



BARCELONA [4] concejales
MAYORÍA ABSOLUTA: 21



PASQUAL MARAGALL
54 años
Profesor de Economía



MIQUEL ROCA
55 años
Abogado

PROPUESTAS DE LISTAS

IC 3



CIU 16

PP 4



PP 4

P.S.O.E 21



P.S.O.E 21

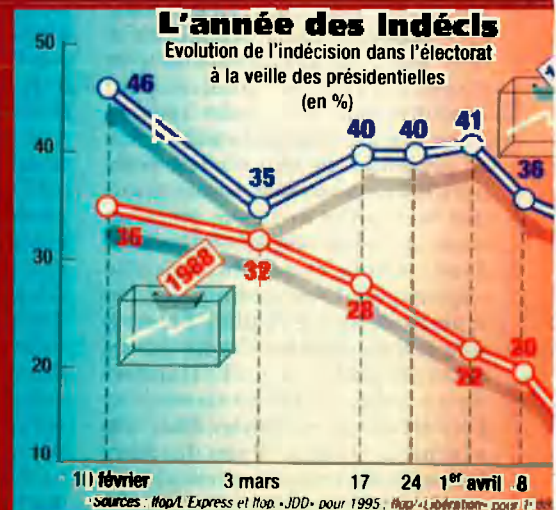
LA CLAVE: Será alcalde Roca o Maragall, e
 previo de ambos para evitar que

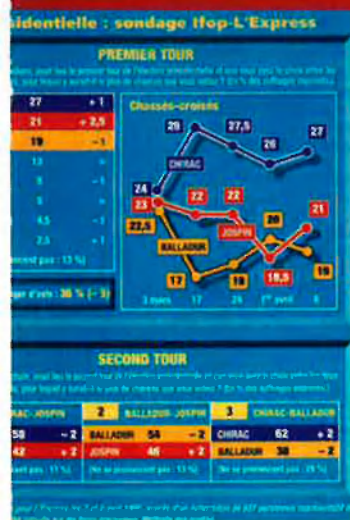
Enquestes: informació o manipulació?

A França no la van encertar. A Itàlia tampoc. La fiabilitat de les enquestes ha tornat a ser objecte de polèmica. Què hi ha darrere les enquestes? S'han convertit en armes electorals?



32 / EL TEMPS 15-5-95





Les enquestes ja són aquí. Com en cada cursa electoral, han començat a sortir a la llum tota mena de prediccions sobre el veredict de les urnes del 28 de maig. Com sempre també, hi ha prediccions per a tots els gustos. Miquel Roca es pot convertir en el nou alcalde de Barcelona, segons afirmen algunes enquestes, però també hi ha enquestes que donen com a guanyador Pasqual Maragall. El mateix passa en el cas de la Generalitat valenciana: hi ha bons auguris per Eduardo Zaplana però també n'hi ha per Joan Lerma. Tot depèn de l'enquesta que el consumidor llegeixi o miri.

La novetat d'enguany és que l'escepticisme i la prudència amb què tradicionalment el ciutadà s'acosta a la fredor dels números i els percentatges electorals s'ha vist notablement augmentada arran de la polèmica que han desparat els errors de predicció de les enquestes electorals a França i Itàlia, on en cap cas han encertat. A la primera volta de les presidencials franceses, totes les prediccions apuntaven una victòria tranquil·la de Jacques Chirac, seguit en segon lloc per Edouard Balladur, i deixaven en tercer lloc qui realment va aconseguir més vots, el socialista Lionel Jospin. En el cas de les regionals italianes, s'havia anunciat un triomf rotund de la dreta aglutinada entorn del Pol de la Llibertat, però les urnes van donar la victòria a l'esquerra encapçalada pel PDS. Tot això ha aixecat una polseguera política de notables dimensions als estats respectius, però també ha reobert el debat arreu sobre la fiabilitat de les enquestes i el seu possible ús com a arma electoral. A pocs dies de les eleccions municipals i autonòmiques, el debat assoleix aquí més actualitat que mai. Els representants del sector dels instituts d'opinió es defensen, els experts opinen, i alguns sociòlegs recorden que ells ja ho havien dit i proposen que la millor solució per eliminar les enquestes és el sabotatge: senzillament mentir quan un és preguntat.

Naturalment, les enquestes electorals tenen efectes demostrats o coneguts sobre els electors. Són efectes que, per als representats del sector, no són ni més importants ni menys, ni més bons ni més dolents, dels que pu-

guin provocar altres actors de la vida pública com els mitjans de comunicació, la publicitat o els mateixos partits polítics.

