

---

# LAS ENCUESTAS A ENCUESTA, DE NUEVO \*

Manuel Justel

---

## I. INTRODUCCION

Existe literatura abundante sobre las técnicas de *encuestación*, sobre el desarrollo de los distintos tipos de entrevista, sobre las mil dificultades que el trabajo de campo ofrece a los entrevistadores y sobre otras muchas cuestiones que afectan al desarrollo de las encuestas de opinión pública. No abundan, sin embargo, los informes de investigación directa acerca de la opinión que merecen a los ciudadanos las encuestas de opinión pública. En el caso español contamos, de todos modos, con una investigación de este tipo realizada en 1976 por el Instituto de la Opinión Pública. Bajo el título «Las encuestas a encuesta», M. García Ferrando y M.<sup>a</sup> E. García Llamas, publicaron en la *Revista Española de la Opinión Pública* una nota sintética de los resultados obtenidos<sup>1</sup>. En aquella ocasión se justificó así la investigación: «Dada la creciente importancia que están adquiriendo en España los estudios a través de encuestas sobre la opinión pública, estudios que se incrementarán en la medida en que se afiance el proceso democratizador en el país, se ha

---

\* Los datos numéricos a que se refiere este trabajo aparecen publicados íntegramente en forma de tablas en la sección final de este mismo número de la REIS.

<sup>1</sup> R.E.O.P., núm. 45 (1976), pp. 266-292.

---

considerado conveniente por parte del Instituto de la Opinión Pública la realización de un estudio cuyo tema fuese precisamente la opinión que merece a la población urbana española las encuestas de opinión y el grado de credibilidad y confianza que éstas le merecen»<sup>2</sup>.

En el mes de noviembre de 1980, el Centro de Investigaciones Sociológicas ha considerado conveniente replicar algunas de aquellas preguntas acerca de las encuestas. El presente escrito trata de recoger algunos de los datos más significativos obtenidos en esta ocasión. El interés de los mismos radica ahora no sólo en conocer la opinión general de los ciudadanos españoles de finales de 1980 acerca de las encuestas de opinión pública, sino en compararla con la de 1976. Los años de la llamada «transición política española» han sido prolijos en consultas electorales y, por esa y otras razones, prolijos en mayor medida aún en encuestas de opinión pública acerca de temas políticos y sociales de todo tipo. Sólo el C. I. S. ha realizado o encargado durante esos cuatro años más de 150 encuestas, casi todas de ámbito nacional, lo que significa aproximadamente una encuesta cada diez o doce días. Si a éstas unimos las realizadas desde otras entidades públicas o privadas en las distintas áreas de la investigación empírica cubiertas por la sociología, no sería aventurado concluir que en los últimos años se han realizado encuestas de opinión en toda España casi a diario<sup>3</sup>.

Considerada la frecuencia y alto costo de las encuestas de opinión, se refuerza el interés por conocer qué opinan los ciudadanos acerca de ellas y cómo ha evolucionado su opinión de 1976 a 1980.

A la hora de analizar comparativamente los resultados de ambas investigaciones, existen dos dificultades principales. La primera consiste en que la muestra utilizada en 1976 fue una *muestra urbana*, es decir, aplicada en las cuatro grandes ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao<sup>4</sup>. Por el contrario, la muestra de 1980 es *general*, aplicada de forma aleatoria y estratificada a toda la geografía española. La segunda dificultad radica en que la muestra de 1976 era representativa de la población urbana de más de 15 años, mientras que la de 1980 es representativa solamente de la población española adulta, es decir de 18 y más años<sup>5</sup>. Son dificultades a tener pre-

<sup>2</sup> *Ibidem*, p. 267.

<sup>3</sup> Rafael LÓPEZ PINTOR ha calculado un gasto global en encuestas con propósitos políticos, académicos o comerciales en España durante 1979 de unos 1.500 a 2.000 millones de pesetas (cf. "La comunicación entre dirigentes y sociedad en una democracia", texto multicopiado de la Conferencia leída por el autor en la Fundación Humanismo y Democracia, junio de 1980, p. 37).

<sup>4</sup> Otros datos de la muestra de 1976 pueden encontrarse en el informe citado más arriba. Ver nota 1.

<sup>5</sup> Otros datos de la muestra: a) *Universo*: Individuos de 18 años de edad en adelante, residentes en hogares familiares de la Península, islas Baleares y Canarias; b) *Procedimiento de muestreo y muestra*: Muestreo aleatorio estratificado por cruce de región-hábitat. Selección aleatoria de puntos de muestreo dentro de cada estrato a partir de listados de municipios y secciones electorales. Selección de viviendas mediante el procedimiento "Randomroute". Selección de indi-

sententes en la lectura e interpretación de los datos, pero no lo suficientemente grandes como para disuadir de todo intento de comparación. Además, la toma en consideración de las variables *edad y tamaño de hábitat* puede ayudar a obviar en parte ambas dificultades.

A pesar de tales dificultades, los datos de esta encuesta permiten, a nuestro entender, una doble comparación. En primer lugar, la comparación de los datos de 1976, referidos a población urbana, con los datos de 1980 referidos al tamaño superior de hábitat (es decir, al hábitat de más de un millón de habitantes en el que están representadas las cuatro grandes ciudades estudiadas en 1976: Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao). En segundo lugar, la comparación de los datos de 1980, referidos a la población general, con los datos de la población urbana de 1976 y 1980.

Este supuesto hace que aquí se elija este tipo de presentación de los datos, desglosando, para 1980, los resultados generales de los referidos a los hábitats superiores al millón de habitantes.

En un primer apartado se exponen a continuación algunas de las actitudes populares acerca de las encuestas de opinión pública: grado de aceptación, confianza, representatividad, objetividad, utilidad e influencia reconocidas a las encuestas. La parte final recoge los datos relativos a la muestra y al índice de entrevistación. En realidad, se describe el tipo de personas que dicen haber respondido anteriormente, con mayor o menor frecuencia, a encuestas de opinión pública, y en base a este dato se apunta un posible problema de representatividad de las muestras y una posible explicación ideológica a lo que se ha interpretado aquí como *sobrerrepresentación muestral* de ciudadanos que se autodefinen de izquierda y que votan a partidos minoritarios y/o de izquierda, en las encuestas de opinión, sobre todo, de naturaleza política o preelectoral.

## II. ACTITUDES POPULARES FRENTE A LAS ENCUESTAS DE OPINION PÚBLICA

### II.1. *Aceptación popular de las encuestas*

Aquí se utiliza como indicador de *aceptación de las encuestas* la respuesta a la pregunta siguiente: «¿Cree usted que debería haber más, igual o menos número de encuestas que en la actualidad?» Se entiende que la opinión favo-

---

viduos por el método Kish. Muestra teórica de 1.200 individuos (para datos referidos al total de la muestra y adoptando un nivel de confianza del 99,5 por 100, el error de muestreo sería aproximadamente del 3 por 100). La muestra real obtenida fue de 1.200 entrevistas (el total de la teórica); c) *Recogida de la información*: Cuestionario precodificado administrado personalmente en el domicilio del entrevistado. Realización por la red de entrevistadores del C.I.S.; d) *Fechas del trabajo de campo*: Del 28 al 30 de noviembre de 1980.

---

nable al aumento del número de encuestas implica, de algún modo, aceptación creciente de las mismas, mientras que la opinión favorable a una disminución del número podría interpretarse como una forma de rechazo, al menos parcial, de las mismas. Claro está que esta segunda postura podría deberse al número excesivo en opinión de los encuestados, en cuyo caso no habría por qué interpretarla como postura de rechazo a las encuestas como tales.

Tenidas en cuenta estas matizaciones, pueden verse los datos que siguen como medida del grado de aceptación o rechazo de las encuestas, actualmente y en relación con el año 1976.

### GRADO DE ACEPTACION DE LAS ENCUESTAS

«¿Cree usted que debería haber más, igual o menos número de encuestas en la actualidad?»

