

CIS

Centro de
Investigaciones
Sociológicas

Dña. Belén Barreiro
Presidenta del Centro Investigaciones Sociológicas

FORO DE LA NUEVA SOCIEDAD
Madrid, 23 de junio de 2010

 Nueva Economía Fórum

DIEZ TESIS SOBRE LAS ENCUESTAS DEMOSCÓPICAS

El compromiso del Centro de Investigaciones Sociológicas con la producción de encuestas de máxima calidad se ve claramente reflejado en una investigación en la que la institución se embarcó hace pocos años. El estudio se llama 'la percepción social de las encuestas', es decir, que piensan los ciudadanos de los estudios demoscópicos. Se trata, por tanto, de una investigación que podría ser calificada, cuando menos, de masoquista.

Algunos de los resultados son, como cabía esperar, catastróficos para los sociólogos. Lo es, por ejemplo, el hecho de que un 58% diga que no confía en las encuestas.

El estudio también contiene elementos esperanzadores para todos los que nos dedicamos a este oficio: el 85% cree que los entrevistados responden con sinceridad, aunque también se reconoce que se es menos sincero cuando se habla de sexo o de política.

En conjunto, y pese a las sospechas que despiertan, las encuestas logran el aprobado en cuanto a su utilidad, eso sí, un aprobado raspado. Pero es alentador descubrir que los ciudadanos creen que las encuestas sirven para que los poderes públicos conozcan los problemas de la gente o para que personas normales y corrientes digan realmente lo que piensan.

Presento aquí 10 tesis sobre las encuestas demoscópicas. Y espero convencerles de que los sondeos de opinión tienen más virtudes que defectos.

Primera tesis. Los ciudadanos saben poco pero, generalmente, saben lo que quieren.

La experiencia cotidiana permite a los ciudadanos contestar con facilidad a cualquier cuestión relacionada con el día a día de sus vidas. La práctica totalidad de la ciudadanía da una respuesta cuando se le pregunta por el grado de importancia que tienen en sus vidas la familia, los amigos o el trabajo.

Sin embargo, a la hora de hablar de política, llama la atención que son muchas las personas que saben realmente poco sobre aspectos concretos de la misma. Hay un desconocimiento serio de las instituciones, las reglas y los protagonistas de la política. Pero no nos dejemos engañar: la ignorancia sobre cuestiones concretas de la vida política no impide que los ciudadanos tengan bastante claro qué es lo que quieren y hacia dónde quiere ir.

Ilustremos esto con algunos ejemplos.

Tras las elecciones españolas de 2000, el 64% no sabía quién era el cabeza de lista del partido por el que votó en su provincia; hoy por hoy, el 55% no sabe quién es el líder de IU; el 75% desconoce al Presidente del Senado; y el 42% ignora qué es el Fondo Monetario Internacional.

A pesar de que la mayoría de los ciudadanos suspendería un examen sobre conocimiento político, llama la atención la sabiduría ante asuntos a veces bastante complejos. Únicamente el 8% de los entrevistados no sabe posicionarse cuando se le pregunta si prefiere que se mejoren los servicios públicos aunque haya que pagar más impuestos o si, por el contrario, es preferible pagar menos impuestos aunque haya que reducir los servicios públicos. Igualmente, aquellos que no saben qué pensar cuando se les pregunta si la parejas entre personas del mismo sexo deben poder adoptar niños constituyen solamente el 7%, el mismo porcentaje de los que no saben decir cuál es el modelo de organización territorial del Estado que prefieren para España.

La ignorancia sobre los detalles de la vida política, ya se refieran a los nombres de sus protagonistas o de algunas instituciones, no impide que los ciudadanos tengan, en términos generales, ideas bastante claras sobre el modelo de sociedad en el que quieren vivir.

Segunda tesis. La ignorancia de muchos no invalida la sabiduría del conjunto.

Las encuestas muestran que, en ocasiones, son bastantes los ciudadanos que dan respuestas erróneas. Por ejemplo, en la encuesta postelectoral de 2008 del CIS, se preguntaba a la muestra de españoles por el año de aprobación de la Constitución. La mitad de los más de 6000 entrevistados no respondieron. De la otra mitad, 15 personas respondieron que la aprobación fue en 1812. Otro dijo que en 1776. Un 25% de quienes respondieron sitúan la fecha antes de 1978. También hay gente que lo sitúa después: 33 personas dijeron que el año correcto era 1982, y 1 llegó a decir que en 2004.