Bola de neu contra bumerang. Però la publicació d'una enquesta té efectes clars sobre el comportament electoral. Joan Botella, catedràtic de ciència política de la UAB, en situa dos de principals: l'efecte "bola de neu" i l'efecte "bumerang". El primer provoca un reforçament del candidat que les enquestes presenten repetidament com a guanyador, perquè a força de repetir-ho incrementa les adhesions. El segon és l'efecte contrari. Si les enquestes presenten un guanyador, els sectors contraris reaccionen, es mobilitzen i aconseguen capgirar el resultat, del tal manera que el guanyador inicialment previst, acaba essent derrotat a les urnes. Un tercer efecte seria el de provocar desmobilització de part de l'electorat o incrementar l'abstenció. És quan les enquestes presenten un guanyador molt clar, amb molt d'avantatge respecte els seus competidors. Pot ser que els seus votats es confiïn i ja no vagin a votar. En el pitjor dels casos el podria portar a perdre les eleccions. En el cas de la primera volta de les presidencials franceses, es podria haver produït l'efecte bumerang: els electors d'esquerra, veient que es podria arribar a una segona volta on només competissin dos candidats de dreta, es van mobilitzar per Jospin. De tota manera, segons Botella, no es pot predir amb exactitud com afavorirà a un candidat la publicació d'uns resultats o d'uns altres, perquè sovint els diversos efectes actuen alhora, es compensen entre ells i es neutralitzen.

Normalment, si es presenta una diferència molt grossa entre el primer i segon candidat preval l'efecte bola de neu i generalment, si es presenta un resultat ajustat, sol ser més comú l'efecte bumerang. En el cas específic de la batalla de Barcelona, la majoria d'enquestes publicades fins ara han presentat Roca com a guanyador, però per un petit marge de diferència, cosa que pot provocar un capgirament del resultat si es produeix l'efecte bumerang i els partidaris de Maragall reaccionen. Sobre el resultat de Barcelona encara hi ha un segon factor que dificulta encara més qualsevol predicció: se celebren unes eleccions municipals en un context polític general negatiu per als socialistes que col·lideix a Barcelona amb una bona valoració de la persona de Maragall. El resultat d'aquestes dues forces amb direccions antagòniques serà determinant per al desenllaç i explica també la línia de campanya que ha emprès Maragall, prioritzant la seva figura i desmarcant-la del partit al qual pertany.

El problema principal de les enquestes electorals, però, no és els seus possibles efectes sobre els electors, sinó que consisteix en els



Els falsos pressupòsits de les enquestes d'opinió

Com que això de les enquestes és una polèmica que no és nova, i que sovint, en períodes electorals principalment, rebrota amb intensitat, la discussió entre els experts ha estat sempre sobre la taula. Fa quatre anys, la Fundació Jaume Bofill ja va organitzar un debat sobre les enquestes d'opinió. Un dels ponents va ser el sociòleg Joan Estruch, que va presentar la ponència "Alguna cosa més que 'opinions' sobre les enquestes d'opinió", on aquest sociòleg militant en l'escola sociològica recelosa de les enquestes exposa amb contundència el que considera pressupòsits falsos sobre els que es basen les enquestes. Són, textualment, sis:

1. Primer pressupòsit bàsic i radicalment fals: **tothom té una opinió sobre qualsevol tema.** Caldria partir, en canvi, del fet que de molts dels temes molta gent ni en té opinió ni se n'ha fet mai problema. La problemàtica de l'enquesta és una problemàtica imposada.

2. **Les respostes a un qüestionari són independents de la manera com ha estat formulada la pregunta.** És fals, i tot investigador que elabora un qüestionari ho sap perfectament: tant la pregunta concreta com el context general del qüestionari condicionen les respostes.

3. Hom pot **prescindir d'aquells que no contesten** determinades preguntes, precisament perquè no responen. Fals: el fet de no contestar una pregunta és ja una resposta. Però no una resposta única, sinó que hi ha diversitat entre tots aquells que queden inscrits en la categoria del "no contesta".

4. **Les respostes d'un individu al llarg del qüestionari han de tenir una coherència, que cal que l'investigador descobreixi.** Fals: la coherència que s'hi cerqui –i que s'hi acabarà trobant, és clar– serà en tot cas la coherència de l'enquestador, i no pas la de l'enquestat.

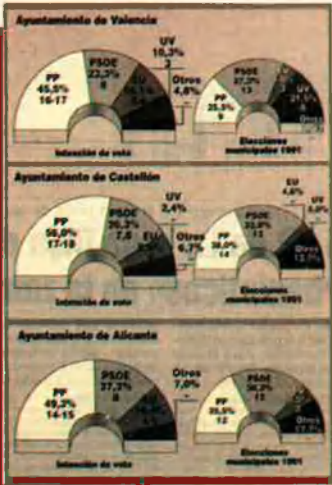
5. El pressupòsit de **la veracitat de les respostes.** Pressupòsit igualment fals: en alguns casos l'enquestat pot enganyar, en d'altres pot voler "quedar bé" contestant allò que imagina que hom espera d'ell, i en d'altres pot respondre irreflexivament, per sortir del pas o treure's l'enquestador de sobre.

