



## **CRONICA**

### **LOS SONDEOS DE OPINION Y SU RELATIVA FIDELIDAD \***

301.153.4

Existen actualmente dos grandes tipos de amenazas contra la democracia, que la devalúan y degradan: aquellas ideologías que explotan sus debilidades y critican la lentitud de aplicación de sus principios a los problemas actuales, y los sondeos de opinión que, «desde dentro, van minando esa materia prima de la democracia que es la opinión».

Druon distingue *tres clases de sondeos*: los que dan un resultado anticipado de los escrutinios, nada más finalizadas unas votaciones; los que se publican durante los

periodos electorales, y los que aparecen continuamente sobre el grado de popularidad de los políticos.

Al referirse a los primeros—resultados anticipados de los escrutinios—, los califica de indecentes con relación al Estado, y de humillantes para el ciudadano. Las elecciones se convertirían, con frecuencia, en un juego televisado o en una competencia técnica entre diferentes estaciones radiofónicas, y desaparecería el verdadero objeto de los escrutinios y el «misterio» de las elecciones.

El efecto de la publicación de sondeos en épocas electorales sería aún más grave, pues los elec-

---

\* ACEPRENSA.

tores se desentienen: «si ya he ganado (o perdido), no tengo necesidad de preocuparme». «Este fue —dice Druon— uno de los factores importantes del gran número de abstenciones en el referéndum francés de abril sobre la ampliación del Mercado Común Europeo.» Druon critica durante la «falsa ciencia» de los pronósticos —a los que su rigor matemático hace verosímiles—, pero que no incluyen, entre sus factores, la propia incidencia en la opinión pública: su mera publicación modifica el hecho que tratan de describir, con el riesgo de falsificarlo.

El tercer tipo de sondeos—sobre popularidad de los políticos—, supone una violación de las instituciones, que permite a empresas privadas dirigirse al electorado fuera de las consultas previstas por la ley.

En cualquiera de los tres casos, los muestreos, que operan sobre una infima parte de la población, resultarían humillantes para el resto: ¿para qué han de votar los otros, si ya se sabe el resultado? Si la consulta de unos pocos sirviera para conocer la opinión de todos, sería muy problemático mantener la idea que tenemos de la libertad.

Tranquiliza pensar que ningún profesional del sondeo previó la explosión de mayo del 68, ni dio dato alguno que la dejase entrever: «no se puede penetrar en los reinos del corazón», dice el académico francés; es lamentable que los sondeos hayan adormecido la atención de los responsables.

Otro aspecto puesto en tela de juicio por Druon es la objetividad de las encuestas: ¿quién prepara

las preguntas?, ¿quién las hará?, ¿a qué muestra?, ¿en qué condiciones?, ¿cuál es el grado de vanidad o irritación del «conejillo de indias»? «No dudo de la honradez ni de la 'objetividad' de quienes dirigen los organismos de sondeo, pero pienso que se toman, y hacen tomarse en serio, procedimientos que no lo son.»

Días después, y en las mismas páginas del periódico parisino, un artículo de Alfred Grosser y dos cartas—una conjunta del IFOP y de SOFRES, institutos franceses de sondeo de la opinión pública, y otra de una profesora de Ciencias Políticas de la Universidad de París I—, contradecían las tesis de Maurice Druon (1).

Los sondeos de opinión, señala la primera de las cartas, no son sino un caso concreto de la aplicación de las leyes del cálculo de probabilidades—cuyos principios fueron descubiertos en el siglo XVII por Pascal y Bernoulli— que permiten efectuar la medida de una parte o «muestra», y extender el juicio al total del conjunto. Esta técnica, como cualquier otra, se define por unos principios teóricos y por unas reglas de aplicación, y su validez viene avalada por la experiencia de que dos sondeos efectuados a la vez, en territorio nacional y sobre muestras distintas y representativas, dan el mismo resultado. Sin embargo, el sondeo no es sino una fotografía de las tendencias del cuerpo electoral en un momento dado: no describe más que el presente y *se distingue claramente de la previsión* que, integrando una

(1) Cfr. *Le Monde* (22 de septiembre de 1972).

serie de hipótesis, trata de describir el futuro.