	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
Más ... ..	44	28	34
Igual ... ..	20	23	20
Menos ... ..	7	9	5
Ninguna ... ..	4	9	5
No sabe, no contesta ... ..	25	31	36
<b>TOTAL ... ..</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Los habitantes de las grandes ciudades que opinan que el número de encuestas ha de aumentar actualmente (28 %) son considerablemente menos que los que opinaban así en 1976 (44 %). No ha cambiado, sin embargo, de forma apreciable el número reducido de los ciudadanos que rechazan totalmente la práctica de las encuestas, ni el de quienes entonces y ahora piden que disminuya el número. En otras palabras, persiste la aceptación casi generalizada de las encuestas de opinión. El hecho de que quienes piden un incremento del número sean relativamente menos actualmente que hace cuatro años puede explicarse en razón de que el número de encuestas de opinión ha ido incrementándose durante los últimos años; de ahí que *lo más significativo sea, en definitiva, que no haya aumentado sensiblemente el número de quienes rechazan las encuestas o piden que disminuyan.*

No existen grupos poblacionales mayoritariamente hostiles a las encuestas de opinión en nuestro país. Si la cifra más alta de ciudadanos abiertamente hostiles a la realización de encuestas de opinión pública la da Madrid con el 13 por 100, bien se puede concluir que en España existe actualmente una gran aceptación de las mismas.

De todos modos, quien ha sido entrevistado con más frecuencia tiende a rechazar también más frecuentemente el incremento de encuestas. De hecho, el porcentaje de quienes opinan que el número de encuestas debe disminuir (5 %) es tres veces superior (15 %) entre quienes han sido entrevistados varias veces. Por el contrario, quienes se manifiestan favorables al incremento son relativamente más numerosos entre los que no han sido entrevistados con anterioridad, como se aprecia en la tabla siguiente:

	Número de encuestas	
	Debe aumentar	Debe disminuir
Entrevistados varias veces ... ..	17	60
Entrevistados una sola vez ... ..	17	13
No entrevistados ... ..	66	27
	100	100

También existe una relación directa entre plazo transcurrido desde que el entrevistado respondió a la última encuesta y su opinión sobre el aumento o disminución del número de las mismas. Cuanto más tiempo hace, más frecuente es la opinión de que deben aumentar y cuanto menos tiempo hace, más frecuente es la opinión de que deben disminuir.

Por otra parte, la opinión de que el número de encuestas debe aumentar presenta una frecuencia directamente proporcional al grado de confianza otorgado por el entrevistado a los resultados de las mismas y viceversa, hasta tal punto que, entre quienes confían totalmente en los resultados, el 72 por 100 opina a favor del incremento del número de encuestas, y entre los que no confían nada en ellas sólo el 19 por 100 son partidarios del incremento.

La opinión favorable al incremento es también más frecuente entre quienes creen más en la *representatividad* de las opiniones vertidas en las encuestas, en la *sinceridad* de las respuestas dadas por los entrevistados y en la *utilidad* de los datos de las encuestas.

Todo esto indica, de alguna manera, que los ciudadanos tienen una opinión formada acerca de las encuestas, que esa opinión es muy variada y que generalmente es una opinión coherente en la que el grado de aceptación de las encuestas es correlativo al grado de confianza, utilidad y representatividad atribuido a los datos. A continuación se irá viendo con más claridad esta constatación.

II.2. *Confianza en los resultados de las encuestas*

La confianza en los resultados se ha medido mediante una escala sencilla. Se ha preguntado a los entrevistados si confían «absolutamente, bastante, poco o nada» en los resultados de este tipo de encuestas. Las respuestas de 1976 y 1978 han sido éstas:

GRADO DE CONFIANZA EN LOS RESULTADOS

	1976	1980	
	<i>Urbana</i>	<i>Urbana</i>	<i>General</i>
Confía absolutamente ... ..	12	7	10
Confía bastante ... ..	34	33	36
Confía poco ... ..	22	30	21
No confía nada ... ..	14	13	9
No sabe, no contesta ... ..	18	17	24
<b>TOTAL</b> ... ..	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Estos datos revelan algunos cambios apreciables en el grado de confianza popular en los datos de las encuestas. La población actual de las grandes ciudades confía menos en los datos de las encuestas que la población de esas mismas ciudades en 1976. De todos modos, *siguen siendo mayoría los que confían en los datos*. De la población general que se pronuncia acerca de la confianza en los datos en 1980, 3 de cada 5 confían *absolutamente* o *bastante* y los otros dos *poco* o *nada*. Pero *ni siquiera uno de cada cinco de los entrevistados declara no confiar «nada» en los resultados de las encuestas*.

La confianza en los resultados se manifiesta en forma inversamente proporcional a la frecuencia con que el entrevistado ha sido requerido con anterioridad para contestar a otras encuestas.

La confianza depende claramente del grado de representatividad que se le reconoce a los datos, así como del grado de sinceridad reconocido a las respuestas. A mayor representatividad y sinceridad reconocidas, mayor confianza hacia los resultados manifiestan los entrevistados. Una vez más se verifica que estas variables siguen tendencias homogéneas y coherentes entre sí.

*Razones o motivos de desconfianza en los datos de las encuestas:* A quienes decían confiar *poco* o *nada* en los resultados de las encuestas se les ha preguntado por los motivos de su desconfianza. Sus respuestas han sido éstas:

MOTIVO DE LA DESCONFIANZA

Motivos	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
Cree que se dan solamente los resultados que interesa ... ..	17	27	26
Cree que la gente no dice lo que piensa y los datos no son reales ... ..	28	43	36
Cree que los entrevistadores deforman los datos.	28	3	3
Cree que se cambian los datos ... ..	3	5	10
Cree que están mal elegidos los entrevistados (no son representativos) ... ..	8	9	10
No sabe, no contesta ... ..	16	13	15
TOTAL ... ..	100	100	100

A tenor de estos datos se puede afirmar, entre otras cosas, lo siguiente:

1. De 1976 a 1980 ha aumentado considerablemente el número de ciudadanos que opina que no se puede confiar en los resultados de las encuestas *porque la gente no dice lo que piensa* al contestarlas: del 28 por 100 en 1976 se ha pasado al 36 por 100 en 1980.
2. También ha aumentado la proporción de los que creen que se cambian los datos (ha pasado del 3 % en 1976 al 10 % en 1980), o que se dan a conocer sólo los que interesa, por lo que no se puede confiar en ellos: 17 por 100 en 1976, 26 por 100 en 1980.
3. Sin embargo, ha disminuido en 1980, hasta casi desaparecer, el número de los que opinaban en 1976 que no confiaban porque los entrevistadores tergiversaban los datos: del 28 por 100 han pasado a sólo el 3 por 100 los que opinan así ahora <sup>6</sup>. Este cambio puede interpretarse como una cristalización popular de los roles del «entrevistado» y del «entrevistador» en la línea señalada por Channel y Axelrod.

<sup>6</sup> Puede reconocerse con Mayntz, Holm y Hübner que es "completamente imposible obtener por medio de la entrevista resultados sin ningún tipo de deformación" (cf. *Introducción a los métodos de la sociología empírica*, Alianza Universidad, Madrid, 1975, p. 155). Existen siempre una serie de "factores sociales que inciden en la situación de entrevista" capaces de alterar de un modo u otro los resultados, dado que nunca se consigue totalmente una "situación de entrevista socialmente estandarizada", como apuntan, para el caso americano, Ch. F. Channel y M. Axelrod (cf. "The Respondent Reporters on the Interview", en S. M. LIPSER, N. J. SMELSER, *Sociology - The Progress of a Decade*, 1961 pp. 125 y ss.). En general, el ciudadano medio que responde a la cuestión de los motivos de desconfianza sobre los datos de las encuestas no enjuicia probablemente el *sesgo involuntario* que el entrevistador puede introducir en la situación, sino la manipulación intencionada de las respuestas del entrevistado por parte del entrevistador o la torpeza de éste para reproducir con exactitud las respuestas de aquél. Tampoco se trata directamente de la influencia que proviene de la simple presencia del entrevistador, influencia poco notable en opinión de los encuestados, como se verá más adelante.

