Quién es quién

Segismundo Moret y Prendergast (Cádiz 1838-Madrid 1913)

Se trae aquí a colación al impulsor y Presidente del pionero esfuerzo de institucionalización estatal de la información estadística social en España: la Comisión de Reformas Sociales. Creada en diciembre de 1883 por Moret para la obtención de la "Información" sobre las condiciones de la clase obrera urbana y campesina tuvo un fuerte impacto en la época y supuso una recopilación muy estimable (como se aprecia en la edición facsímil del Ministerio de Trabajo [1985] al cuidado y con un fundamental estudio de Santiago Castillo). Después de muchos avatares (descritos pormenorizadamente por Mª Dolores Calle, 1989), las medidas prácticas de intervención se dilataron. No obstante su huella es muy apreciable en todos los intentos reformistas posteriores: Instituto de Re-formas Sociales e Instituto Nacional de Previsión principalmente (como ilustra Palacio Morena [1988]).

Estadísticas de salarios, huelgas, asociaciones, tiempo de trabajo, condiciones de vida y salud de las familias, trabajo de mujeres y niños, régimen de cultivo de la tierra, acceso al crédito, instituciones de previsión y seguro, bienes públicos, beneficencia, emigración, impuestos, ... todo el mundo de la información social estaba ya en el larguísimo cuestionario que Gumersindo de Azcárate había pergeñado, en tanto que Secretario y corazón metodológico de la Comisión.

Detalle del dibujo de Comba tomado del natural en la primera sesión de la Información Oral acerca de las reformas que interesan a las clases obreras, celebrada en el Paraninfo Viejo de la Universidad Central el 26 de Octubre de 1884

Dos notas pueden ser destacadas. En primer lugar la apertura y al tiempo en ocasiones la "ingenuidad" técnico-metodológica del procedimiento de recogida de información. Bajo la fachada de la entrevista directa al conocedor (normalmente corporativo) a todo se recurre para captar la realidad: censos, estadísticas administrativas, encuestas ad hoc, testimonios, etc. Si observásemos hoy todos los papeles producidos (con los ojos de nuestro hipercompartimentado especialismo) percibiríamos seguramente dicho magma como equivalente a un gran desorden. Pero convendría reflexionar sobre el sentido que articulaba todo ese esfuerzo: la titánica tarea de acopiar mucha información sobre un asunto en el que se percibía se jugaba la estabilidad de la sociedad. Y allí estaban para testificarlo con su presencia viva en largas sesiones lo más granado de los prohombres de la Restauración (¡qué no daría cualquier oficina de estadística actual por un centésimo de esa atención!). También desde el primer momento se desplegó la bifronte faz con que forzosamente se presenta la necesaria información estadística en el debate democrático: entre la deseable neutralidad intencional y la inevitable toma de postura que la selección y definición de los conceptos y categorías estadísticas conlleva. Estas implicaciones fueron claramente percibidas por las asociaciones obreras que optaron por la aceptación (las cercanas al mutualismo), el rechazo (anarquistas) o la participación propagandístico-instrumental (con lo que el núcleo socialista madrileño depara los momentos más tensos y brillantes en las intervenciones de García Quejido, Matías Gómez y Pablo Iglesias).

La historiografía española ha recorrido un largo camino en la apreciación del papel de Moret en estos intentos reformistas y en su larguísima trayectoria como político. Ya Elorza percibió tempranamente (1966) lo llamativo de que el impulsor de un intento reformista y social tan llamativo fuese un acérrimo liberal. Como jovencísimo catedrático de Hacienda se inició formando parte de lo que se conocía como "los economistas" (por sobrentendido liberales que hoy llamaríamos fundamentalistas) que coparon los gobiernos de la Gloriosa, e impulsó sin descanso la eliminación de los aranceles, los impuestos sobre el consumo y la intervención del Estado. Su enorme formación incluía su adhesión a Bastiat y la escuela francesa, un profundo conocimiento de la literatura inglesa, y el influjo indudable del armonismo en contacto con el núcleo krausista. Como político después de permanecer en todas las combinaciones de Sagasta, no consiguió hacerse con la herencia de la jefatura liberal (como detalla Carlos Ferrera en su documentadísima biografía [2002]). Tampoco ha tenido fortuna su figura hoy, ya que los numerosos estudios loatorios de un trabajado remake de la Restauración han practicado pocas labores fuera del monocultivo de Cánovas o, como mucho, Sagasta.

Ignacio Duque

Primera encuesta sobre salud y hábitos sexuales de los españoles

El Instituto Nacional de Estadística, en colaboración con la Secretaría del Plan Nacional sobre el SIDA del Ministerio de Sanidad y Consumo, ha elaborado la primera encuesta de Salud y Hábitos Sexuales. Esta encuesta, dirigida a personas de edades comprendidas entre 18 y 49 años que residen en viviendas familiares principales, se ha llevado a cabo con un novedoso método de recogida de información.

Así, las personas seleccionadas fueron visitadas por los entrevistadores y la información se recogió con un ordenador portátil. Entrevistador y entrevistado realizaron de forma conjunta la sección del cuestionario dedicada a características socio-demográficas, de forma que el entrevistado se familiarizara con las habilidades del ordenador. Después, cuando las preguntas del cuestionario correspondieron a temas sexuales, el entrevistador entregó el ordenador portátil al entrevistado para que éste continuara contestando él solo, preservando así su intimidad.

La encuesta refleja que el 38,4% de las mujeres y el 40,1% de los hombres entre 18 y 49 años se ha hecho la prueba VIH/SIDA. Por otro lado, sólo el 59% de las personas que han tenido parejas ocasionales utiliza siempre el preservativo, por lo que un 41% de la población con este tipo de relaciones ha podido estar expuesta alguna vez al riesgo de infección por el VIH.

El INE comienza a publicar estimaciones avance del PIB trimestral

El INE continua avanzando en la difusión de índices adelantados. Después de que el pasado mes de mayo iniciara la publicación del indicador adelantado del Indice de Precios de Consumo Armonizado (IPCA), ahora ha comenzado a divulgar las estimaciones avance del Producto Interior Bruto (PIB) trimestral.

Esta nueva información se ceñirá a la tasa de crecimiento en términos reales del PIB español, ajustado de variaciones estacionales y de calendario. El dato se publicará con un retraso inferior a los 45 días desde la finalización del trimestre de referencia.

Con la difusión de este indicador adelantado, España se incorpora al conjunto de países de la Unión Europea que elaboran este avance, con el que la Oficina de Estadística Europea (EUROSTAT) realiza una primera estimación del crecimiento del PIB trimestral europeo.

La población española superará los 50 millones en el año 2025

Las proyecciones de población calculadas a partir del Censo 2001 reflejan una clara tendencia creciente de la población española para los próximos 50 años. Este crecimiento demográfico se deberá, fundamentalmente, a la inmigración, que también influirá al alza en las cifras de nacimientos. Además, la estructura por edades más joven de los inmigrantes permitirá frenar, aunque no detener, el proceso de envejecimiento de la población española.

Según estas proyecciones, en el año 2010 España contará con 45,6 millones de habitantes y en el año 2025 habrá superado la barrera de los 50 millones de personas. En el año 2050 alcanzará los 53,14 millones de personas y, a partir de ese año, se producirá un cambio de tendencia en la población, que comenzará a disminuir hasta situarse en el año 2070 en algo más de 51 millones.

Por grupos de edad cabe destacar que las personas de 65 o más años prácticamente duplicarán su peso relativo sobre el total de la población al pasar del 16,8% del total en el año 2005 al 30,8% en el 2050.

La esperanza de vida al nacimiento de los varones crecerá desde 76,62 años de 2002 hasta 80,88 años de 2030, mientras que la de las mujeres aumentará en ese mismo periodo desde 83,36 hasta 86,91 años. El número medio de hijos por mujer crecerá desde 1,256 en el año 2002 hasta 1,525 en 2030. Por su parte, la edad media a la maternidad seguirá creciendo, aunque a un ritmo más lento.

“La participación media en Europa está descendiendo de manera sostenida en las últimas décadas”

Cuando hablamos de estadísticas y elecciones, hablamos de intención de voto y de voto real. Esta diferenciación “exige tener presente que el estudio del comportamiento electoral y concretamente la intención de voto se halla inexorablemente unido al desarrollo de la estadística como disciplina científica y más concretamente a la teoría del muestreo”, asegura Mª del Rosario García Mahamut, directora general de Política Interior.

¿Desde cuando contamos con una estadística que mida fielmente esta intención de voto?

