página web de *El Periòdic d'Andorra*.

También ayer se conoció en la Red un sondeo de Sigma Dos para el diario británico *The Times* realizada el 5 de marzo, y que se convirtió en lo más leído y más comentado en su página web. Sigma Dos es la empresa que realiza sondeos para *El Mundo*. Fuentes de la Junta Electoral Central eludieron pronunciarse sobre la publicación de estos datos alegando que el organismo no actúa de oficio sólo toma decisiones si alguien plantea reclamaciones, pero recordaron que la ley prevé sanciones a los medios que vulneren la norma en materia de sondeos.

"Intentar poner barreras es una batalla perdida", asegura Teodoro Luque, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la [Universidad de Granada](#). Considera paradójico que los sondeos sean accesibles a determinadas élites (políticas, financieras) y no a los ciudadanos, que en definitiva son quienes depositan las papeletas. Cree que si el temor a la publicación de los sondeos es que pueden influir en el voto, el argumento tiene poco fundamento y esconde un infundado miedo a disponer de información.

La cuestión de fondo es ¿hasta qué punto influyen los sondeos en los electores? Luque sostiene que cada partido tiene un "núcleo duro" de simpatizantes que es incombustible y hay un porcentaje de indecisos a quienes los sondeos -entre otras informaciones- les ayudan a tomar una decisión. "Las encuestas pueden desempeñar un papel contradictorio: apuntarse al caballo ganador o mostrar cierta simpatía por el perdedor por entender que no debe ser castigados con la dureza que arroja la encuesta". Y precisa que "a veces, un efecto anula al otro", aunque "no es fácil cuantificar en qué medida ocurre".

Si no está claro hasta qué punto influyen los sondeos, "¿por qué razón habría que renunciar a ellos?", se pregunta Santamaría. El mismo razonamiento se podría aplicar a la propia campaña, que al fin y al cabo sirve para "persuadir a los ciudadanos". Una razón que podría explicar la prohibición de publicar sondeos es preventiva: evitar que aparezcan sondeos inexistentes o manipulados o que se produzca una guerra de información. "Pero este es un caso extremo", añade Santamaría.

También los partidos abogan por su eliminación. El PP, apuesta por una "actualización" de una norma con 23 años a su espalda e Izquierda Unida propone suprimirla.

Pero no todos los sondeos tienen el mismo crédito. La metodología marca el grado de acierto y de error. Y también el sistema electoral. Politólogos y empresas de estudios de opinión coinciden en que el mapa español, con 52 circunscripciones, exige una muestra muy alta para extrapolar los datos de intención de voto a escaños. Fatjó-Vilas recuerda que en Teruel se decidió un escaño por alrededor de 200 votos. Afinar tanto es una utopía. "No hay ninguna muestra que pueda ofrecer esa exactitud", añade. Además, los sondeos son "una fotografía del pasado" cuya misión es predecir lo que va a ocurrir el día de las elecciones, afirma el directivo de TNS-Demoscopia.

Toharia considera que una muestra de entre 900 y 1.200 entrevistas es suficiente para hacer "una estimación global sobre distribución de votos". Pero si se quiere atinar en el reparto de escaños, sería necesario subir a 8.000. Aunque apunta que lo ideal sería llegar a los 18.000 que maneja el CIS.

El domingo será el día D de las empresas demoscópicas. La prueba de fuego que marcará la credibilidad de un sector que ha sufrido duros varapalos. Uno de los más

fuertes, en los comicios de 1996. Habían augurado una amplia victoria del PP. En los casos más optimistas hasta de 8 puntos. Pero las urnas otorgaron una distancia mucho menor: 38,8% de los votos para el PP y 37,4% para el PSOE. Las urnas echaron un jarro de agua fría sobre los confeccionadores de los sondeos, que no tardaron en culpar al voto oculto, la alta participación, el vídeo del *doberman* o la manera en la que se cocinaron las respuestas de los entrevistados.

Frente a un censo de 33 millones de electores en España, las encuestas rondan los 3.000 individuos. Expertos en estadísticas estiman que si la muestra "está bien hecha" es suficiente para extrapolar los resultados al conjunto del electorado. Los errores se repitieron cuatro años más tarde. Ningún sondeo pronosticó la mayoría absoluta del PP en 2000. Los analistas aplicaron técnicas de interpretación que resultaron también un estrepitoso fracaso. La culpa, otra vez de la cocina, que no tuvo en cuenta la "movilización asimétrica". Tampoco en 2004 las encuestas previeron la victoria de Rodríguez Zapatero.

Los sondeos son útiles para los partidos y para los medios de comunicación. Los grandes periódicos han encargado estudios para conocer estimaciones de voto ante el 9-M. "Un sondeo es como un termómetro que mide la temperatura de ahora y que no permite medir la de mañana", dice Toharia. Revela hipótesis probables. "Las encuestas no se equivocan, describen un estado de opinión en el momento en que se hacen. Pero la opinión cambia, puede tener bucles. El termómetro mide la temperatura de los que opinan, pero hay gente que no opina. Existe una parte oculta. De ahí la necesidad de la cocina, de la interpretación".

Estos sondeos son sólo una parte de una parte de la investigación demoscópica. Para su elaboración se suele utilizar una muestra aleatoria de entrevistas telefónicas. Algunos institutos incluyen los móviles, siempre con correcciones, ya que no identifican el lugar de residencia. En estos casos, los encuestados no cobran. Las empresas apelan a la colaboración ciudadana. Distinto es cuando se trata de gigantescas encuestas sobre medios, consumo y ocio, donde existe un panel fijo, que exige esfuerzo y concentración.

Vota Resultado ★★★★★ 0 votos

Imprimir Estadística Enviar Corregir Reproducir Derechos

Compartir: ¿Qué es esto?

Puedes utilizar el teclado: + - Texto

Si te ha interesado esta información, te recomendamos:

[Tema: Elecciones generales 2008](#)

[Fotografía: El equipo de campaña del PP perfila su estrategia ante los comicios del 9M](#)

Otras ediciones

[Publicado en Edición Impresa](#) en la sección de [Sociedad](#)

[Versión texto accesible](#)

Edición de Bolsillo, edición para [PDA/PSP](#) ó [Móvil](#)

Última hora

Lo último Agencia EFE

02:15 Varapalo a España en el 'caso Odyssey'

01:17 RAMÓN

01:15 ERLICH

01:15 "Cuando llegué a casa cometí el error de ver el debate"

00:26 Los colombianos marchan para recordar el rostro del horror paramilitar

[Ver más noticias](#)

Videos **Fotos** Gráficos

Estrenos de la semana - 06-03-2008

Y el 9-M ganará... - 06-03-2008

'El Solitario': "Me queréis condenar sin pruebas y con testigos falsos" - 06-03-2008