Mucha gente desconfía de la opinión pública por este tipo de anomalías. Pero lo que hay que recordar es que lo que importa, en términos generales, no son las desviaciones llamativas, sino los puntos centrales que resultan de agregar todas las opiniones. Resulta así que la mediana y moda de esta variable coinciden con el valor verdadero, 1978; la media, que es muy sensible a los valores extremos, queda algo por debajo, en 1976,5. Por tanto, aunque haya muchos españoles con escasos conocimientos, al final, cuando se agregan todas las opiniones y se resumen en un estadístico, la respuesta suele ser la correcta.

El milagro de la opinión pública, tal y como se mide en las encuestas, consiste en que a pesar de todos los errores individuales, la opinión global, agregada, tiende a ser razonable. El mecanismo que hace posible este resultado tan asombroso es la cancelación de los errores. Mientras los errores de juicio se distribuyan con normalidad a ambos lados del parámetro verdadero, los estadísticos centrales que se calculan en la encuesta reflejan bien la realidad.

Tercera tesis. Los ciudadanos no son caprichosos: son las circunstancias cambiantes las que les provocan cambios de humor.

La opinión pública, como opinión agregada, es, a lo largo del tiempo, estable y coherente. Por supuesto, a corto plazo la opinión pública se mueve, pero a medio y largo plazo, las tendencias generales, agregadas, no son volátiles ni caprichosas.

La estabilidad de las opiniones ciudadanas constituye una prueba de 'sensatez' de la opinión pública, vista como un todo. De hecho, los cambios en la opinión pública, especialmente si son más bruscos, se suelen producir cuando tienen lugar nuevos acontecimientos o cuando los ciudadanos consiguen nueva información, que les hace revisar sus opiniones pasadas.

Para ilustrar cómo los ciudadanos ajustan sus opiniones a los propios cambios políticos y sociales, valga como ejemplo la percepción sobre los principales problemas de España. Es bien sabido que los barómetros del CIS preguntan todos los meses por los tres problemas más importantes que existen en nuestro país. Hay quien ve con cierto escepticismo esta pregunta, que se realiza desde hace más de 30 años. A veces, podría dar la impresión de que los entrevistados se han aprendido la respuesta y que, como autómatas, señalan el paro o el terrorismo como asuntos más acuciantes. Sin embargo, la distribución de respuestas de esta pregunta es extraordinariamente llamativa. La mención al paro como principal problema de España, recogida por el CIS, evoluciona a la par que la tasa de paro real, reflejada en las estadísticas del INE. La correlación entre ambas variables, 0,9 sobre 1, es casi perfecta.

En este mismo sentido, el terrorismo, que tradicionalmente ha constituido uno de los problemas que más ha preocupado a los españoles, alcanzando menciones del 80% a finales del año 2000, se sitúa ahora en cifras históricamente bajas. Hoy por hoy, coincidiendo con el período de menor actividad terrorista de la etapa democrática, la mención al terrorismo es del 9%, el valor más bajo en 16 años.

Cuarta tesis. Las respuestas incorrectas a veces nos informan del estado de ánimo de la ciudadanía.

El público no siempre es infalible. En ocasiones, los ciudadanos fallan en sus percepciones, por razones que en cada caso conviene explicar. Los estudios sobre inmigración realizados por el CIS ponen de manifiesto que los españoles perciben que en nuestro país viven más inmigrantes de los que realmente lo hacen. En concreto, los encuestados creen que hay más del doble de extranjeros de los que en realidad hay.

Esta desviación entre 'percepción' y realidad' en el ámbito de la inmigración es sistemática en todas las encuestas de los últimos años. En este caso son los ciudadanos los que se equivocan: el reto para el científico social es tratar de explicar el error de percepción. Algunos sociólogos señalan que se debe al rápido e intenso crecimiento que ha tenido la inmigración en España que, al multiplicarse por 7 en tan sólo 10 años, habría desencadenado la competición por los recursos públicos, siempre limitados. Igualmente, el desajuste entre percepción y realidad podría estar manifestando el temor de los ciudadanos,

especialmente de la clase trabajadora, ante la entrada de inmigrantes en el mercado laboral.

Los ciudadanos también fallan en la percepción que tienen de la economía. Y, de nuevo, esos errores constituyen en sí mismos una fuente de información, en este caso, quizás sobre cómo se ha articulado el debate público sobre la crisis. En un reciente Eurobarómetro, se pregunta a los europeos cuál fue el crecimiento del Producto Interior Bruto en su país el año anterior. Puesto que las entrevistas se realizaron a finales del verano de 2009, se está haciendo referencia al estado de las economías europeas en 2008.