Observe que a partir de los años 40 del siglo pasado la estadística permite medir con una razonable fiabilidad la intención de voto de los ciudadanos de un país a partir de muestras aleatorias relativamente pequeñas de electores, conociéndose, por lo demás, la probabilidad de que la estimación fuera cierta, y en qué se podría desviar ese cálculo de la realidad. Pues bien, pese a los avances científicos y tecnológicos, mi opinión es que resultará difícil que la ciencia llegue a garantizar de forma sistemática un reflejo exacto entre el voto real de los ciudadanos y la intención de voto que previamente han recogido las encuestas. Entre las múltiples razones en que apoyo este juicio –amén de las de orden sociológico, cultural, jurídico, etc.- no puedo soslayar una: la intención de voto medida en las encuestas es como una fotografía que refleja con mayor o menor nitidez las preferencias del electorado en el momento en que se realiza la encuesta. En consecuencia, el tiempo que media entre la realización de la encuesta y la jornada electoral resulta crucial.

¿Qué validez tienen las ‘encuestas israelitas’?

En íntima conexión con lo que acabo de señalar, en principio, distinguiría dos cuestiones a la hora de contestar a su pregunta. Por un lado, una de carácter más técnico y que afecta, en general, a la validez de las encuestas, que dependerá esencialmente de la amplitud o tamaño de la muestra, así como de la calidad de ese muestreo. Por otro lado, es indudable que las encuestas que se realizan a la salida de los colegios electorales ofrecen al menos una ventaja evidente respecto a las encuestas preelectorales: se realizan inmediatamente después de que la gente vote, y no unos días o semanas antes de la jornada electoral. Sin embargo, no son capaces de pronosticar con certeza sistemática cuáles serán los resultados electorales, y ello aun en la hipótesis de que la estadística fuera una ciencia exacta y eliminara el error muestral. La razón que explica esta incertidumbre es elemental pero importante; existe un factor intangible que condiciona todo lo señalado con anterioridad: el votante, ante la pregunta que le formula el encuestador y amparado tanto en el derecho constitucional a no exteriorizar las propias ideas como en el carácter secreto que en nuestro sistema tiene el sufragio, está en su derecho, si así lo desea, de expresar el sentido del voto formulado así como de no hacerlo.

¿Qué diferencias se aprecian en los sistemas de medición entre España y Europa en cuanto a intención de voto y voto real?

Las diferencias que pueda haber entre la medición de intención de voto y de voto real son esencialmente las derivadas de la normativa y del sistema electoral existente. Así, en algunos países no existe ninguna limitación legal para la realización y la difusión de encuestas políticas en periodo electoral, mientras que en aproximadamente la mitad de los actuales Estados miem-

bros de la UE, prohíben la difusión de encuestas en alguna fase del periodo preelectoral, como hace, por ejemplo, la legislación española. Esto implica que en algunos países la capacidad predictiva de las encuestas preelectorales sea más limitada que en otros, sobre todo cuando las campañas tengan efectos movilizadores relevantes en los electores, o cuando el propio conocimiento de las encuestas influya en el comportamiento de los electores. En cuanto a la medición del voto real, la casuística es tan variada como la normativa electoral de cada país, pero evidentemente, en los países que aplican sistemas electorales complejos, como Irlanda o Malta, el recuento de los votos es habitualmente más lento y complicado que en países con sistemas electorales más sencillos.

¿Por qué los ciudadanos, en su mayoría, no acuden a las citas electorales siendo éstas uno de los principios básicos de la Democracia?

Yo diría, con las estadísticas en la mano, que en los países de nuestro entorno lo habitual es que la mayoría de los ciudadanos acudan a votar cuando son convocados a las urnas. En elecciones de ámbito nacional, en Europa generalmente votan unas tres cuartas partes de los electores; una gran mayoría. Dicho esto, evidentemente las tasas de participación varían considerablemente de unos a otros países, y dentro de cada país según el tipo de proceso electoral celebrado.

Pero si nos centramos en la participación electoral a nivel nacional, en realidad, sólo hay dos democracias occidentales en las que en las últimas décadas es relativamente frecuente que no participen la mayoría de los ciudadanos: son Suiza y Estados Unidos, y lo que tienen en común es que posiblemente sean los dos estados en que los ciudadanos son convocados a las urnas con más frecuencia (aunque esta no sea la única explicación, y quizá tampoco la más importante, de las bajas tasas de participación en estos dos países).

Lo que sí está ocurriendo es que la participación media en Europa está descendiendo de manera sostenida en las últimas décadas. Existen muchos estudios en torno a las posibles causas de lo que Gauchet llama "fatiga civil", y por ello no es fácil hacer un diagnóstico ni ofrecer soluciones inmediatas. En cualquier caso, todo lo que se haga con el fin de aproximar a ciudadanos e instituciones políticas y de concienciar a aquellos de su necesaria participación redundará en la mejora del sistema, y, por ende, en la propia ciudadanía. En este ámbito, la función de esta Dirección General es contribuir a facilitar y hacer más sencillo el ejercicio del voto de todos los ciudadanos.

¿Cuál es la impronta que pretende dar a su gestión al frente de la Dirección General?

La Dirección General de Política Interior acaba de experimentar un cambio sustancial. Ya no sólo tiene entre sus competencias fundamentales la gestión de los procesos electorales, sino que pasa a depender de ella la Oficina de Asilo y Refugio. Se trata por tanto de dos competencias de un gran peso específico.

A mi entender, la Administración debe ser accesible para el ciudadano y en esa línea se enmarca mi gestión al frente de la Dirección General. En el caso de la gestión de los procesos electorales, por ejemplo, la Dirección General de Política Interior trabaja intensamente para que los resultados de cada proceso celebrado se conozcan rápidamente gracias a un complejo y avanzado procedimiento de transmisión de la información en el que juegan un papel fundamental los representantes de la Administración que hay en las Mesas Electorales. Estos son los encargados de transmitir telefónicamente los resultados a un Centro de Recogida de Información provincial en donde se graban y transmiten a un ordenador central en el que se van aplicando las formulas legales correspondientes.

Además, los resultados de los procesos que se han celebrado en España se pueden consultar, bien a través de la web electoral donde se encuentra disponible la base de datos histórica de resultados, o bien a través de una consulta específica a la propia Dirección General, ya sea telefónicamente, por escrito o por correo electrónico

Para la Dirección General de Política Interior resulta básico hacer todos los esfuerzos para que la difusión de resultados electorales sea rápida y accesible, de modo que llegue a todos y contribuya a transmitir la transparencia y objetividad que inspiran el desarrollo de todo el proceso. La Administración del Estado tiene una función vicarial de servicio al ciudadano, y es en esa óptica donde yo concibo la gestión.

Mª del Rosario García Mahamut

DIRECTORA GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR. MINISTERIO DEL INTERIOR

Licenciada en Derecho y Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid es doctora en Derecho por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y catedrática de Derecho Constitucional en la Universidad Jaume I de Castellón. Autora de varias monografías, destacan *Las Comisiones parlamentarias de investigación en el Derecho Constitucional español* y *El Indulto. Un análisis jurídico-constitucional.* Ha participado en obras colectivas y publicado artículos y estudios en revistas especializadas españolas y extranjeras.

Comunicación gubernamental a través de internet

Gestión de la información pública en los procesos electorales

La presencia en Internet de las páginas oficiales de los distintos partidos políticos parece adquirir más relevancia cuando se aproximan unas elecciones. A pesar de que es en estos momentos cuando más se visitan, la información y los servicios que ofrecen han tenido que ser planificados con antelación. Pero para ello es necesario identificar primero, las necesidades de información de aquellos a quienes van dirigidas, es decir del público en general y después, las oportunidades que ofrece la tecnología que permiten optimizar dicha oferta.

Revista Índice

Muchos gobiernos son cada vez más conscientes de las oportunidades que les ofrece la Red y plantean sus sitios en Internet no sólo como lugares de información a los que acudir en momentos puntuales como la celebración de unas elecciones, sino como lugares a través de los que ofrecer servicios públicos e interactuar con el ciudadano. Y es que con el aprovechamiento de estas oportunidades y la mejora de los mencionados servicios, los gobiernos demuestran entender el potencial que ofrece la tecnología con el objetivo de mejorar sus vías de comunicación tanto en lo que se refiere a información como a efectividad administrativa.

Intercambio de información entre Gobierno y ciudadanos

En este sentido, la Brown University de Rhode Island en los Estados Unidos, ha elaborado un estudio en el que se hace una clasificación de los países cuya gestión electrónica de la información gubernamental (e-government) está más desarrollada. Datos de este estudio recogidos en un artículo publicado el pasado 20 de septiembre en www.politicsonline.com, revelan que a lo largo de lo que va de año, el ritmo al que han ido creciendo los servicios electrónicos de información prestados por los webs gubernamentales se ha desacelerado para dar paso a una consolidación de los mismos. Esto significa que los gobiernos han querido prestar más atención al uso que los ciudadanos hacen de la información que tienen a su disposición y de la que han sido provistos.