4. En conjunto, en 1980 se desconfía más por creer que se manipulan los datos, o que la gente no es sincera al responder; en 1976 se temía proporcionalmente más a la deformación de los datos por parte de los entrevistadores. Pero también eran bastantes (28 %) los que decían no confiar en los datos a causa de la insinceridad de los entrevistados.

En las capas más altas de la sociedad, y principalmente en las grandes ciudades, cunde actualmente la idea de que la gente no es sincera al responder a encuestas de opinión pública. Sin embargo, en las capas más bajas y en los municipios menores es más frecuente la idea de que son los investigadores o quienes utilizan los datos de las encuestas los que engañan. Los primeros dudan de la sinceridad de las respuestas; los segundos de la sinceridad de los investigadores o de quienes utilizan o publican las encuestas.

Dado que la familiaridad con el mundo de las encuestas es mayor en los ambientes urbanos, y que casi nadie opina actualmente en estos ambientes que los entrevistadores deformen los datos (3 %), puede hablarse de un *incremento de la confianza en los métodos de encuesta*, confianza que sigue siendo más baja en los medios rurales y en las capas más bajas de la sociedad. Pero, paralelamente a ese incremento de la confianza en el método, parece descubrirse en las grandes ciudades un incremento de la *desconfianza hacia los conciudadanos*, puesto que en 1980 son bastantes más los que creen que la gente no es sincera al responder a encuestas (43 %) que en 1976 (28 %).

### II.3. *Creencia en la representatividad*

Como es obvio, no se trata aquí de un juicio técnico sobre la representatividad de la muestra. Se trata de nuevo de un juicio de confianza o desconfianza por parte de los ciudadanos hacia el carácter representativo de las encuestas y de sus datos respecto de la opinión pública general. No es infrecuente escuchar entre la gente juicios desconfiados acerca de la representatividad de las encuestas, con argumentos más o menos simples, como que «preguntan a quien les parece», «a mí no me han entrevistado nunca, ¡qué casualidad!», etc.<sup>7</sup>. Ningún profesional desconoce las muchas dificultades teóricas y, sobre todo, prácticas que ofrece la consecución de la representa-

<sup>7</sup> J. STOELZEL y A. GIRARD formulan así una de las objeciones de los que rechazan las encuestas de opinión pública: "¿Qué vale esta inducción o esta extrapolación que pretende conocer el todo desde una parte o concluir sobre el pensamiento del conjunto partiendo de declaraciones de algunos? Es difícilmente admisible que 1.000 ó 2.000 personas, y hasta 3.000 ó 5.000, expresen la opinión de 50 ó 200 millones de habitantes. Y puesto que no me han preguntado a mí, se oye repetir a menudo, ¿cómo puede pretender usted hablar en mi nombre?" Cf. *Las encuestas de opinión pública*. I.O.P., Madrid, 1793, p. 25.



tividad. Al margen de esas dificultades y de la realidad del desarrollo práctico de la encuesta, los ciudadanos tienen su idea de la representatividad y es sobre esta idea o percepción sobre la que se les ha interrogado. Los resultados han sido éstos:

### REPRESENTATIVIDAD DE LOS DATOS

(«¿Cree usted que el resultado de estas encuestas representan realmente la opinión de toda la población española?»)

	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
Sí la representa ... ..	29	22	30
Sí, sectorialmente ... ..	33	28	25
No la representa ... ..	22	25	20
No sabe, no contesta ... ..	16	25	25
<b>TOTAL</b> ... ..	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

En primer lugar destaca el hecho de que, frente al 16 por 100 en 1976, sean el 25 por 100 los que no contestan a la pregunta en 1980. *En la población de las grandes ciudades ha disminuido la confianza en la representatividad de las encuestas*, es decir, no se cree que representen la opinión de toda la población con la misma frecuencia que se creía en 1976: los que creen en la representatividad han pasado del 29 por 100 en 1976 al 22 por 100 en 1980.

En general cabe afirmar una cierta disminución de la confianza y la creencia popular en la representatividad de la opinión que recogen las encuestas respecto de 1976, aunque la variación no es muy grande. Desconfían totalmente de la representatividad de la opinión de las encuestas uno de cada cinco ciudadanos (= 20 %) y confían totalmente 3 de cada 10 (= 30 %). *Predomina, por tanto, la confianza en la representatividad, aunque buena parte de los ciudadanos confía con reservas* (uno de cada cuatro). La confianza es relativamente menor en algunas capas sociales y en algunas áreas sociales, como el País Vasco, Madrid y Barcelona. En esta última sólo el 18 por 100 confía totalmente en que la opinión de las encuestas representa la opinión general de la población; en Madrid confían totalmente en la representatividad el 20 por 100, y en el País Vasco el 22 por 100. De todos modos, el saldo más negativo lo da el País Vasco, ya que allí el 41 por 100 dice no creer que la opinión reflejada en las encuestas represente la de la población general<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> En todo el informe se entiende País Vasco incluyendo a Navarra.

II.4. *Creencia en la sinceridad de las respuestas*

El grado de confianza que merezcan a los ciudadanos los datos de las encuestas, así como el grado de representatividad que los ciudadanos les reconozcan, están directamente relacionados con el grado de sinceridad con que el ciudadano piensa que la gente entrevistada responde a las cuestiones de la encuesta. Por eso conviene conocer el juicio sobre la sinceridad de las respuestas. La pregunta por la sinceridad distingue tres grados: sinceridad absoluta, sinceridad parcial y ninguna sinceridad. En general, *predomina la creencia en la sinceridad, al menos parcial, de las respuestas*. En 1976 predominaba también y con más fuerza la creencia mayoritaria en la sinceridad total o parcial. En síntesis, he aquí los datos tanto de 1976 como de 1980:

SINCERIDAD DE LAS RESPUESTAS

(«¿Cree usted que las personas entrevistadas responden con toda sinceridad?»)

	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
Sí, totalmente	38	24	29
Sí, en parte	43	45	46
No, nunca	9	13	7
No sabe, no contesta	10	18	18
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Son relativamente pocos los que creen que las respuestas a las encuestas no son nunca sinceras: 9 por 100 en 1976 (población urbana); 13 por en 1980 (población urbana), y 7 por 100 en 1980 (población general). De 1976 a 1980 se aprecia una *cierta disminución de la creencia en la sinceridad de las respuestas*. Sin embargo, la población general de 1980 da una frecuencia más baja de no creencia en la sinceridad que la población urbana de 1976. Eso demuestra que los cambios de actitud no han sido muy grandes.

El cambio más apreciable se localiza entre los que creen en la *sinceridad total* de las respuestas. De 1976 a 1980 han disminuido en número muy notablemente: del 38 por 100 en 1976 (población urbana) se pasa al 29 por 100 en la población general de 1980 y al 24 por 100 de la población urbana de 1980. Es decir, uno de cada tres habitantes de las grandes ciudades que en 1976 creían en la sinceridad total de las respuestas a las encuestas de opinión, han dejado de creerlo en 1980.

El número de quienes creían sólo en la sinceridad parcial en 1976 no ha variado apreciablemente en 1980, ni en la población general ni en la población urbana.

En 1976 se descubrió que la gente que creía en la total sinceridad de las respuestas a las encuestas se localizaba con mayor frecuencia entre los

grupos habitualmente menos críticos: mujeres, personas de edad avanzada, con bajo nivel de estudios, etc. En 1980 desaparecen las diferencias en función del sexo <sup>9</sup>; tampoco son grandes las diferencias de apreciación de la sinceridad en función de la edad, ni en función del nivel de estudios. Desde el punto de vista profesional destacan por lo numerosos los empresarios (44 %) que creen en la sinceridad total de las respuestas<sup>10</sup>.

Desde el punto de vista regional destacan por lo poco numerosos en creer en la sinceridad total los habitantes del País Vasco (sólo creen en ella el 16 %, frente al 29 % de la población total encuestada). Le siguen de cerca los barceloneses; entre éstos sólo el 19 por 100 cree en la sinceridad total de las respuestas.