Entre los que contestan a la pregunta, que son sólo la mitad, el 95% ofrece respuestas incorrectas. Lo interesante no es ver cuántos se equivocan, sino ver en qué dirección lo hacen. En general, los ciudadanos creen que la economía de sus países creció más de lo que realmente lo hizo. El optimismo, por tanto, es la actitud más extendida en Europa. Unos pocos países (8), sin embargo, no siguen esta pauta de autoconfianza. Es muy llamativo que entre ellos se encuentre España, que de hecho encabeza, junto con Rumania, Bulgaria y Eslovaquia, el grupo de los más pesimistas, es decir, aquellos en los que más se infraestima el crecimiento del PIB. El pesimismo español revela, quizás, la ausencia de consenso político en torno a la crisis y nos informa, en todo caso, sobre cuál fue el discurso dominante en los comienzos del deterioro económico.

Quinta tesis. Las mentiras o la ocultación de la verdad son, en sí mismas, señales.

Los Informes de la Unidad de Campo del CIS ponen de manifiesto que el voto a los partidos es sistemáticamente la pregunta que más incomoda a los entrevistados, superada únicamente por la revelación de su número de teléfono y de sus ingresos.

Cuando los ciudadanos contestan qué votaron en las últimas elecciones, algunos mienten y otros ocultan la verdad. Este fenómeno no es exclusivo ni de las encuestas del CIS, ni de este período, ni tampoco de nuestra democracia.

Las encuestas políticas reflejan dos tipos de sesgos. Por un lado, un sesgo favorable a los partidos en el gobierno, que suelen obtener porcentajes de voto más altos en las encuestas que en las urnas. Curiosamente, este sesgo tiende a desaparecer al final de los mandatos. Cuando los partidos en el gobierno sufren desgaste, los ciudadanos recuerdan en menor medida haberles votado.

Por otro lado, dependiendo del país y de las circunstancias históricas, existen sesgos diferenciales favorables o desfavorables a partidos concretos. Los ciudadanos declaran votar en mayor medida a los partidos progresistas que a los partidos conservadores.

En la Encuesta Social Europea de 2008, se observa que el PSOE obtiene casi 7 puntos más entre los que declaran que fueron a votar que entre los que

realmente lo hicieron; el Partido Socialista francés así como el portugués logran 9 puntos más; el Partido Laborista británico 7; el partido socialista checo 5; el partido socialista suizo 3, el partido socialista holandés algo más de un punto, al igual que los socialdemócratas daneses, finlandeses y suecos. Por el contrario, los partidos conservadores logran menos apoyo en las encuestas que en la realidad. Así ocurre en España, en Francia, en Grecia, en Portugal y en Suiza.

¿Cómo cabe interpretar la ocultación del voto? ¿Qué nos están diciendo los ciudadanos cuando no nos dicen la verdad? El recuerdo de voto es, sin duda, una señal de la reputación que gozan los partidos y sus ideologías. En España, cuando gobierna el Partido Popular, el voto declarado al PSOE es igual o incluso inferior al voto real, mientras que el voto recordado al PP puede llegar incluso a situarse por encima del obtenido en los comicios. En términos generales, los ciudadanos tienen menos reparo en declarar el voto a la izquierda que a la derecha, pero sobre todo es la fortaleza de los partidos en cada momento histórico lo que realmente conduce a que el voto pasado aflore.

Sexta tesis. La fiabilidad de una encuesta depende de su grado de estandarización. En estandarización, las encuestas del CIS puntúan alto.

Cuando se aplican cuestionarios estructurados que siguen procedimientos similares, las variaciones en las respuestas pueden ser interpretadas como diferencias en los estados de ánimo de la ciudadanía, que reacciona a la evolución de la coyuntura. El CIS realiza barómetros mensuales desde 1979. Desde hace 31 años, se mide la opinión de los ciudadanos con respecto a cuestiones como la situación política y económica del país, los problemas que se perciben como fundamentales, o la intención de voto a los partidos políticos.

Las series temporales, es decir, las preguntas que guardan un formato similar a lo largo del tiempo, permiten afinar la interpretación de los datos que se recogen hoy en día. Gracias a la acumulación de las series temporales almacenadas en el banco de datos del CIS, podemos poner en perspectiva las opiniones contemporáneas. Así, pese a las dificultades económicas que estamos viviendo, sabemos que para los ciudadanos hubo tiempos peores. Si en el último barómetro, el 76% calificaba la situación económica de mala y muy mala, el peor dato de la serie histórica es el de noviembre de 1993, cuando el porcentaje de evaluaciones negativas alcanzó el 81%.