Otra de las razones que según el mencionado artículo justifica este hecho es que los primeros pasos que permiten poner en marcha el intercambio informativo entre Gobierno y ciudadanos son más sencillos que aquellos que les siguen.

Según el estudio realizado por la Brown University, la clasificación de los 20 países con una mayor presencia de servicios gubernamentales a través de Internet y con ella una mejor gestión de la información, estaría encabezada por Taiwan y seguida de Singapur, Estados Unidos y Canadá.

> **“Los gobiernos demuestran entender el potencial que ofrece la tecnología”**

En lo que respecta a las tendencias seguidas por las distintas Administraciones en el planteamiento de su oferta de servicios a través de Internet, el estudio realizado por la consultora en nuevas tecnologías, Accenture, recogido en un artículo publicado en www.politicsonline.com a mediados de este año, afirma que algunas de ellas se materializan en que los líderes de la Administración en Internet son conscientes del ahorro que significa ofrecer servicios más completos a través de la Red.

En este sentido, los servicios con más éxito han sido aquellos cuyas Administraciones han sabido integrar verticalmente, es decir, aquellas webs que incluyen servicios locales, estatales e incluso internacionales. Otra de las tendencias se mani-

fiesta en que los gobiernos empiezan a ofrecer servicios en línea personalizados. Mediante la identificación y segmentación de sus ciudaddanos y usuarios pueden ofrecerles una información más acorde a sus necesidades. La promoción de los servicios ofrecidos a través de Internet se ha convertido en una de las prioridades de aquellos gobiernos que se han esforzado por conseguir que sus ciudadanos usen cada vez más los servicios en línea que ofrecen sus webs.

El mencionado estudio pone de manifiesto que una completa oferta de servicios en línea de las Administraciones depende más de la voluntad que de los recursos económicos. Es muy posible, sin embargo, que tanto la voluntad como la falta de ella a la hora de desarrollar este tipo de servicios administrativos, dependa del mayor o menor desconocimiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías a la comunicación política y con ella, a la oferta de servicios interactivos de los gobiernos.

Según los expertos, una buena comunicación política a través de Internet pasa por potenciar la comunicación entre Gobierno y electorado permitiendo un mayor grado de interactividad a través de la Red y no concibiéndola como un medio unidireccional de transmisión de información.

Durante las campañas electorales es recomendable incorporar a la web más información relativa a la misma adaptándola a las características de la Red. De esta manera se optimizan y multiplican los recursos que ofrecen los webs.

La constancia en la oferta de información es otro de los requisitos recomendables. Para que exista un intercambio de información con el usuario, ésta debe estar permanentemente actualizada y debe ser planificada con el suficiente tiempo de antelación.

Si en algún proceso electoral español ha tenido especial relevancia el uso de Internet, ha sido durante la campaña de las pasadas elecciones del 14-M. Los sitios web de los principales partidos políticos fueron utilizados como medio auxiliar para transmitir mensajes cuyo objetivo era llegar a quince millones de internautas españoles.

Según Rafael Cid en su artículo, España - Elecciones generales 2004. Cuando el medio no llega a ser el mensaje decisivo, "la campaña digital se diseñó con una mentalidad de complementariedad respecto a los medios clásicos. IU intentó promover un refuerzo de las comunicaciones y contactos con un web base (www.izquierda-unida.es) y un apartado dentro del sitio de la coalición (www.gasparllamazares.com), dotado de apoyos sonoros, gráficos y vídeos. De esta manera, la formación estableció una dinámica comunicativa on line colgando en sus dominios mítines y referencias aparecidas en los medios. El web del PP (www.marianorajoy.com) estuvo más volcado a la propaganda unilateral que a la interactividad, y el web del PSOE focalizó la campaña en el acrónimo ZP (Zapatero Presidente) para visualizar el sesgo de renovación generacional que englobó su apuesta. Más allá de esa innovación que unificaba todos los escenarios de campaña, el sitio (www.zapateropresidente.com) adoleció de la rutina informativa reflejada en las otras formaciones.

La realidad es que la tecnología desarrollada durante el siglo XX ha transformado la forma en la que se transmite la información durante las elecciones. Mientras muchos de los actos que tienen lugar durante los procesos electorales se han mantenido inalterables como el registro electoral y el sistema de votación, el plantemiento logístico ha cambiado en buena medida.

> **“Internet ha sido aclamado como la próxima revolución en las comunicaciones electorales”**

Algunos de los cambios a los que podría conducirnos la introducción progresiva de la tecnología en los procesos electorales en particular, serían, según la Publicación Electrónica sobre Administración y Costo de Elecciones (ACE), "la desaparición de las papeletas electorales, la desaparición del sitio de votación, el despunte de métodos de votación electrónicos, el establecimiento de referéndums e iniciativas por Internet o los sistemas de identificación electrónica", entre otros. Todas estas posibilidades parecen justificar el hecho de que, según explica la misma publicación, "Internet haya sido aclamado como la próxima revolución en las comunicaciones electorales, de la misma manera que ha revolucionado los flujos globales de información".

Para saber más…

- **www.cis.es**
- **www.elections2004.eu.int**
- **www.aceproject.org**
- **www.epolis.org**
- **www.politiconline.com**
- **www.ipdi.org**
- **www.fuentesestadisticas.com**
- **www.elecciones.mir.es**
- **www.harrispollonline.com**
- **www.publicus.net**
- **www.democraciajoven.org**
- **www.ifes.org**
- **www.electionresources.org**

Sobre la anticipación de resultados electorales

José Aranda
asesor de la Presidencia. INE

La anticipación de resultados electorales plantea una problemática digna de un análisis que resulta posible porque, a diferencia de lo que ocurre en otros fenómenos, el recuento de los votos emitidos permite comparar el resultado anticipado con un resultado que puede calificarse de verdadero, siempre que los escrutinios electorales se realicen con las necesarias garantías constitucionales.

Para ser conscientes de la importancia que pueden llegar a tener los avances de resultados electorales, se pueden recordar algunas experiencias históricas, como la de las Elecciones Municipales del 12 de abril de 1931, donde se hizo público, con mucha anticipación, que en las capitales de provincia habían resultado elegidos 953 concejales republicanos y 602 monárquicos, lo que dio pie a que se proclamara la república y cambiara la historia de España cuando, en el reparto final de concejales, se apreció que en el conjunto del país habían sido elegidos 22.150 concejales monárquicos frente a 5.875 concejales republicanos.

Pero, si bien un avance sesgado de resultados puede dar origen a decisiones tan llamativas como la señalada, es preciso tener en cuenta que la incertidumbre sobre cuales han sido los resultados de una consulta electoral también puede encerrar múltiples peligros. Con motivo de las primeras Elecciones Generales de 1977, se pueden recordar inquietantes titulares de prensa que destacaban cómo el Gobierno era incapaz de ofrecer resultados fiables 36 horas después de celebradas las Elecciones, cuestión que pudo haber generado la circulación de rumores que, en aquel momento, hubieran resultado muy peligrosos para la naciente democracia española, como el eventual triunfo de los partidos de izquierda, lo que habría podido movilizar a grupos involucionistas, como los que más tarde promovieron el intento de Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

No cabe duda de que, en España, el asentamiento de la democracia, la existencia de un buen registro de electores y la rapidez y transparencia con que se efectúan los recuentos de votos, han conseguido que hoy día sean irrepetibles experiencias como las señaladas, pero no por ello los avances de resultados están exentos de problemas. Dada la precisión que alcanzan las estimaciones del recuento (a partir de muestras de mesas electorales o del escrutinio de primeras papeletas), la cuestión se centra en los avances que se realizan mediante entrevistas a quienes salen de votar en los colegios electorales, método conocido como israelita, y sobre todo en las encuestas preelectorales.

Detalle poster de las elecciones europeas de junio de 2004.

Es evidente que la aparición de resultados estimados en las encuestas de intención de voto, con gran proyección por el amplio espacio que se le dedica en los medios de comunicación de masas, puede influir en la actitud del electorado instando a determinados colectivos de población a variar su comportamiento, como por ejemplo participar en lugar de abstenerse o dirigir su voto de forma más útil en función de su ideología política. Sabido esto, no es difícil que algunos centros investigadores, sobre todo si carecen de la necesaria independencia, caigan en la tentación de sesgar sus resultados en la línea política que favorezca los intereses del grupo a que pertenecen.