*Causas de la falta de sinceridad, en opinión de los entrevistados:* Tanto en la investigación de 1976 como en la de 1980 se preguntó a los entrevistados que sólo creían en la sinceridad parcial o que no creían que se respondiese sinceramente en ningún caso, que contestase acerca de los *motivos de dicha falta total o parcial de sinceridad en las respuestas* a las encuestas de opinión. Los datos siguientes recogen las respuestas a esta cuestión en ambas fechas:

MOTIVO PRINCIPAL QUE IMPIDE QUE LA GENTE RESPONDA SINCERAMENTE A LAS ENCUESTAS

	1976		1980	
	Urbana	Urbana	Urbana	General
Desconocimiento del tema ... ..	21	19		23
Estar respondiendo delante del entrevistador ... ..	6	8		6
Miedo a parecer ignorante ... ..	15	19		15
Miedo a que sus respuestas le perjudiquen	38	20		29
Pensar que sus opiniones no van a servir para nada ... ..	15	25		19
No sabe, no contesta ... ..	5	9		8
<b>TOTAL</b> ... ..	<b>100</b>	<b>100</b>		<b>100</b>

<sup>9</sup> Repasando los datos de 1976 y poniéndolos en comparación con los de 1980 se aprecia un cambio sorprendente en cuanto a la incidencia de la variable sexo. Casi en ninguna ocasión se aprecia ahora que esta variable discrimine de forma notable a los entrevistados en cuanto a sus actitudes y opiniones; lo hacía mucho más en 1976, tal como queda reflejado repetidas veces en el informe antes citado. Esto podría indicar una creciente equiparación de sexos ante los temas generales de opinión pública, si bien esta afirmación requiere verificaciones ulteriores.

<sup>10</sup> Al hablar de la creencia en la representatividad destacaban ya los empresarios y los vendedores. También ahora los empresarios destacan apreciablemente ante el reconocimiento de la sinceridad de las respuestas de la gente encuestada. Como no parece que se trate de un tipo de personas de escaso sentido crítico y, por otra parte, se puede sospechar que son personas que tienen relación directa con las encuestas de análisis de mercados, podría tomarse este dato como indicador o indicio del prestigio alcanzado por las encuestas de mercado en España.

El cuadro anterior ofrece algunas constataciones de interés:

1. Comparando la población urbana encuestada en 1976 con la población urbana encuestada en 1980 se descubre que:

- ha disminuido mucho el miedo a que las respuestas sinceras perjudiquen al entrevistado; se ha reducido casi a la mitad (del 38 % al 20 %);
- ha aumentado la sensación de inutilidad de la respuesta a encuestas de opinión (más abajo se volverá sobre este tema de la utilidad), y
- se mantiene baja la influencia de la presencia del entrevistador <sup>11</sup>.

2. Comparando la población urbana de 1976 con la general de 1980 se verifica que:

- se mantiene casi contante la influencia de la insinceridad debida al desconocimiento de la materia, o a la presencia del entrevistador y al miedo a parecer ignorante, y
- cambia, sin embargo, de forma importante, aunque no tanto como en la población urbana actual, la incidencia del miedo al perjuicio que se pueda seguir para el entrevistado de sus respuestas sinceras y de la convicción de inutilidad de las encuestas (ya que «sus opiniones no van a servir para nada»).

En resumen, *disminuye el miedo a los perjuicios que puedan seguirse de la sinceridad de las respuestas* <sup>12</sup>, *aumenta la convicción de inutilidad de las opiniones dadas mediante encuesta y permanecen casi invariados los factores «desconocimiento del tema», «presencia del entrevistador» y «demostración de ignorancia» por parte del entrevistado que responde sinceramente.* Este último factor ha aumentado un poco en la población urbana comparada con la de 1976.

<sup>11</sup> Cf. nota 6. Sobre el proceso de "interacción" propio de la entrevista véase, por ejemplo, GRAWITZ, M., *Métodos y técnicas de las Ciencias Sociales*. Barcelona: Ed. Hispano europea, 1975, tomo II, pp. 206 y ss.: "Los investigadores han discutido a menudo sobre el punto de saber si el encuestado respondía con más franqueza a una entrevista que a un cuestionario escrito... Parece que en lo que afecta a la sinceridad es difícil dar preferencia a uno u otro. Para algunos, la presencia de encuestador puede parecer entorpecedora, mientras que incitará a responder a otros" (p. 227). Cf. CANNELL C. F., y FLOYD, J. F., "Comparison of a self enumerative procedure at a personal interview", *P.O.Q.*, 1963, pp. 250-264, y ELLIS, A., "Questionnaire versus interview. Methodes in the Study of Love Relationships", en *A.S.R.*, volumen III (1947), pp. 541-553. En las encuestas que aquí se comentan los entrevistados no parecen dar mucha importancia a la presencia del entrevistador como factor modificador del grado de sinceridad del entrevistado.

<sup>12</sup> Parece lógico poner en relación esta disminución del miedo al perjuicio que pueda seguirse para el entrevistado a causa de sus respuestas con el proceso creciente de liberalización de la opinión pública en el nuevo contexto de pluralismo político y social existente en la sociedad española y sancionado ya por la Constitución de 1978.

## II.5. *Juicio sobre la utilidad y la influencia social de las encuestas*

Qué duda cabe que el comportamiento del ciudadano frente a las encuestas de opinión y su misma demostración de confianza en ellas dependerán en buena medida del juicio de utilidad y de influencia social que le merezcan. Hace un momento se apuntó un dato que revelaba por parte de un sector de los entrevistados una disminución del aprecio de las encuestas en cuanto a su utilidad práctica. Ahora puede verificarse esto de forma más directa. En este caso se ha preguntado por la utilidad selectiva en cuanto a las personas (las encuestas son útiles ¿para quién?) y en cuanto a las metas (las encuestas son útiles ¿para qué?). Se ha preguntado también por la influencia social o política de las encuestas, ya en la opinión pública, ya en las decisiones del Gobierno, ya en ambas o en ninguna. La respuesta a esta serie de preguntas puede matizar más cuanto se ha señalado hasta aquí acerca de la percepción que los ciudadanos españoles tienen de la naturaleza, finalidad y operatividad de las encuestas de opinión pública. Sólo la lectura conjunta de esta serie de datos permitirá enjuiciar globalmente esa percepción ciudadana acerca de las encuestas<sup>13</sup>, pudiendo añadir en este caso una cierta visión dinámica e histórica de esa percepción ciudadana al seguir comparando datos de 1976 y de 1980.

### II.5.1. *¿Para qué son útiles las encuestas?*

Tanto en 1976 como en 1980 la respuesta mayoritaria a esta pregunta fue la misma: «Para saber la opinión de la mayoría». A continuación pueden verse las series completas de respuestas en ambas fechas en que se presentó la cuestión, distinguiendo una vez más para 1980 entre población urbana (ciudades de más de un millón de habitantes) y población general encuestada. He aquí los datos:

---

<sup>13</sup> Algo de esto se apuntó ya más arriba al constatar la coherencia interna de las distintas opiniones acerca de las encuestas y su grado de aceptación, señalando la relación directa entre confianza en los resultados, creencia en la sinceridad de las respuestas, aceptación de la representatividad, afirmación de la utilidad, etc., por una parte, y baja aceptación, desconfianza en los resultados, no creencia en la sinceridad de las respuestas, no aceptación de la representatividad, afirmación de la inutilidad, etc., por otra. Esta constatación es directamente deducible de los cruces binarios entre variables, sin necesidad de tratamientos estadísticos más refinados.