Más allá de los barómetros, el CIS cuenta con una serie de estudios que, poco a poco, han ido engrosando la lista de series temporales. Gracias al CIS, sabemos que los españoles prefieren, ayer y hoy, pagar más impuestos si con ello se refuerza el estado de bienestar. Gracias al CIS, sabemos que nuestro sistema de salud goza de una reputación creciente. Gracias al CIS, sabemos que los españoles siguen viendo, pese a sus temores, más ventajas que desventajas a la inmigración. Gracias al CIS, sabemos que los españoles son cada vez más favorables a las políticas de igualdad de género. Y gracias al CIS, sabemos que la crisis económica no ha mermado de forma significativa el apoyo a la solidaridad con respecto a los países que están peor.

Tras cada cuestionario del CIS, hay meses de estudio y de reflexión sobre cómo abordar cada asunto y sobre cómo cuestiones a veces extremadamente peliagudas se transforman en preguntas comprensibles para ciudadanos con escasos recursos educativos. Preparar buenos cuestionarios, como los que realiza el CIS desde hace varias décadas, es un arte. Y un requisito imprescindible para la investigación de calidad.

El CIS cuenta, además, con entrevistadores experimentados y en permanente formación, que acuden a los domicilios para hacer las entrevistas 'cara a cara', lo que permite al Centro realizar cuestionarios más largos y complejos que con la entrevista telefónica, la más utilizada hoy en día por las empresas de opinión pública. Esto ofrece al CIS la oportunidad de indagar sobre asuntos difíciles, entrando a fondo en cada tema. En términos generales, la colaboración en la entrevista cara a cara es alta. El reto ahora es sustituir gradualmente el lápiz y el papel que los entrevistadores del CIS utilizan desde los orígenes de la institución en 1963, por tabletas informáticas. En otoño, haremos las primeras pruebas.

Séptima tesis. Si a Usted nunca le han entrevistado, no desespere, ni sospeche: todos somos potenciales víctimas.

Una de las anécdotas que circulan en el CIS, que ha alcanzado ya en el seno de la institución la categoría de leyenda urbana, es la de algún entrevistado que, al abrir la puerta de su casa y encontrarse con un entrevistador comenta: 'Ah! Pero el CIS existe!'. Es frecuente encontrarse con personas que, con tono de sospecha, afirman 'a mí nunca me han hecho una entrevista'.

Los recursos económicos con los que cuenta el CIS, incluso tras los sucesivos recortes de los dos últimos años, permiten hacer encuestas a muestras relativamente amplias. En un estudio estándar, el CIS entrevista a 2.500 individuos, por lo que el margen de error es relativamente reducido y, por tanto, la fiabilidad alta. Desde hace algunos años, además, la lógica del estado autonómico, ha llevado al Centro a realizar encuestas con muestras de 10.000 personas, de manera que se pueda proceder al análisis desagregado de las comunidades autónomas.

Las muestras de los estudios del CIS reflejan el peso de la población de cada comunidad autónoma y mantienen unas cuotas de sexo y edad que garantizan la adecuada representación de hombres y de jóvenes, sectores de difícil acceso. Pero, en su esencia, la selección de entrevistados es azarosa. Todos somos potenciales víctimas.

Octava tesis. Las encuestas se depuran pero ni se retocan, ni se maquillan, ni se cocinan.

Los datos de las encuestas no se maquillan, ni se cambian, aunque, en ocasiones, sí se someten a un proceso de depuración. Depurar los datos significa corregirlos cuando se tiene la certeza de que son erróneos. Esto, como es lógico, nunca afecta a los datos de opinión, pues las opiniones, nos gusten o no, son las que son. El 57% de los entrevistados afirma que las

Navidades son principalmente unas fiestas de carácter familiar. Esta es una valoración que no puede ser contrastada.

Sin embargo, las encuestas recogen también datos objetivos y verificables sobre el individuo, como el estado civil o el número de hijos. Si al cruzar la información de la encuesta se descubre que una persona de veinte años declara tener un hijo de 14, estaremos obviamente ante un dato que susceptible de ser depurado.

Novena tesis. Las estimaciones de voto añaden información: ni la cambian, ni la restan.