Y el problema está en que el sesgo no es sólo producto de hipótesis más o menos discutibles en el reparto de quienes no han sabido o querido responder por su opción de voto, su calificación a diferentes políticos o su opinión sobre determinados problemas, sino que, en ocasiones, este sesgo puede ser resultado de una auténtica manipulación, como pareció ocurrir con los sondeos de la Generalitat de Cataluña correspondientes a febrero de 1988, julio de 2000 y enero de 2001, en los que llegó a trascender, cosa rara por el secretismo que rodea este tipo de trabajos, de qué forma se habían alterado las calificaciones que merecían determinados políticos, todo ello con objeto, al parecer, de facilitar la elección de candidatos electorales y de presentar una opinión favorable del electorado a la gestión del partido en el gobierno.

Acciones como ésta restan credibilidad no sólo a las encuestas de tipo electoral sino a todo tipo de estudios estadísticos, que serán vistos por la ciudadanía como algo susceptible de manipulación. Y esto es lamentable porque precisamente, por la posibilidad antes referida de comparar los resultados estimados por las encuestas con los verdaderos resultados que arroje el escrutinio, los estudios de opinión podían constituirse en un ejemplo admirable de la precisión que llegan a alcanzar los estudios de carácter muestral en la estimación de cualquier realidad que sea objeto de investigación, prestigiando así la profesión estadística.

> **“Las encuestas electorales brindan un extraordinario campo de investigación”**

En cualquier caso, para los profesionales de la estadística, las encuestas electorales brindan un extraordinario campo de investigación, puesto que las posibilidades de análisis de las experiencias electorales son tan diversas que permiten estudiar el tamaño muestral adecuado para diferentes grados de precisión en los errores, analizar las ventajas que plantea la estratificación de las muestras, medir la eficacia de diferentes métodos de imputación de una no respuesta que, en los sondeos de tipo electoral, suele tener tanta entidad que llega a superar el tercio de las respuestas, e incluso profundizar en el difícil campo de los falseamientos de respuesta, problema típico cuando se dan situaciones sociales de crispación extrema o se ejerce la violencia política por parte de algún grupo de tipo radical. Todo un reto profesional y una experiencia tan comprometida como apasionante.

Limitaciones de las encuestas electorales

Graciano Viejo
GALLUP

En 1936 la revista *Literari Digest*, produjo su estimación de resultados para las elecciones presidenciales norteamericanas a partir de los datos de diez millones de cuestionarios. Su pronóstico aseguraba que F. D. Roosevelt perdería por una amplia diferencia frente al republicano A. Landon.

Paralelamente George Gallup, con 3.000 entrevistas anunció que, también por una clara diferencia, el vencedor sería Roosevelt, como ocurrió, y que el pronóstico de la revista sería erróneo y el porqué.

George Gallup y sus colaboradores habían realizado una rigurosa aplicación de estadística en el diseño de su investigación. La revista, por su parte, confiaba en el elevado número de informantes y no prestó atención a que los listados de electores a los que se enviaba los cuestionarios eran de poseedores de automóviles y los registrados en guías de teléfonos, bienes poseídos en mayor medida por la población más acomodada, que votaba en mayor medida a los republicanos.

Es difícil determinar la paternidad de la utilización de la estadística de forma rigurosa en las encuestas de estimación de voto e identificar el momento, pero nadie duda de que la referencia a George Gallup es imprescindible en este terreno.

La estadística ha contribuido decisivamente a la mejora de las estimaciones electorales, pero no ha sido suficiente para eliminar los errores. De hecho, en la propia teoría estadística se asume la existencia de margen de error, dentro del cual puede estar la desviación suficiente que permita hablar o no, por ejemplo, de una mayoría absoluta y considerar errónea la estimación.

Pero hay otras fuentes de error. Una de las principales es la propia materia prima de las estimaciones: la declaración de los entrevistados. Los ciudadanos ejercen su derecho a informar o no y eso impide al investigador dar el valor de pronóstico a los datos directos de encuesta.

> **“Las encuestas electorales deben ser consideradas en cierto modo como ‘termómetros’ que toman la temperatura ante unas elecciones”**

En el caso de España, están ampliamente acreditadas las desviaciones en la declaración de recuerdo o intención de voto con respecto al voto real para los dos principales partidos de ámbito estatal en las dos últimas décadas, alternándose el fenómeno de sub y sobrerrepresentación para ambas fuerzas. En ocasiones ese fenómeno tiene concreción geográfica. Es el caso del País Vasco. En las últimas elecciones autonómicas en esa comunidad se pudo comprobar la elevada proporción de no informantes y los bajos porcentajes de entrevistados que declaraban intención de votar o haber votado al PP o al PSOE.

El investigador deberá analizar y corregir esos datos directos y ahí es donde aparece la importancia crucial de los modelos y las hipótesis que sustentan el tratamiento de los datos para producir las estimaciones.

Si la materia prima puede ser fuente de error, también lo pueden ser las técnicas de su obtención y tratamiento. Baste apuntar cómo las condiciones de las encuestas a la salida de los colegios electorales limitan la posibilidad de respetar los principios estadísticos, por ejemplo, en la selección de informantes. O cómo la obligación de presentar resultados en un tiempo mínimo limita, si no impide, el análisis y contraste de hipótesis alternativas o complementarias, cuando se realiza este tipo de encuestas.

Se ha llegado a plantear que las encuestas preelectorales son víctimas de sí mismas, en no pocas ocasiones como justificación de errores de estimación. Ocurriría que el electorado reaccionaría frente al pronóstico de las encuestas modificando la orientación previa de su voto, haciendo que aparezcan como erróneas. De existir esa capacidad de influencia, sería muy limitada y supeditada al uso que de las encuestas hagan otros actores como los políticos o los medios de comunicación.

Las encuestas electorales deben ser consideradas en cierto modo como *termómetros* que toman la *temperatura* ante una elección. No debe confundirse el instrumento que mide el calor con la fuente que lo produce. Tal confusión sería nefasta.

La opinión en los sondeos electorales

Jorge Clemente
TNS Demoscopia

Históricamente, la realización de encuestas sobre intención de voto viene lógicamente correlacionada con la existencia de regímenes democráticos, donde las diferentes convocatorias electorales son objeto de investigación demoscópica. Refiriéndonos a nuestro país, el desarrollo de las encuestas electorales empieza a generalizarse a partir de 1979, con las primeras elecciones democráticas en la transición; ello no es óbice para que se realizaran con anterioridad encuestas puntuales en determinadas citas electorales (p.e. a "procuradores en cortes") de alcance limitado.

Una de las cuestiones más debatidas es la posible influencia de la publicación de encuestas sobre la intención de voto del electorado en la intención real de voto. Ello ha traído como consecuencia la limitación existente en buen número de países a su divulgación en los días cercanos a la cita electoral (en España, durante los 5 días previos).

Sin embargo, no está del todo claro el efecto –beneficioso o perjudicial– que en los diferentes partidos puede provocar la divulgación de unas expectativas de voto que les sean favorables o adversas. El "Efecto ganador" es el generado sobre el partido o partidos políticos que aparecen como vencedores potenciales. Generalmente, se le supone una influencia positiva, en la medida que pueda arrastrar el voto indeciso a decantarse en el sentido de la mayoría victoriosa. Pero no siempre es así, en ocasiones puede provocar una cierta apatía o relajamiento sobre el electorado favorable, en la medida que aparezca como innecesario el "esfuerzo de ir a votar" (p.e. en verano y fines de semana) si ya la victoria es segura (ocurrió en el Reino Unido no hace muchos años).

> **"La participación declarada y obtenida en encuesta es mayor que el voto electoral finalmente obtenido"**

Por otro lado, el "Efecto perdedor", o de desmoralización, induce a los tibios e indecisos a no apuntarse al carro del partido que aparece como potencial derrotado, optando por la abtención o el voto a otras formaciones alternativas. Pero en algunos casos puede generar una reacción de rebeldía ante un resultado que se proyecta y que no satisface, conduciendo a una movilización del voto final a favor de los que aparecían inicialmente como perdedores (se produjo en las elecciones generales del 93, provocando la victoria mínima del PSOE).

Todo ello hace que la actitud de los partidos políticos sea siempre cauta ante la divulgación de encuestas sobre intención de voto puesto que "la única encuesta fiable es la que resulta en la votación final", como apuntan los partidos políticos.

Además, el nivel de participación declarado y obtenido en encuesta es mayor que el voto electoral finalmente obtenido; lo sabemos los Institutos que realizamos estudios demoscópicos y aplicamos índices correctores basados en estadísticas sobre comicios anteriores. Las razones de este desfase hay que buscarlas en la obligación "moral" de ir a votar que hace difícil al entrevistado reconocer que no piensa hacerlo; a ello había que unir los cambios de comportamientos de última hora por fuerza mayor que actúan básicamente en el sentido negativo sobre la participación electoral. Además, las encuestas tienden a incrementar las diferencias entre partidos ganadores y perdedores (lo que llamamos "voto oculto").