¿Para qué?	1976		1980	
	Urbana	Urbana	Urbana	General
Para saber la opinión de la mayoría ... ..	32	28		31
Para poder comparar mi propia opinión con la de los demás ... ..	5	7		5
Para tomar decisiones ... ..	7	8		9
Para que se arreglen cosas ... ..	14	13		13
Como elemento informativo ... ..	20	23		18
No tienen utilidad (=para nada) ... ..	10	11		7
No sabe, no contesta ... ..	12	10		17
<b>TOTAL</b> ... ..	<b>100</b>	<b>100</b>		<b>100</b>

Lo primero que sorprende de la lectura de estos datos es la enorme coincidencia de las respuestas a distancia de más de cuatro años. Las variaciones son realmente pequeñas y no permiten discriminar de forma clara cambios importantes en la percepción ciudadana de la utilidad de las encuestas de opinión pública. Persisten como más útiles sus cualidades informativas y de conocimiento sin más de la opinión de la mayoría<sup>14</sup>; le siguen en utilidad los destinos operativos de cambio social («para que se arreglen cosas») y de toma de decisiones; y finalmente hay una pequeña minoría que une al conocimiento de la opinión pública la utilidad adicional de poder contrastar con aquélla la propia opinión. De todos modos, esto mismo entraría en el primer bloque de utilidades informativas. En resumen, podría decirse que los ciudadanos descubren en las encuestas, principalmente, *utilidades informativas* (54 %) y, en menor medida, *utilidades operativas* (22 %); un 7 por 100 las considera *inútiles* y el resto (un 17 %) *no se pronuncia*. En la población urbana de 1976 y de 1980 estos porcentajes han sido:

	1976		1980	
Utilidades informativas ... ..	57		58	
Utilidades operativas ... ..	21		21	
Inútiles ... ..	10		11	
Sin respuesta ... ..	12		10	
<b>TOTAL</b> ... ..	<b>100</b>		<b>100</b>	

<sup>14</sup> No está tan lejos este sentir generalizado de la gente de lo que opinan los expertos acerca de la función de las encuestas. Se les asigna normalmente una función informativa. A diferencia del “voto político”, que puede considerarse una acción orientada a “procurar al Gobierno —en palabras de Dupréel— la autoridad necesaria para aplicar la fuerza del Estado”, la encuesta de opinión “no busca actuar”, aunque tenga su influencia sobre el curso de las cosas. Cf. STOETZEL y A. GIRARD, *op. cit.*, pp. 46 y ss.

Se deduce de los datos anteriores que tampoco en la población de las grandes ciudades españolas se han operado cambios apreciables de opinión acerca de la utilidad de las encuestas de opinión pública desde 1976 hasta finales de 1980.

II.5.2. *¿Para quién son útiles las encuestas?*

Las respuestas obtenidas en 1976 y 1980 a la pregunta específica «¿Para quién cree usted que tienen más utilidad?» (se entiende, las encuestas de opinión pública) fueron éstas:

	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
Para el Gobierno ... ..	16	17	26
Para el pueblo ... ..	18	9	12
Para ambos ... ..	23	23	21
Para empresas privadas ... ..	9	14	7
Para nadie ... ..	10	12	9
No sabe, no contesta ... ..	24	25	25
<b>TOTAL ... ..</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

En este caso, los datos anteriores delatan algunos cambios apreciables de opinión entre los ciudadanos.

Comparando, en primer lugar, los datos urbanos de 1976 y 1980 se descubre lo siguiente:

- Ha disminuido a la mitad (del 18 % pasa al 9 %) el número de los que creen ahora que el más beneficiado por las encuestas es el pueblo.
- Paralelamente, ha aumentado algo el número de los que opinan que la mayor utilidad de las encuestas es para las empresas privadas.
- También son unos pocos más (2 % más) los que opinan en 1980 que no son útiles para nadie.
- De todos modos, el grupo más numeroso (uno de cada cuatro españoles de las grandes ciudades) es en ambas fechas el de los que piensan que los más beneficiados por las encuestas son conjuntamente el pueblo y el Gobierno.

Comparando ahora los únicos datos de que se dispone para 1976, es decir, los de ciudadanos de Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao, con los de la población general encuestada en 1980, se constata, entre otras cosas, lo siguiente:

- Son muchos más los que en 1980 creen que el más beneficiados por las encuestas es el Gobierno (del 16 % se pasa al 26 %).
- Son bastantes menos los que opinan que la mayor utilidad es para el pueblo (del 18 % se pasa al 12 %).
- Permanece casi estable (disminuye 2 puntos) el grupo de los que opinaban que la utilidad era y es para ambos, pueblo y Gobierno.
- Y también disminuye, aunque ligeramente, el número de los que opinan que las más beneficiadas son las empresas privadas o que las encuestas no son útiles «para nadie».

En definitiva, el cambio más notable es el que se refiere a la *disminución de los que opinan que el más beneficiado por las encuestas es el pueblo y al aumento de los que señalan al Gobierno como el más beneficiado*, si bien esta última opinión no es tan frecuente en las grandes ciudades como en las pequeñas y en las zonas rurales.

### II.5.3. *Influyentes, ¿en qué?*

Anteriormente ya se constató que en opinión de la gente *prevalece la finalidad informativa de las encuestas sobre la finalidad operativa*. Había, sin embargo, aproximadamente un 21 por 100 de los encuestados que reconocían espontáneamente utilidades operativas a las encuestas, ya «para que se arreglen las cosas», ya «para tomar decisiones». Se trata ahora de preguntar a todos directamente por el *tipo de utilidades operativas a que se prestan las encuestas de opinión pública*, influyendo en las decisiones del Gobierno, en la modificación de la misma opinión pública, en ambas cosas a la vez o en ninguna. Ante estas alternativas, la población encuestada en 1976 y en 1980 se distribuyó como sigue:

## INFLUENCIA DE LOS DATOS DE LAS ENCUESTAS

	1976	1980	
	Urbana	Urbana	General
En las decisiones que toma el Gobierno.	20	12	23
En la modificación de la opinión pública.	10	12	9
En las dos anteriores ... ..	18	14	14
En nada ... ..	29	34	24
No sabe, no contesta ... ..	23	28	30
<b>TOTAL ... ..</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



También en este caso hay algunos cambios apreciables en la opinión ciudadana. En primer lugar, aumenta el número de los que no se pronuncian sobre el tema. Por lo demás cabría destacar lo siguiente:

- En las grandes ciudades aumenta un poco el número de los que creen que las encuestas de opinión pública modifican la misma opinión pública.
- Así como en la población general se aprecia un ligero aumento de quienes piensan que los datos de las encuestas influyen en las decisiones de gobierno, en la población de las grandes ciudades ha disminuido mucho esta convicción (del 20 % ha pasado al 12 %).
- También ha variado considerablemente el número de los que opinan que las encuestas «no influyen para nada»: han disminuido ligeramente a nivel general de población en 1980 y han aumentado apreciablemente en las grandes ciudades. En varias ocasiones se ha repetido el dato relativo a la mayor consistencia crítica de la opinión de las grandes ciudades actuales respecto de las encuestas de opinión pública: respecto de su representatividad, veracidad de los datos, utilidad e influencia de las mismas.
- En 1980, en las ciudades de más de un millón de habitantes, casi son tantos (34 %) los que opinan que las encuestas no influyen para nada, como los que opinan que influyen en las decisiones de gobierno, en la modificación de la opinión pública o en ambas conjuntamente (total, 38 %).

### III. ¿QUIENES SON ENTREVISTADOS Y CON QUE FRECUENCIA?: UN INTENTO DE VERIFICACION «A POSTERIORI» DE LA REPRESENTATIVIDAD DE LAS MUESTRAS

De las respuestas a la pregunta «¿Ha sido alguna vez entrevistado en una encuesta además de ésta?», se obtienen dos tipos de datos: unos relativos a quiénes han sido entrevistados y quiénes no, y otros relativos a la frecuencia, ya que entre los primeros se distinguía, tanto en 1976 como en 1980, a los que habían sido entrevistados con anterioridad sólo una vez y los que habían respondido ya a más de una encuesta.

Aquí se describirán con más detalle los datos relativos a quiénes han sido entrevistados y quiénes no, porque de ellos se deduce más directamente una información muy útil acerca de la representatividad de las muestras utilizadas en las encuestas de opinión pública.