Sobre los efectos que la publicación de los sondeos tienen en la opinión pública—en el «pequeño número de votantes que llegan a enterarse», como dice Grosser—, existen una serie de estudios realizados por especialistas franceses, ingleses y norteamericanos, que los tipifican del siguiente modo: confirmación de las intenciones previas (lo más frecuente); activación de los indecisos en el sentido de sus preferencias; neutralización de decididos, que pasan a indecisos; efecto nulo; conversión a la postura contraria (lo menos frecuente y que, al darse en los dos sentidos, se compensa). El problema de la manipulación de la opinión pública a través de la publicación de los sondeos, es el mismo de toda información, y sus riesgos son los de la libre circulación de los conocimientos, «con la ventaja de que los institutos de sondeos son más rigurosos y desinteresados que los políticos y periodistas», afirma Grosser.

Los sondeos, hechos con honradez y bien interpretados, han servido para terminar con explicacio-

nes ingeniosas y sugestivas, y han permitido conocer retrospectivamente el comportamiento de grupos sociales.

Cuando gracias a los cálculos, en base a los resultados electorales y a los sondeos, se pudo determinar, por ejemplo, los diez Estados en los que Kennedy perdió y los seis en que ganó por ser católico, el historiador pudo quedar agradecido al sociólogo-matemático.

Sin embargo, hay que distinguir entre constatación, proyección y profecía: es preciso que el público sea consciente de lo que pueden dar o no los sondeos. En este sentido sería útil que la prensa diera siempre todos los datos—tiempo en que se ha repartido el cuestionario, magnitud y naturaleza exacta de la muestra, margen de error, etcétera—, y huyera de valoraciones tendenciosas o apresuradas, y que el lector esté familiarizado, ya desde la escuela, con el funcionamiento de los medios de información, con las condiciones de validez de un sondeo y, en definitiva, con los límites de toda expresión de opiniones.



## últimos títulos publicados:

### Serie blanca

- EL SEGURO Y EL CREDITO A LA EXPORTACION (vol. I), por Rafael Martínez Cortiña. 147 páginas. 200 ptas.
- EL SEGURO Y EL CREDITO A LA EXPORTACION (vol. II), por Javier García Ruíz. 126 páginas. 200 ptas.

Dos estudios a través de los cuales se obtiene una clara exposición acerca del sistema de créditos a la exportación, así como un conocimiento de la realidad presente.

- EVALUACION ECONOMICA DE LOS POLOS DE DESARROLLO (HUELVA-SEVILLA, LA CORUÑA-VIGO). 512 páginas. 300 ptas.

Un estudio aplicado de la acción de fomento de regiones deprimidas a cargo de los poderes públicos.

- ESTUDIO DE SELECTIVIDAD INDUSTRIAL (POLO DE DESARROLLO DE CORDOBA). 490 páginas. 450 ptas.

Una experiencia concreta de desarrollo regional.

### Serie azul

- VALORACION ACTUAL DE LA IMPOSICION SOBRE EL CONSUMO, por José Ramón Álvarez Rendueles. 255 páginas. 200 ptas.

Un amplio análisis de la imposición sobre el consumo, con una clara fundamentación científica y una clara línea expositiva.

- LA PROGRAMACION ECONOMICA POR EL METODO DEL TRANSPORTE, por Andrés Santiago Suárez. 165 páginas. 200 ptas.

Un tratamiento riguroso, a la par que sencillo, de la problemática del transporte, resuelto en toda la amplitud que la extensa gama de supuestos plantea en la época presente.

- LA EMPRESA SOCIALISTA, por Juan Ramón Quintás. 287 páginas. 200 ptas.

Un análisis sistemático del marco institucional que condiciona a la empresa socialista.

**Venta en principales librerías y**

**Boletín Oficial del Estado (Ediciones) - Eloy Gonzalo, 19 - Madrid 10**