Normalmente, el votante a partido que se supone ganador lo cita sin ningún tipo de cortapisa, lo que no ocurre con la misma facilidad con el votante de un partido que se supone "perdedor".

También el votante conservador (de centro o derecha) tiende a ser más reservado en sus respuestas que el votante de partidos más radicales o progresistas (nacionalistas o de izquierdas). El País Vasco es fiel reflejo de esta problemática, aflorando siempre una superior intención de voto "nacionalista" (especialmente abertzale) mientras existe claramente un fuerte ocultamiento del voto PP. Esto es conocido por los profesionales del sector, que introducimos factores de ajuste sobre el voto directo aflorado en la encuesta (lo que llamamos "la cocina" del dato).

Bien es sabido que las encuestas electorales sólo son noticia cuando sus predicciones son erróneas (afortunadamente, en escasas ocasiones), como es fácil de observar en los días posteriores a cualquier cita electoral. En cuanto a las encuestas a la salida de los colegios electorales (el método *Israelí* o *Exit poll*) tienen como objetivo facilitar un avance de resultados en el momento del cierre de urnas.

Por otro lado, en la validez del dato obtenido, se reproducen en buena medida los mismos sesgos en las respuestas del entrevistado que apuntábamos anteriormente, lo que obliga nuevamente a la introducción de índices correctores o de ajuste.

Es una encuesta muy comprometida, en la medida que sólo unas horas después los resultados oficiosos acreditarán la calidad –buena o mala– de la estimación realizada, por lo que pocos Institutos asumen este tipo de compromisos.

Encuestas y procesos electorales

María Catalán
periodista

Los resultados de las encuestas son un elemento fundamental a considerar a la hora de tomar decisiones. Gobiernos, empresas e instituciones encuentran en ellas una herramienta indispensable para medir opiniones y actitudes de los ciudadanos ante distintas cuestiones. Si bien nunca dicen lo que sucederá, la información que proporcionan puede ser decisiva para determinar el éxito o el fracaso de una campaña electoral.

La tecnología al servicio de la comunicación entre el Gobierno y los ciudadanos

Este artículo versa sobre dos conceptos fundamentales relacionados con la información y la tecnología al servicio de la comunicación entre el Gobierno y los ciudadanos. Estos conceptos son los de responsabilidad y seguridad. El primero, relacionado con la información que proporcionan los resultados obtenidos a través de encuestas. El segundo, porque si bien la tecnología ofrece múltiples posibilidades, ésta deberá estar al servicio de toda una serie de requisitos de seguridad, lo que de momento, limita el uso de determinados servicios electrónicos que pudieran prestarse desde la Administración durante los procesos electorales.

Las encuestas son una herramienta indispensable para conocer la opinión y actitudes de la población ante varias opciones. Se han convertido en un método importante para que el Gobierno y las empresas conozcan las necesidades de la gente. De los resultados obtenidos, fruto de su aplicación, se obtiene una información que se utilizará para tomar decisiones que pueden afectar al conjunto de una población.

Existen multitud de asuntos que van definiendo la dirección del ejercicio político y que ponen de manifiesto la responsabilidad asumida por sus representantes. En ellos no tiene cabida la opinión de cada uno de los ciudadanos a pesar de que se verán afectados por aquellas decisiones adoptadas por los gobernantes. Precisamente con el fin de averiguar la opinión generalizada de la población y sus necesidades, nacen las encuestas; nacen y se perfeccionan hasta el punto de llegar a representar tan fielmente las visiones, ideas y preferencias de los ciudadanos, que de no ser tenidas en cuenta en un momento dado, pueden provocar el fracaso o caída de quienes tienen la responsabilidad de llevar a un país en una u otra dirección.

Con el paso del tiempo y el avance de la tecnología, los métodos utilizados para realizar encuestas han experimentado grandes cambios y planteado nuevas posibilidades. Internet ha abierto la puerta a nuevas preguntas sobre su uso en la comunicación política y con ella, sobre los servicios que la Administración presta a través de la Red.

Gestión responsable y consciente de los resultados

Tan importante es la herramienta en sí, como el agente encargado de utilizarla o la gestionarla; y es que hablar de encuestas y resultados significa que todos los implicados en ellos han de ser conscientes de la responsabilidad que supone saber que con su uso podrán hacerse pronósticos, pero que éstas no anuncian nunca lo que sucederá.

Asociadas desde hace tiempo a la política, las encuestas, su metodología y su análisis han ido evolucionando y abriéndose a nuevas oportunidades como las ofrecidas por la tecnología. Aunque en la actualidad casi todos los candidatos a puestos políticos recurren a las encuestas para planificar sus campañas y diseñar sus estrategias, el primero en basarse en ellas para definir su estrategia fue J. F. Kennedy.

Kennedy otorgó gran valor a la opinión pública y entendió la necesidad de estudiar las opiniones y actitudes del público en general. Utilizó las encuestas para definir los puntos fuertes y débiles que le atribuía la gente, así como para evaluar tanto a sus oponentes como los temas de actualidad y para ayudarle a perfilar la planificación de su campaña.

Para adoptar las decisiones que marcaron su campaña electoral es obvio que Kennedy contó con un equipo de profesionales que supo planificar y medir en todo momento la importancia derivada del uso de esta herramienta, desde la metodología empleada hasta la gestión de la información obtenida.

Gestionar la información obtenida a través de encuestas realizadas antes de unas elecciones pasa por hacerla pública, y en este proceso no podemos olvidar el papel de los medios de comunicación. Éstos ejercen gran influencia sobre los ciudadanos de las democracias occidentales en

sus procesos electorales. Según la Publicación Electrónica sobre Administración y Costo de Elecciones (ACE), resultado de una iniciativa del Departamento de Estudios Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (UNDESA), "en las democracias de Europa Occidental y del Este, la televisión es el principal medio para que los partidos difundan sus mensajes. Los medios impresos también tienen un alto impacto y, particularmente, en países de África, la radio desempeña un papel muy importante en el proceso electoral".

El papel de los medios de comunicación y de los ciudadanos

El importante papel que desempeñan los medios de comunicación en el proceso electoral nos lleva de nuevo a plantearnos por una parte, el sentido de la responsabilidad con que debe utilizarse la información y, por otra, la conciencia y el conocimiento con los que la población debe valorar aquello sobre lo que informan. Los medios han de ser responsables y conscientes, pero también deben serlo aquéllos a los que se dirigen, el conjunto de usuarios que los utilizan.

En este sentido, y para valorar correctamente el resultado de una encuesta electoral que le ofrece el medio de comunicación que haya elegido para informarse, el ciudadano deberá hacerse una serie de preguntas básicas como, quién ha hecho la encuesta y cómo, ya que el procedimiento de selección puede haber sesgado mucho la muestra y, por lo tanto, sus datos pueden no ser significativos.

> **"J. F. Kennedy fue el primero en basarse en las encuestas para definir su estrategia y perfilar la planificación de su campaña"**

Es importante fijarse en si se publican todos los datos técnicos de la encuesta, puesto que a ello obliga tanto la legislación electoral como los códigos profesionales. Considerar el tamaño de la muestra de entrevistados o saber que siempre debería publicarse qué proporción ha declarado la intención de votar a cada partido, cuál dice que no votará y qué proporción no ha contestado o dice que aún no sabe a quién votará, son otras de las preguntas que según www.epolis.org, pueden ayudar a valorar e interpretar la información publicada.

Ahora bien, aunque las encuestas han sido y son un medio empleado tradicionalmente por los partidos políticos para conocer la actitudes y opiniones de la población ante un acontecimiento futuro o ante una medida concreta, con el avance de la tecnología los métodos utilizados para realizarlas han experimentado grandes cambios y planteado nuevas posibilidades.