A continuación se recoge una tabla resumen de los resultados en la que puede apreciarse la variación de proporciones de entrevistación y de frecuencia de la misma entre 1976 y 1980:

## FRECUCENCIA CON QUE HA SIDO ENTREVISTADO

<i>Frecuencia</i>	1976	1980	
	<i>Urbana</i>	<i>Urbana</i>	<i>General</i>
Más de una vez ... .. .	22	30	18
Una sola vez ... .. .	13	18	15
Nunca ... .. .	64	52	65
No contesta ... .. .	1	—	2
<b>TOTAL</b> ... .. .	100	100	100

En primer lugar, resalta la coincidencia de proporciones de entrevistación en la población urbana de 1976 y en la población general de 1980: no han sido entrevistados con anterioridad dos de cada tres y sí ha sido, una vez o más veces, el tercero restante. Cabría pensar que la frecuencia con la que se hacían encuestas urbanas en 1976 se asemeja a la frecuencia con la que se hacen actualmente a nivel de población general, siendo más frecuentes en las ciudades de más de un millón de habitantes. En estas últimas, a juzgar por los datos anteriores, la proporción de entrevistados es casi igual a la de no entrevistados con anterioridad (48 % frente a 52 %).

Hay un dato sorprendente en la tabla anterior: son siempre más los entrevistados precedentemente varias veces que los entrevistados sólo una vez. Lo lógico parecería ser lo inverso, es decir, que fueran más los que anteriormente sólo habían sido entrevistados una vez. Sin embargo, los datos disponibles para 1976 y 1980 son coincidentes en ello e invitan a pensar que es más fácil que sucedan las cosas por este orden: 1.º) no haber sido entrevistado nunca; 2.º) haberlo sido varias veces, y 3.º) haberlo sido sólo una vez. Y este orden se mantiene invariado en todos los tamaños de hábitat no estrictamente rurales, es decir, de más de 10.000 habitantes.

### III.1. *Características de los entrevistados: verificación «a posteriori» de la representatividad de las muestras.*

En la redacción de este epígrafe se parte del supuesto de que es posible verificar la representatividad de las muestras utilizadas en los últimos tiempos en encuestas a la población en función de la respuesta de los entrevistados a la pregunta sobre si precedentemente había respondido o no a alguna encuesta. Si la proporción de entrevistados o de no entrevistados es la misma en las distintas categorías de cada variable considerada, cabe deducir que las muestras han sido realmente representativas de la población. De lo contrario, a mayor variación menor grado de representatividad.

Este presupuesto entraña algunos riesgos, claro está. En primer lugar, es evidente que no todas las encuestas se hacen en base a una muestra nacional como la que sirve de base a los datos que aquí se utilizan. Poco más arriba se señaló ya la posibilidad y la fundada sospecha de que las encuestas son más frecuentes en las ciudades que en los pequeños municipios (son más frecuentes, sobre todo, en las grandes ciudades). Es lógico, por tanto, que la proporción de entrevistados sea más alta entre los residentes en hábitats más numerosos o urbanos que en los menos numerosos o rurales. En esta misma encuesta, estadísticamente representativa a nivel nacional, se descubre la existencia de una relación directa entre mayor frecuencia de entrevista y hábitat más numeroso, de modo que a medida que desciende el tamaño del hábitat aumenta el porcentaje de quienes afirman no haber sido entrevistados con anterioridad:

<i>Tamaño de hábitat</i>	<i>% que no han sido entrevistados</i>
Más de 1.000.000 de habitantes ... ..	52
De 400.000 a 1.000.000 de habitantes ... ..	68
De 100.000 a 400.000 habitantes ... ..	69
De 50.000 a 100.000 habitantes ... ..	42
De 10.000 a 50.000 habitantes ... ..	67
De 2.000 a 10.000 habitantes ... ..	70
Menos de 2.000 habitantes ... ..	80

Si, como sucede realmente, la población española no está homogéneamente repartida en los distintos hábitats respecto de la edad, el nivel cultural o el nivel de ingresos, por ejemplo, y en la confección de las muestras se tiene en cuenta alguna de estas variables, pero no otras, ¿cómo es posible que tales muestras puedan ser representativas según esas últimas variables? Con frecuencia se obvian esas dificultades mediante ponderaciones. Es un procedimiento estadísticamente correcto y no pocas veces necesario. Pero se hace costoso y pesado cuando ha de aplicarse a un número elevado de variables.

Posiblemente a eso se deba el que la variable sexo presente proporciones iguales de *entrevistación* para hombres que para mujeres, ya que es una de las variables mejor controladas y controlables en las operaciones de muestreo y en la realización efectiva de las encuestas. Además, los distintos hábitats sí suelen presentar poblaciones homogéneamente repartidas por sexo, con pequeñas variaciones. En este sentido, que la frecuencia de encuestas sea mayor o menor en un hábitat que en otro no implica una pérdida de representatividad por sexo. Pero no sucede igual con la edad, el nivel de estudios, el nivel de ingresos, la profesión, etc., que, evidentemente, no están homogéneamente repartidas en los distintos hábitats o regiones.

Desde el punto de vista de la edad, las frecuencias más bajas de entrevistados se encuentran en los extremos, es decir, entre los menores de 21 años y los mayores de 60. A este respecto cabe hacer una serie de consideraciones:

1. Parece lógico que, siendo corto el período en que las encuestas se han hecho habituales en España, *no debería haber grandes variaciones de frecuencias entre unos grupos de edad y otros*, a excepción quizás del más bajo (menores de 21 años), en el que la mayor parte de sus componentes actuales habían sido excluidos sistemáticamente de la mayor parte de las encuestas hasta hace uno, dos o tres años. Se explica, por tanto, que los menores de 21 años presenten una frecuencia menor de entrevistados.
2. Pero, ¿por qué presentan una proporción más baja los mayores de 60 años si ya vivían todos desde que se generalizaron las encuestas y no eran excluidos sistemáticamente por ninguna razón? ¿Será que se descuidan en la práctica las entrevistas a personas ancianas y que las muestras reales no son representativas para esta categoría de edad?

En la medida en que, a pesar de los reparos expuestos frente al presupuesto general del apartado, éste siga siendo válido, lo que llama realmente la atención es lo que resulta de la toma en consideración de la variable «nivel de estudios». Las variaciones que presenta son tan grandes que resulta difícil no concluir que las encuestas en general *no han sido representativas en cuanto al nivel de estudios*. Véanse los datos:

### DISTRIBUCION DE ENTREVISTADOS Y NO ENTREVISTADOS SEGUN EL NIVEL DE ESTUDIOS

<i>Nivel de estudios</i>	<i>% de entrevistados</i>	<i>% de no entrevistados</i>	<i>No contesta</i>
Menos de primarios ... ..	19	79	2
Sólo primarios ... ..	36	62	2
Bachiller y formación profesional ... ..	41	59	—
Grado medio ... ..	45	43	2
Universitarios ... ..	73	25	2

Según esto, la probabilidad de ser entrevistado es directamente proporcional al más alto nivel de estudios alcanzados. Esto puede interpretarse como

un *sesgo habitual* de las encuestas a juzgar por las declaraciones de los entrevistados en ésta <sup>15</sup>.

Dentro del grupo de los entrevistados alguna vez, también la frecuencia de entrevistas a que han sido requeridos los entrevistados en esta ocasión es más alta a medida que sube el nivel cultural de los mismos:

<i>Nivel de estudios</i>	<i>% que han sido entrevistados más de una vez</i>	<i>Diferencia con la <math>\bar{X}</math></i>
Menos de primarios ... ..	8	— 10
Sólo primarios ... ..	19	+ 1
Bachiller y F. P. ... ..	24	+ 6
Grado medio ... ..	38	+ 20
Universitarios ... ..	50	+ 32

Es un dato digno de comprobar en ocasiones sucesivas. Qué duda cabe que, si esto es así, en las encuestas de opinión pública en las que sea importante medir la influencia del nivel de estudios, será preciso tener presente esta variable a la hora de confeccionar la muestra o, al menos, a la hora de tabular los resultados, mediante una ponderación adecuada.