Hay dos razones por las que la intención de voto debe ser estimada. La primera es que hay un porcentaje de alrededor del 20% de la muestra que no declara su intención de voto, aunque sí puede confesar a qué partido votó en los últimos comicios o por cuál siente mayor simpatía, variables que sirven para atribuir una intención de voto a aquellos que no la quieren revelar.

La segunda razón es que el recuerdo de voto a los partidos no se ajusta adecuadamente al voto real en las elecciones generales, por lo que se procede a una ponderación de la encuesta que permita el ajuste entre el voto pasado declarado y el voto real.

Las estimaciones de voto añaden información a la encuesta. El CIS realiza estimaciones de voto en cada barómetro político y en cada estudio electoral. La descarga de las matrices de datos del CIS, gratuita a través de la página web del centro desde enero de 2009, permite acceder a los datos de las encuestas en su totalidad y, si se quiere, generar modelos alternativos de estimación. El libre acceso a los ficheros de datos de las encuestas otorga, por tanto, a los estudios del CIS la máxima transparencia. Cada uno de esos ficheros contiene la información de las 2.500 personas entrevistadas: su edad, su ocupación, su ideología, y así hasta completar la totalidad de las preguntas incluidas en los cuestionarios.

Las estimaciones de voto se generan a partir de la pregunta de intención de voto incluida en las encuestas, pregunta que permanece intacta en los ficheros de datos. Las estimaciones del CIS se presentan en una página que se añade al final de los estudios políticos. Constituyen, por tanto, información adicional, que en ningún caso modifica las preguntas del estudio. La cocina del CIS, siguiendo la analogía que se suele hacer entre las encuestas y el arte culinario, no es más que un modelo de estimación que se adjunta a los estudios electorales o barómetros políticos. Y un modelo que, tal y como se explica, no es el único posible.

Décima tesis. Las estadísticas de opinión pública nos permiten conocer y entender la sociedad en la que vivimos.

El objetivo último de la realización de encuestas es el estudio científico de la sociedad. El análisis en profundidad de las encuestas permite descubrir fenómenos imperceptibles a primera vista. He aquí un ejemplo sencillo. Entre

las mujeres, el voto al PSOE es sólo ligeramente más alto que el voto al PP. Sin embargo, si se procede a un análisis exhaustivo que tenga en consideración el grado de religiosidad, se observa que, descontando el efecto de la religión, más practicada por mujeres que por hombres, el voto al partido socialista entre las mujeres es significativamente mayor.

La colección Opiniones y Actitudes, que se publicará próximamente en formato electrónico al que se podrá acceder gratuitamente a través de la web del CIS, incluirá entre los próximos números un estudio sobre la valoración de los ministros en la historia de la democracia. En este trabajo se pone de manifiesto que aquellos que tienen notas más altas son los más conocidos; que hay unos Ministerios sistemáticamente mejor valorados que otros, como son Interior, Economía, Exteriores, Defensa o Presidencia; que la valoración de los responsables de algunos Ministerios, como el de Industria, Trabajo o Economía, depende de la coyuntura económica y política. O que, salvo los Ministros de Interior, las notas medias de los demás miembros del Gobierno se correlacionan con la de los Presidentes.

Los más de 1.800 sondeos demoscópicos que acumula el CIS en su banco de datos tienen como fin la investigación científica, que la institución promociona mediante la producción editorial, que incluye la Revista Española de Investigaciones Sociológicas y 8 colecciones de libros. El elemento común a toda la producción editorial del CIS no es otra que la selección de los mejores trabajos.

En suma, las 10 tesis sobre las encuestas demoscópicas son las siguientes:

1. Los ciudadanos saben poco pero, generalmente, saben lo que quieren.
2. La ignorancia de muchos no invalida la sabiduría del conjunto.
3. Los ciudadanos no son caprichosos: son las circunstancias cambiantes las que les provocan cambios de humor.
4. Las respuestas incorrectas a veces nos informan del estado de ánimo de la ciudadanía.
5. Las mentiras o la ocultación de la verdad son, en sí mismas, señales.
6. La fiabilidad de una encuesta depende de su grado de estandarización. En estandarización, las encuestas del CIS puntúan alto.
7. Si a Usted nunca le han entrevistado, no desespere, ni sospeche: todos somos potenciales víctimas.
8. Las encuestas se depuran pero ni se retocan, ni se maquillan, ni se cocinan.
9. Las estimaciones de voto añaden información: ni la cambian, ni la restan.
10. Las estadísticas de opinión pública nos permiten conocer y entender la sociedad en la que vivimos.

Belén Barreiro Pérez-Pardo
Presidenta del CIS