NORMATIVA LEGAL SOBRE PUBLICACIÓN DE ENCUESTAS ELECTORALES

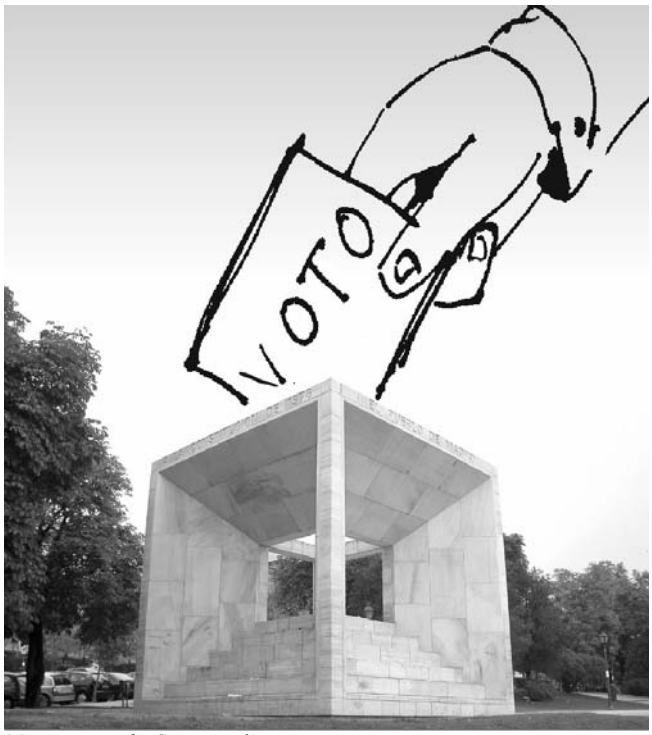
La Ley Orgánica del Régimen Electoral General dedica el Artículo 69 a las Encuestas electorales. Según este artículo la publicación de todo sondeo o encuesta electoral debe ir acompañado de:

- La identidad (denominación y domicilio) de quien ha encargado y quien ha realizado el sondeo.

Y de las siguientes características técnicas:

- Sistema de muestreo
- Tamaño de la muestra
- Margen de error muestral
- Nivel de representatividad
- Procedimiento de selección de los encuestados
- Fechas de realización de los trabajos de campo
- El texto íntegro de las preguntas cuyos resultados se publiquen
- El número de personas que no contestan a cada una de las preguntas cuyos resultados se publiquen.

Fuente: www.epolis.org



Monumento a la Constitución.

En época de elecciones los partidos políticos obtienen una gran cantidad de información a través de encuestas y sondeos de opinión y, sin embargo, esta información se dirige sólo en una dirección: es proporcionada por los ciudadanos y recibida por sus representantes políticos. Termina un proceso que más adelante será utilizado para que estos últimos adopten unas u otras medidas. En este sentido, las nuevas tecnologías e internet en concreto, pueden abrir otras oportunidades y formas de comunicación entre los políticos y la población a la que representan.

Internet, ¿fuente de datos precisa?

Aunque muchas son las oportunidades que ofrece internet en este aspecto, muchas son también las imprecisiones que la tecnología no ha podido aún resolver y los inconvenientes que presenta al no poder garantizar todavía varios de los derechos fundamentales con los que el ciudadano cuenta al participar en un sondeo de opinión tradicional.

Es fácil encontrar en Internet páginas web con encuestas que, a pesar de su atractivo, apenas si pueden emplearse para realizar estimaciones sobre las opiniones del conjunto de una población. El limitado ámbito de selección introduce de por sí grandes sesgos. Realizar una encuesta a través de Internet reduce, desde el principio, el número de entrevistados a aquéllos que no sólo tienen acceso a la red sino que además conocen su funcionamiento. Sin embargo, los resultados obtenidos a través de este medio serían mucho más fiables y las encuestas resultarían menos costosas y más rápidas. La investigación podría, además, abarcar varias ubicaciones e idiomas, y en ellas se podrían utilizar recursos inaplicables a través de otros medios como el teléfono. Sin duda alguna, rapidez, precisión y eficacia son algunas de las cualidades que internet aportaría a la realización de encuestas durante un proceso electoral.

La publicación sobre Administración y Costo de Elecciones (ACE), se hace eco en su página web sobre Elecciones y Tecnología, de la existencia de un interés creciente así como de una fuerte preocupación acerca de la introducción de la tecnología en los procesos electorales. Mientras que, por una parte, muchos países están investigando cómo incorporar una tecnología electoral que incluiría sistemas de bases de datos para el registro de electores, voto electrónico, lectura óptica y sistemas de información geográficos, entre otros, por otra, es necesario considerar cuidadosamente los peligros que puede causar al proceso electoral una inadecuada y prematura introducción de la tecnología. No deberían utilizarse estos medios mientras comprometan toda una serie de requisitos de seguridad.

Actualmente internet se pone al servicio de la comunicación política permitiendo, entre otras, la publicación de información para electores, candidatos y medios de comunicación o la publicación de resultados electorales así como información acerca de las campañas electorales. Sin embargo, al hablar del papel que la Red desempeña en la comunicación política y en los servicios que la Administración presta al ciudadano surje una pregunta, ¿podrán ampliarse estos servicios electrónicos con la implantación de un sistema de votación electrónica?

En este sentido, hay que decir que España es, según un artículo de Andreu Rivera, del departamento de Informática de la Universidad Autónoma de Barcelona, publicado el pasado año en *Boletín de Criptonomicón*, uno de los países que posee la tecnología de seguridad para el voto electrónico más avanzada del mundo.

Estadísticas electorales y medios de comunicación social

Se conoce con el nombre genérico de “estadísticas” a un conjunto de datos mínimamente organizado. La Estadística descriptiva se ocupa de la presentación y el análisis rigurosos de esa información cuantitativa. Las medias, las varianzas, los coeficientes de variación… y una multitud de medidas e indicadores forman parte de esa Estadística descriptiva.

Joaquín Leguina
sociólogo y ex-presidente de la Comunidad de Madrid

A mi juicio, el periodismo actual español trata los datos con mucho más rigor que en el pasado, entre otras razones, porque la formación profesional de los periodistas es cada vez mejor y, también, porque las instituciones estadísticas, por ejemplo, Eurostat, se preocupan hoy de presentar los datos “mascados” y pre-analizados, cosa que antaño no pasaba.

El manejo de las estadísticas exige rigor, pero la Estadística, en singular, es otra cosa. La Estadística se ocupa de las probabilidades y forma parte de las Matemáticas, de la Teoría de la medida, en concreto, aquélla que se mueve entre el cero y el uno, límites mínimo y máximo de cualquier probabilidad.

La Estadística está ligada al concepto de azar (aleatorio) y, por lo tanto, trata, entre otras cosas, de acotar lo que puede ocurrir en el futuro. La primera definición de probabilidad se le atribuye a Laplace y dice que la probabilidad de un suceso es igual al cociente entre los casos favorables y los casos posibles. Resulta obvio que esta definición se refiere a hechos pasados, en otras palabras, Laplace nos habla de una frecuencia observada. Claro que podemos suponer que si el suceso ocurrió con esa frecuencia en el pasado, también así debiera ocurrir en el futuro, lo cual es mucho suponer. Debo aclarar, en cualquier caso, que la definición laplaciana ya no es útil en la Estadística moderna.

Los procesos aleatorios solían y suelen ilustrarse con ejemplos sencillos (dados o monedas tiradas al aire, ruletas de casino, etc.). Si a uno de ustedes se le preguntara qué probabilidad tiene de salir cara, tirando al aire un euro, contestaría sin dudar que esa probabilidad es un medio, es decir, el 50 por ciento. Pues bien, los modernos ordenadores permiten hoy experimentos de este tipo en cantidades verdaderamente apabullantes… y ¡oh sorpresa! la frecuencia no se estabiliza en el 50 por ciento cara y en el 50 por ciento cruz. Pero esa es otra historia.

Un contemporáneo de Laplace, Napoleón Bonaparte, dejó escrito lo siguiente: “La fatalidad es el resultado de un cálculo cuyos datos no conocemos en su totalidad”. En efecto, lo aleatorio nace del desconocimiento. Por seguir con un ejemplo sencillo, si tiramos un dado al aire, intuimos que, a priori, la pro-

babilidad de que salga cualquiera de sus caras es un sexto, (el 16,666… por ciento), mas, si supiéramos a priori: a) la posición del dado en la mano antes de arrojarlo, b) la velocidad con que se arroja el dado y c) el giro que va a tomar, estaríamos en condiciones de determinar cuál es la cara del hexágono que va a quedar arriba cuando el dado caiga sobre la mesa.

Y si desconocemos esos datos acerca de la tirada de un dado, ¿qué no ignoramos de otros fenómenos mucho más complejos? Por eso, la utilidad de la Estadística, como método para acotar lo desconocido, resulta, a todas luces, evidente.

> **“No hay día en que no aparezcan en los medios de comunicación datos obtenidos por muestreo”**

Mas hay otro uso de la Estadística que no se refiere a lo que “probablemente” va a ocurrir sino a la “estimación” de lo que ocurre en un universo sin tener que medir las variables en todo ese universo, sino sólo en una parte del mismo. A ese método se le conoce como muestreo. Y esta práctica nos lleva directamente a las páginas de los periódicos. El IPC, la EPA, la estadística de salarios, las de presupuestos familiares… incluso algunas explotaciones censales se obtienen por muestreo. Dicho en otras palabras: no hay día en que no aparezcan en los medios de comunicación datos obtenidos por muestreo.