Este alto grado de variación puede deberse en parte a que la frecuencia de encuestación es más alta en las poblaciones urbanas que, a su vez, presentan niveles de estudio superiores a las rurales. Puede proceder también, en alguna medida, del sesgo introducido por una parte de los entrevistados que declare un nivel cultural superior al que realmente tienen por «miedo a parecer ignorantes» o por razones de este tipo. También puede deberse a que parte de las encuestas se hagan a muestras de personas con un determinado nivel académico o profesional. Pero no parece que este tipo de razones dé una explicación suficiente para esa heterogeneidad y esas grandes diferencias en los distintos niveles culturales.

La variable *profesión*, en la medida en que correlaciona positivamente con la de nivel de estudios, evidencia también disparidad de oportunidades a la hora de ser requerido para contestar entrevistas. De todos modos, en los datos de que aquí se dispone no existe una tendencia tan clara en ningún sentido, aunque existan ciertas diferencias entre las frecuencias de encuestación.

<sup>15</sup> Conviene señalar que la distribución de los entrevistados en esta encuesta en razón de la variable nivel de estudios coincide con gran exactitud con otras distribuciones muestrales a nivel nacional realizadas por el C.I.S. Esto impide interpretar como excepcional tal distribución, lo que invalidaría todo razonamiento en torno a un posible sesgo sistemático de las muestras en razón de la frecuencia relativa de encuestación.

### III.2. *La ideología política de los entrevistados*

Se recoge en epígrafe aparte lo relativo a la ideología política de los entrevistados porque, dentro de las encuestas de opinión pública que se realizan en España, han sido creciendo notablemente las relativas al voto político. Además, tiene un interés especial para los sondeos preelectorales y para los intentos de predicción de voto el verificar en qué medida la predisposición a responder a encuestas de opinión pública es igual o distinta entre los votantes de distintos partidos y entre los grupos de ciudadanos que se forman a la hora de ubicarse a lo largo de una escala de ideología política<sup>16</sup>.

De hecho, en esta encuesta se percibe cómo hay notables diferencias entre las proporciones de entrevistados que se declaran de los diferentes partidos políticos. Y algo semejante sucede con los porcentajes de las diferentes categorías de la escala de ideología política, como se verá más adelante<sup>17</sup>.

En más de una ocasión se ha planteado la hipótesis de que los votantes de partidos de izquierda y los ciudadanos que se autoubican en la izquierda de la escala de ideología política se brindan más fácilmente y más frecuentemente a contestar a las encuestas de opinión pública y, de modo especial, a las de naturaleza política o preelectoral. Con los datos de esta «encuesta sobre las encuestas» se puede intentar una primera respuesta a esta hipótesis. Basta utilizar las proporciones de entrevistados y de no entrevistados entre los votantes de cada uno de los partidos políticos, o al menos de los mayoritarios o de implantación nacional, así como los porcentajes de respuestas en las categorías de la escala de autoubicación política<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Sobre la necesidad, en las sociedades con sistemas políticos pluripartidistas, de un marco de referencia simplificador desde el punto de vista ideológico, como el que ofrece al ciudadano la dimensión izquierda-derecha, cf. INGLEHART, Ronald, y SIDJANSKI, Dusan, "Dimension gauche-droite chez les dirigeants et électeurs suisses", en *RFSP*, vol. 24, núm. 5, 1974, pp. 995-1025. Los argumentos utilizados por estos autores para razonar la vigencia en Europa de la referencia política frente a la dimensión izquierda-derecha son aplicables a España, y quizá con más fuerza aún en razón de la experiencia vivida en la Guerra Civil. Véase también FRANCISCO ALVIRA y otros, *Partidos políticos e ideologías en España*. Madrid: C.I.S., 1978.

<sup>17</sup> Que el posicionamiento en la escala de ideología política izquierda-derecha haya de entenderse como causa o como consecuencia de la adscripción o preferencia por un determinado partido político es algo no resuelto. Puede tratarse de fenómenos *simultáneos*, como opina G. SANI (cf. "A test of the least-distance Model of Voting Choice", en *Comparative Political Studies*, 7, 1974); el posicionamiento en la escala puede ser anterior y condicionar "el voto y la adscripción a un partido u otro", como afirma, para el caso de España, F. ALVIRA y otros, *op. cit.*, p. 20, y pp. 41-58; y aún caben otras alternativas, como han puesto de manifiesto otros autores (cf. INGLEHART y SIDJANSKI, *op. cit.*).

<sup>18</sup> El hecho de que la base de muestra quede muy reducida cuando se trata de categorías extremas o marginales, tanto en los extremos de la escala de ideología izquierda-derecha como en el caso de los partidos regionales o sin representación parlamentaria, aconseja prescindir de ellos aquí, en espera de una muestra más amplia que permita un mayor desglose de los datos, conservando significación.

Se puede comenzar por los datos relativos a los cuatro partidos mayoritarios de implantación nacional:

<i>Partido</i>	<i>% de entrevistados</i>	<i>% de no entrevistados</i>
UCD .....	30	70
PSOE .....	37	62
PCE .....	43	54
CD .....	43	54

Según estos datos, la hipótesis antes mencionada se verifica parcialmente en el caso español para los dos partidos mayoritarios: la proporción de entrevistados entre los votantes del PSOE (partido de izquierda) es apreciablemente superior (+ 7 %) a la de los de UCD (partido de centro y centro-derecha). O lo que es igual, el porcentaje de no entrevistados del PSOE es apreciablemente inferior (— 8 %) al de UCD.

No puede decirse otro tanto respecto de los otros dos partidos nacionales, y eso que uno de ellos se sitúa nítidamente a la izquierda (el PCE) y el otro a la derecha (CD). Este hecho requiere una explicación diferente a la que entraña la hipótesis apuntada más arriba. Posiblemente, a la dimensión izquierda-derecha haya que añadir otra dimensión interpretativa de la mayor o menor frecuencia de entrevistación o predisposición a responder a encuestas de opinión pública, principalmente política. Más de una vez se ha señalado ya que la participación electoral y quizá también la predisposición a responder a encuestas es más alta entre quienes tienen una actitud de militancia más fuerte, lo que suele coincidir con quienes pertenecen a minorías ideológicas. En los grupos ideológicos minoritarios la proporción de militantes suele ser más alta<sup>19</sup>.

Teniendo en cuenta esta segunda dimensión es como puede tener explicación esa semejanza de proporciones de entrevistados entre los votantes de CD (partido minoritario de derechas) y PCE (partido minoritario de izquierdas). De todos modos queda aún por explicar por qué el PCE, en el que confluyen «militancia de minoría» e «ideología de izquierda», no presenta un

<sup>19</sup> En opinión de ALVIRA, ESPINOSA, HORTER y PEÑA (cf. *La ideología política de los españoles*. Madrid: C.I.S., 1977), la escala izquierda-derecha "al presentar un punto neutro entre los dos extremos bipolares, está midiendo también de alguna manera la intensidad" de la ideología política (p. 122), intensidad que "va aumentando desde el centro a los extremos" (p. 118). Si esto es así y, por otra parte, estos mismos autores concluyen que "la ideología política es una variable potente en la explicación de comportamientos políticos (voto, intención de voto, valoración de medidas...)" (p. 147), parece apropiado sospechar que esta misma variable tenga algo que ver con el distinto grado de participación en encuestas socio-políticas y de opinión pública. Esta es una de las sospechas de que aquí se parte.

porcentaje de entrevistados más alto que CD, en la que la «militancia de minoría» debería estar parcialmente contrarrestada por su «ideología de derecha». Dicho de otra manera, al cruzar las dos dimensiones antes aludidas, se obtienen cuatro tipos, cada uno de los cuales tiene hipotéticamente su correspondiente con uno de los cuatro partidos nacionales considerados aquí. Gráficamente podría expresarse así:

		“Ideología de izquierda”	
		—	+
“Militancia de minoría”	+	— + CD	+ + PCE
	—	— — UCD	+ — PSOE

Según esto, la mayor abundancia de signos «+» significaría mayor propensión a responder a encuestas de opinión pública. De ello se deduciría, sin más, la expectativa de una mayor presencia relativa entre los entrevistados de aquellos que por razón de «militancia de minoría» (votantes de CD y PCE) o de «ideología de izquierda» (votantes del PSOE y del PCE) estarían más motivados a ofrecer su opinión a quien se la pida, por ejemplo, mediante encuesta de opinión pública.

