

# 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 abstención 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 *Israeli* 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.