Se trata, como he dicho, de obtener los datos de una parte de la población, parte generalmente pequeña, para estimar, bajo errores previamente acotados (errores de muestreo), las características de toda la población. Si la afijación de la muestra se hace correctamente (las técnicas de muestreo son hoy muy rigurosas y precisas), el error de muestreo suele ser cuantitativamente despreciable frente a otros errores que se producen en la recogida de la información. Me refiero, especialmente, a los errores de respuesta (engaño del entrevistado por ignorancia o mala fe). Al conjunto de estas operaciones (diseño de la muestra, entrevistas, tratamiento y publicación de los datos) se le suele llamar encuesta.

¿Qué es una muestra aleatoria? Una muestra es aleatoria si, y sólo si, se conoce a priori la probabilidad que tiene cualquier unidad del universo de pertenecer a la muestra. Conocer a priori esa probabilidad no es cosa fácil y en todo caso resulta, económicamente, caro. De ahí que muchas de las encuestas, cuyos resultados nos llegan a través de los medios de comunicación, no sean aleatorias. De hecho, de los múltiples muestreos que se realizan en España, puede asegurarse que, aparte de los trabajos muestrales realizados en el laboratorio (por químicos, físicos, biólogos…), prácticamente sólo el INE utiliza muestras aleatorias con objetivos sociales, vale decir: demográficos, sociológicos, económicos… Por otra parte, el INE no trabaja sobre opiniones ni sobre intenciones, sino sobre hechos. Dentro del Estado, las encuestas de opinión, incluidas las de intenciones electorales, están residenciadas fundamentalmente en el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) y el CIS no realiza muestras aleatorias, aunque, por supuesto, existen técnicas muy depuradas en el diseño de encuestas no-aleatorias (rutas, cuotas, etc., etc.) que suelen arrojar buenas estima-

Sede del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

ciones, pero el asunto se complica, con éstas o cualesquiera técnicas, si se trata de estimar opiniones o intenciones.

Cualquier encuesta de opinión o de intención electoral, sobre todo las que realizan empresas demoscópicas que suelen trabajar con pequeñas muestras, se ve muy seriamente amenazada por los errores de respuesta. Ya se sabe que una buena parte de los españoles se atiene a la vieja conseja según la cual "al que quiere saber, poco y al revés". En estas condiciones, si se solicita a un ciudadano que desvele el secreto de su voto, la tentación de engañar se acrecienta. Esto lo saben de sobra quienes se dedican a este negocio, por eso no publican casi nunca los datos directamente obtenidos, sino que éstos se "cocinan" mediante criterios opináticos, normalmente, basados en el recuerdo de voto. ¿A quién votó usted en las anteriores elecciones? suele ser la pregunta. Como se conoce el resultado de las elecciones anteriores, se sabe en cuánto están engañando los encuestados al contestar esa pregunta, y el "analista" (llamémosle así) pretende, a partir de ahí, "sacar, de mentira, verdad", pero no dice nunca cómo lo hace, con lo cual se le hurtan al usuario las tripas del manejo.

A estas alturas del relato ya se habrá entendido hasta qué punto estamos ante un asunto tan dudoso como espeso, pero hay dos inris más.

Las distintas empresas, antes de sacar a la luz las encuestas definitivas, es decir, aquéllas que se publican el domingo anterior al de la elección, al parecer se consultan entre sí, pues prefieren equivocarse juntas a arriesgarse por separado, pues ya se sabe que "mal de muchos, epidemia".

Por otro lado, estas empresas viven, en su mayoría, como las lapas, pegadas a la roca de algún medio de comunicación, habiéndose convertido, de facto, en un apéndice del mismo. No es de extrañar, por lo tanto, que los resultados de las encuestas arrimen el ascua a la sardina ideológico-política del medio al que sirven. El resultado es el mangoneo y con él la indefensión del usuario, que jamás puede reclamar acerca del engaño, si éste se produce. Es un juego, pero es un juego trucado.

Que yo recuerde, en las elecciones generales del año 2000 ninguna de esas encuestas previó la mayoría absoluta que obtuvo el PP… pero no pasó nada, pues también tienen previstos los frecuentes fiascos en que incurren. El truco es tan sencillo como un cubo. Nos atiborran de encuestas incluido el mismo día electoral, en este último caso, mediante las mal llamadas "encuestas israelitas", es decir, las ejecutadas a pie de urna, que suelen dar resultados tan malos como "confundidores". Datos que, más de una vez, han provocado sonoras meteduras de pata de algún político poco avisado y siempre ponen contra las cuerdas a los comentaristas encargados de glosar sobre la marcha tales "adelantos" de resultados en los medios de comunicación. En caso de fallar en sus previsiones, al día siguiente de la cita electoral, las empresas demoscópicas entran en una interesada hibernación. Desaparecen del mapa, huyen de la quema, esconden sus vergüenzas hasta que el olvido del público les permite emerger cual la Venus de Boticelli, desnudos y hermosos… como si nunca hubieran roto un plato.

Tengo para mí que la proliferación de encuestas de opinión tiene su base en la eterna tensión entre opinión e información que soportan los medios. Lucha que se va decantando, desgraciadamente, a favor de la opinión. En cuanto a las encuestas de intención electoral, son, a mi juicio, dos factores los que las favorecen: 1) el afán de "adelantar acontecimientos", síndrome periodístico por antonomasia y 2) las ganas de influir en los resultados (cosa que todos los medios niegan, claro está).

> **"La proliferación de encuestas de opinión tiene su base en la eterna tensión entre opinión e información que soportan los medios"**

¿Pero influyen las encuestas en los resultados? En rigor, esta pregunta carece de respuesta, ya que no puede ser sometida a ninguna prueba que la demuestre o la refute.

Lo peor de este avance de la "opinión" en perjuicio de la información radica en que, subliminalmente, se está imponiendo la aberración según la cual importan más las opiniones sobre los hechos que los hechos mismos. Ello ahorra trabajo a los medios, que debieran sentirse obligados a investigar la verdad, pero, claro está, es más cómodo y menos arriesgado quedarse en la mera publicación de las opiniones de unos u otros en torno a la realidad que analizar esa realidad.

Se atribuye a Tomás de Aquino la siguiente afirmación: "contra hechos no caben argumentos". Pero los medios nunca se han sentido aludidos por esta sentencia, tan sensata, del Aquinate. Y ya que estamos en presencia de un teólogo que pretendió demostrar la existencia de Dios con la sola ayuda de la lógica aristotélica, veamos qué les parece a ustedes una encuesta con la siguiente pregunta: ¿Cree usted que Dios existe o que no existe? Las respuestas tendrían, sin duda, un interés sociológico, pero nada nos dirían acerca de la existencia o la no existencia de Dios. En cualquier caso, es fácil imaginar el titular periodístico, a toda plana, a que darían lugar los resultados de esta hipotética encuesta: "Dios existe". Y luego, en la entradilla, se explicaría que el 52 por ciento de los españoles, según una encuesta, cree en Dios.

Por si tienen algún interés en saber cómo contestaría el que suscribe a una pregunta de tal porte, no les dejaré con la curiosidad. Mi respuesta sería la siguiente: "Yo no sé si Dios existe o no existe, pero si no existe está más en su papel". Algo parecido cabe decir de las encuestas electorales: si no existieran, estarían más en su papel.

XIII jornadas de estadística de las comunidades autónomas

El Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha (IES), organismo autónomo adscrito a la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, ha sido el encargado de organizar las XIII Jornadas de Estadística de las Comunidades Autónomas (JECAS).

Eva Carrasco
directora del Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha

Estas Jornadas han sido inauguradas por la Consejera de Economía y Hacienda, Dª María Luisa Araújo, y por la Presidenta del Instituto Nacional de Estadística, Dª Carmen Alcaide. Se han desarrollado en Toledo durante los días 2, 3 y 4 de junio y han contado con la participación de 130 expertos y representantes de los órganos estadísticos de las 17 Comunidades Autónomas.

En esta ocasión, las Jornadas se han estructurado en cuatro Paneles de Trabajo, donde se han debatido temas relativos a la estadística oficial desde diferentes ópticas, al estudio de la población desde un enfoque estadístico, a los diferentes procedimientos de recogida de información y a la presentación de un conjunto de proyectos estadísticos que se están desarrollando en los órganos estadísticos de las Comunidades Autónomas. En los Paneles se expusieron 33 ponencias, con un alto nivel de participación y discusión, cumpliéndose el objetivo de que estas Jornadas constituyan un lugar de encuentro para el intercambio de experiencias entre expertos en el ámbito de la estadística pública regional.