En términos concretos, tal motivación y tal presencia relativa más frecuente entre los entrevistados sería *mayor* que en ninguno de los otros tres sectores de votantes en el de los votantes del PCE, con doble signo positivo; sería *semejante* (dado que no se ha medido aún la fuerza motivacional de cada una de las dos dimensiones consideradas) entre los votantes del PSOE (positivo y negativo) y de CD (negativo y positivo); y, por fin, sería *menor* que el resto entre los votantes de UCD, con doble signo negativo. Ya se señaló que esta tipología no coincide exactamente con los datos obtenidos en la presente encuesta, ya que se da semejanza entre CD y PCE cuando, según la hipótesis esbozada, la semejanza debería darse entre CD y PSOE. Pero sí discrimina a UCD como el sector de votantes menos motivados a responder a encuestas de opinión pública y así lo confirman los datos. También el PSOE se aleja tanto de UCD como del PCE, tal como había sido sospechado en hipótesis. Y el balance final de la hipótesis, es decir, una mayor presencia entre los entrevistados de los votantes de partidos minoritarios y/o de izquierda, también coincide con el balance final de los datos de esta encuesta.



Será preciso proceder a ulteriores verificaciones de la hipótesis. Pero no parece que se pueda descartar por ahora la afirmación de que existe una cierta sobrerrepresentación de ciudadanos de izquierda y/o de militantes de partidos minoritarios entre quienes contestan a las encuestas de opinión pública. Y tenerlo en cuenta puede ayudar a matizar provechosamente los cálculos de predicción de voto a partir de los resultados de los sondeos preelectorales que interrogan sobre la intención de voto o cuestiones semejantes<sup>20</sup>.

Por el momento se puede intentar una prueba parcial más de la misma recurriendo a la escala de ideología política. Tendría que verificarse, para ratificar de algún modo la validez de tal hipótesis, que los entrevistados que se autobican en el ala «izquierda» de la escala de ideología presenten una frecuencia más alta de entrevistas que los que se sitúan en la «derecha» de la escala.

Los datos disponibles son éstos:

<i>Autobicación política</i>	<i>% de entrevistados</i>	<i>% de no entrevistados</i>
Extrema izquierda ... ..	18	82
Izquierda ... ..	38	61
Centro ... ..	34	66
Derecha ... ..	36	64
Extrema derecha ... ..	41	59

Fijando la atención primeramente en las categorías de «izquierda» y «derecha» se aprecia que los datos, aunque con variaciones poco pronunciadas, ratifican la dirección expuesta en hipótesis:

1. La frecuencia de entrevistados es superior (+ 2 %) en la «izquierda» que en la «derecha».
2. El porcentaje de no entrevistados es menor en la «izquierda» (— 3 %) que en la «derecha».
3. No se puede perder de vista, conocida la composición del abanico político español (y de su reflejo en la escala que se considera aquí), el hecho de que el mayor contraste en el sentido de este análisis se dé entre las categorías «izquierda» y «centro» de la escala: la cate-

<sup>20</sup> Evidentemente, no quiere esto decir que la predisposición a responder o no a encuestas de opinión pública esté relacionada o dependa *únicamente* de la ideología o de la militancia. En determinados temas políticos y de partidos puede intervenir, entre otras, la variable Gobierno-oposición, y uno y otra de forma diversa y combinada en los ámbitos local, regional y nacional. Será otro aspecto digno de ser tenido en cuenta a la hora de hacer cálculos de predicción o simulaciones de voto.

goría «centro» presenta una frecuencia cuatro puntos más baja de *entrevistación* que la categoría «izquierda», y la categoría «izquierda» presenta una frecuencia cinco puntos más baja de *no entrevistación* que la categoría «centro».

4. Si unimos, por tanto, las diferencias de porcentajes de entrevistados de «centro» y de «derecha» frente a los de «izquierda», estaríamos próximos a entrever una verificación parcial de la hipótesis planteada, en paralelo con lo señalado para los dos partidos mayoritarios.

Estos mismos datos, sobre todo teniendo en cuenta las categorías extremas, exigen de nuevo la presencia interpretativa de otra dimensión como la llamada anteriormente «militancia de minoría», que respondería a otra línea de desarrollo e influencia en la predisposición a ser entrevistado y a responder a encuestas de opinión pública. No es poco, sin embargo, que los datos relativos a la zona moderada del abanico ideológico, tanto de la escala de ideología como de los partidos nacionales mayoritarios, no sólo no desmientan la hipótesis, sino que corroboren, aunque sólo sea parcialmente, esa línea de interpretación acerca de una mayor presencia o sobrerrepresentación de la «izquierda» y de los militantes de minorías entre los ciudadanos que responden habitualmente a las encuestas de opinión pública. Aunque sea difícilmente cuantificable, la sola verificación de este supuesto ayudaría a ponderar en cierta medida la fuerza predictiva de algunas distribuciones de voto obtenidas por encuesta. Será preciso continuar investigando en esta dirección. También aquí queda sin explicar esa diferencia notable de porcentaje de entrevistación entre quienes se definen de «extrema izquierda» (18 %) y quienes se definen de «extrema derecha» (41 %). Estos datos contradicen abiertamente la hipótesis antes descrita, que exigiría una proporción más alta entre los ubicados en la extrema izquierda (por coincidir fuerte militancia de minoría y fuerte ideología de izquierda) que entre los de extrema derecha (porque la ideología se suponía más inhibitoria de la participación en encuestas de opinión pública). Pero no conviene hacer excesivo hincapié en estos porcentajes, porque traducen cifras absolutas muy pequeñas.

Sea cual fuere el valor explicativo de la hipótesis expuesta acerca de la sobrerrepresentación de ciudadanos de izquierda y de militantes entre quienes se prestan a dar su opinión a través de encuestas sociopolíticas, lo cierto es que los datos recogidos en este capítulo dicen algo acerca de quiénes son encuestados y quiénes no, y quiénes lo son con más frecuencia y quiénes con menos. En resumen, cabe señalar lo siguiente:

- Las encuestas mantienen un alto grado de representatividad por sexo y, casi en la misma medida, por edad.
- Las encuestas son más frecuentes en medios urbanos que en medios rurales. Dentro de los urbanos, en las ciudades millonarias la frecuen-

cia de encuestas es relativamente mayor. (Esto condiciona y limita la capacidad de los datos de esta encuesta para probar el grado de representatividad de las muestras).

- Los datos de esta encuesta no son muy claros a la hora de verificar la representatividad o no de las encuestas en razón de la variable *profesión*, aunque hay indicios de que abundan relativamente más entre los entrevistados los titulares de profesiones altas.
- La representatividad de las encuestas en base al nivel de estudios de los ciudadanos presenta fuertes dudas. Los datos de esta encuesta revelan diferencias muy grandes de proporciones de entrevistados entre los distintos niveles de estudio. Parece existir una sobrerrepresentación grande de ciudadanos de más alto nivel cultural entre quienes responden a las encuestas. A más alto nivel de estudios, mayor proporción de entrevistados se descubre y con mayor frecuencia.
- Por fin, también se descubren problemas de representatividad en cuanto a la ideología política de los entrevistados y a su pertenencia como votantes a los diferentes partidos políticos. Hay indicios de sobrerrepresentatividad entre los entrevistados de ciudadanos de izquierda, extrema derecha y extrema izquierda, frente a los de centro y centro derecha. Igualmente hay indicios de sobrerrepresentatividad de votantes de CD, PCE y, en menor medida, PSOE, frente a los votantes de UCD. Se ha pretendido dar una explicación de este hecho, pero hay que considerarla provisional e incompleta, por no resolver ciertas contradicciones señaladas más arriba.