Las ponencias tuvieron una gran variedad temática, destacando el amplio tratamiento que tuvieron las estadísticas económicas, y el interés que suscitaron nuevos campos sobre los que cada vez se demanda más información, como es el caso de las estadísticas sobre el medio ambiente, la sociedad de la información o la inmigración. Asimismo, las estadísticas sobre la familia y el hogar fueron objeto de análisis desde distintas perspectivas: a partir de la información censal, estudio de redes familiares, los cambios en el uso del tiempo, la renta familiar, etc…

La información municipal y sobre el territorio también fue estudiada en varias ponencias, sobre todo en lo referente a los Sistemas de Información Geográfica que abren nuevas pers-

pectivas en la organización, análisis y difusión de la información referida al territorio. Precisamente la difusión estadística fue también abordada desde diferentes perspectivas aunque todas ellas relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías, la integración de la información y la difusión a través de Internet.

Finalmente se discutió la carga de trabajo a la que se somete a las unidades informantes (especialmente empresas). Aquí también la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la obtención de la información se consideró de gran importancia en el futuro por sus innumerables ventajas: reducción de costes, rapidez y calidad, comodidad para las unidades informantes...

Además de las Ponencias que se desarrollaron en los cuatro Paneles de Trabajo, se impartieron tres Conferencias en sesiones plenarias. La primera fue presentada por D. Mariano Gómez del Moral, Director General de Productos Estadísticos del INE, que con el título Productos estadísticos: balance 2003 y Proyectos 2004, hizo una exposición sobre las operaciones estadísticas realizadas por el INE en 2003, y sobre las características más importantes de las nuevas estadísticas que se están realizando en 2004.

La segunda de las conferencias, Experiencias y reflexiones sobre elaboración, difusión y uso de la información estadística a través de redes, fue impartida por el profesor de la Universidad Autónoma de Madrid, D. Antonio Pulido San Román. Como su propio título indica, se centra en las relaciones entre la producción de estadísticas y la utilización de las mismas por los usuarios a partir de la implantación en Internet de redes de difusión.

La tercera conferencia, titulada TEIDE: Teoría y práctica bajo una nueva herramienta para la depuración de encuestas estadísticas, fue desarrollada por el profesor de la Universidad de La Laguna, D. Juan José Salazar-González, y en ella se analizó la aplicación de técnicas de optimización matemática a datos estadísticos para garantizar la privacidad al publicar tablas de datos y para facilitar la depuración de datos.

En conclusión, estas Decimoterceras Jornadas han conseguido cumplir con el objetivo de ofrecer un foro de encuentro y de intercambio de experiencias entre los órganos estadísticos de las Comunidades Autónomas. Además, han facilitado que los representantes de los órganos estadísticos de las Comunidades Autónomas puedan profundizar en los instrumentos de coordinación e intercambio de información estadística con el Instituto Nacional de Estadística.

Para saber más...

– **Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha**
www.ies.jccm.es
– **Jornadas Estadísticas de las Comunidades Autónomas (JECAS)**
www.ies.jccm.es/jecas/jecas2004.htm

Las cifras de la Educación en España. Estadísticas e Indicadores. Edición 2004

Publicación anual elaborada por la Oficina de Estadística del Ministerio de Educación y Ciencia que proporciona una visión ágil sobre la situación de la educación española a través de datos relevantes, indicadores y gráficos, cuya información de base procede de diversas fuentes estadísticas.

El ámbito de la publicación es el sector educación en sentido amplio, tal y como se define en la Clasificación Nacional de la Educación (CNED-2000), adaptación española de la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación, que comprende tanto los programas regulados por el sistema educativo como la formación profesional ocupacional, la formación continua, la formación permanente y otras enseñanzas fuera del sistema educativo.

El nivel principal de desagregación de la información es el de Comunidades Autónomas, lo que permite conocer las características de la educación en cada comunidad y comparar e identificar las diversas situaciones que pueden existir.

En esta quinta edición, y con el fin de facilitar el manejo y la comprensión de la información, se han organizado los capítulos en una estructura de nueve apartados: contexto de la educación; recursos destinados a la educación; escolarización, transición y resultados en el sistema educativo; enseñanzas del sistema educativo y formativo; diversos aspectos de la escolarización; resultados a largo plazo de la educación; relaciones del sistema educativo español con el exterior; indicadores estadísticos internacionales y series e indicadores de las comunidades autónomas.

Estadística Española.

Número 156. Vol. 46 mayo-agosto 2004. 200 páginas. 15,50 € IVA incluido

Desde 1958 y con periodicidad cuatrimestral, el INE edita la Revista Estadística Española con la intención de estimular y difundir las investigaciones estadísticas de los científicos españoles. El objetivo de esta revista es doble: es un medio de comunicación y, por otra, es un foro de análisis y discusión de la metodología estadística y sus aplicaciones.

Foro Mundial sobre Indicadores Clave

El INE colabora con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en la coordinación del primer Foro Mundial sobre Indicadores Clave, que se celebra del 10 al 13 de noviembre de 2004 en Palermo (Italia), bajo el título *Estadísticas, conocimiento y política*. Entre los temas que se tratarán destacan, el papel de la estadística en la toma de decisiones y las distintas posibilidades que permiten establecer sistemas institucionales para el desarrollo de conjuntos de indicadores integrales y completos.

Una nueva aplicación para la consulta del IOE

Ya está disponible en la página web del INE la nueva aplicación para la consulta del Inventario de Operaciones Estadísticas de la Administración General del Estado. Esta nueva aplicación facilita las búsquedas de información: por organismo responsable, sector o tema, clase de operación, metodología de la recogida de datos, desagregación territorial y forma de recogida de datos

Tecnimap: jornadas de la administración

Del 28 de septiembre al 1 de octubre de 2004 se ha celebrado, en el Auditorio y Centro de Congresos de la Región de Murcia, la VIII edición de las Jornadas sobre Tecnologías de la Información para la Modernización de las Administraciones Públicas (TECNIMAP 2004). Como en las anteriores convocatorias, el INE ha presentado comunicaciones con algunos de los temas más novedosos:

- IDA Padrón: Intercambio telemático de datos padronales
- DW Censos 2001: Sistema de información para la difusión de datos de los Censos de Población y Viviendas 2001
- SIGUE: Sistema integral de gestión unificada de Encuestas

Direcciones y teléfonos de interés

INE- Pº de la Castellana, 183-28046 Madrid
Tlf: 91.583.91.00 • www.ine.es

Servicio de Información
Tfno: 91.583.91.00
Fax: 91.583.91.58
consultas: www.ine.es/infoine
Lunes a Viernes de 9 a 14
y de 16 a 18 horas

Venta de publicaciones
Tfno: 91.583.94.38
Fax: 91.583.45.65
E-mail: indice@ine.es
Lunes a viernes de 9 a 14 horas

1. Ultimas publicaciones editadas por el INE

Actuaciones de la Oficina del Censo Electoral.
Elecciones a la Asamblea de Madrid de octubre de 2003. 54 páginas. 3,50 € IVA incluido
Elecciones al Parlamento de Cataluña 2003. 82 páginas. 6,50 € IVA incluido

Enseñanza Universitaria de Primer y Segundo Ciclo. Alumnado matriculado y su evolución. Curso 2003-2004. Avance de resultados
56 páginas. 3,50 € IVA incluido

INEbase. Julio 2004
CD-Rom. Precio del ejemplar: 17,28 € IVA incluido Suscripción anual: 151,14 € IVA incluido
Contenido:
Boletín Mensual de Estadística. Nº 151; Encuesta de población activa. 2º trimestre 2004. Principales resultados y resultados detallados; Encuesta continua de presupuestos familiares. 3º trimestre 2002; Contabilidad regional de España. Base 1995. Serie 1995-2003; Encuesta sobre suministro y tratamiento del agua 2002; Encuesta sobre uso del agua en el sector agrario 2002, y Encuesta de salud y hábitos sexuales 2003 Movimiento natural de la población 2003. Datos provisionales.

Boletín Mensual de Estadística. Número 151. Julio de 2004.
348 páginas, incluye CD-Rom. Precio del ejemplar: 17 €. IVA incluido Suscripción anual: 135,50 € IVA incluido

Boletín Trimestral de Coyuntura. Número 92. Junio 2004
308 páginas. 24 € IVA incluido

Contabilidad Nacional de España. Base 1995. Serie contable 1995-2002. Marco input-output 1998
CD-Rom. 17,28 € IVA incluido

Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas 2002
214 páginas. 11,50 € IVA incluido

Estadística Española. Número 156. Vol. 46 mayo-agosto 2004
200 páginas. 15,50 € IVA incluido