6. El pressupòsit segons el qual **les interpretacions de l'investigador diuen allò mateix que ha dit l'entrevistat.** La voluntat de sumar respostes per obtenir percentatges i poder establir comparacions, i fins i tot la necessitat de codificar respostes, fan que se'ls faci dir menys d'allò que han dit els enquestats, única manera de poder construir categories comunes a tots ells. Mentre que, per un altre cantó, sovint hi ha una manipulació interpretativa de les respostes que els fan dir més d'allò que diuen estrictament, sigui perquè la lògica de l'investigador no és la mateixa que la de l'enquestat, o bé perquè hom relaciona respostes difícilment relacionables.

seus propis defectes com a instrument d'anàlisi: "els resultats directes que es treuen d'una enquesta són falsos". Com explica Joan Botella, una enquesta, un cop feta, s'ha d'"ajustar" i és aquí on sorgeixen les dificultats. S'ha d'ajustar perquè sempre hi ha un percentatge de gent que no contesta, un altre percentatge que menteix i altres que responen condicionats per diversos motius, com ara un de tan simple com pensar a "quedar bé". Cada institut d'opinió té el seu mecanisme i va variant segons el tipus d'enquesta i segons la conjuntura. "Ajustar", en etapes d'estabilitat política és fàcil, però en conjuntures de canvi pot dur fàcilment a errors. Això explicaria també un desajust entre previsió i realitat a Itàlia, estat en plena mutació política. El nombre elevat d'indecisos també complica l'ajustament. Altres maneres de condicionar una enquesta estan en la manera de definir el qüestionari, en la redacció de les preguntes, en la forma de fer-la –personal, per telèfon,...– o fins i tot en el pressupost. Amb menys diners, una enquesta sortirà pitjor.

Els defectes de la cuina. Malgrat tot això, els representants del sector dels instituts d'opinió defensen les enquestes i n'abonen la publicació. Carles Clavero, president de l'Associació Espanyola d'Estudis de Mercat, Màrqueting i Opinió (AEDEMO), defensa les enquestes perquè és "l'única manera d'obtenir informació objectiva sobre la realitat" i ajuda a la ciutadania a emetre "un vot més racional". Clavero nega que els efectes sobre el comportament electoral siguin previstos i dissenyats, ja que "una sola enquesta en genera dotze de diferents i en diferent direcció" però reconeix que molts errors de predicció es generen a la "cuina", quan es fa l'assignació dels indecisos o es corregeixen les respostes falses.

El responsable d'AEDEMO nega taxativament qualsevol possibilitat de manipulació i recorda que la majoria d'empreses es regeixen per un codi deontològic i estan sotmeses



Con riferimento agli avvenimenti dell'ultimo mese, dia il suo voto a ciascun leader utilizzando una scala da uno a dieci come a scuola (uno = molto negativo, dieci = molto positivo)

	Set 94	Ott 94	Nov 94	Dic 94	Gen 95	Feb 95
Finis	5,2	4,9	4,6	4,8	4,9	5,0
Dini	-	-	-	-	-	4,9
Prodi	-	-	-	-	-	4,8
Berlusconi	5,2	4,8	4,6	4,9	4,7	4,6
D'Alema	4,6	4,6	4,5	4,5	4,4	4,5
Pivetti	4,8	4,7	4,9	5,1	4,4	3,9
Buttiglione	4,4	3,9	4,0	4,1	3,9	3,7
Pannella	3,8	3,6	3,5	3,5	3,8	3,7
Bossi	3,3	3,4	3,3	3,4	3,2	3,3

a controls periòdics absolutament rigorosos. Una prova de l'absència de la manipulació seria que "tots els instituts publiquen els mateixos resultats, i si algun els manipulés, es veuria". Si alguna enquesta és utilitzada com a arma política, Clavero en responsabilitza els polítics i els mitjans de comunicació, que són els qui tradueixen la informació de l'enquesta en interpretació i opinió. Les empreses del sector dels estudis d'opinió poden defugir qualsevol tipus de pressió per part dels clients, siguin polítics, institucionals o periodístics, perquè aquest tipus d'enquesta només representa un deu per cent de la facturació total del sector, segons les dades de què disposa AEDEMO. "Una patinada en una enquesta política representaria per una empresa perdre clients molt més importants, com les multinacionals", recorda el president de l'associació. El conjunt d'instituts d'opinió de l'estat té una facturació total de 26.362 milions de pessetes, i un deu per cent d'aquesta xifra correspon als estudis d'opinió relacionats amb qüestions polítiques. El nombre d'instituts o empreses que realitzen estudis d'aquest tipus ha anat disminuint en els darrers anys, a mesura que ha anat augmentant la concentració en el sector de les empreses de comunicació, que tendeixen a agrupar-se i buscar un sol proveïdor en aquest terreny.

Mentir a l'enquestador. A les antípodes de l'opinió dels responsables professionals del sector, se situa la posició dels sociòlegs crítics amb les enquestes. A França, després del daltabaix de les prediccions, són diversos els polítics que demanen responsabilitat a les empreses d'opinió i són moltes les veus que demanen una regulació més estricta en aquest terreny. Hi ha altres veus, però, situades en el terreny de la sociologia, que van més enllà i propugnen el boicot. Salvador Cardús és un dels sociòlegs que en els darrers anys ha insistit més en la croada contra les enquestes. La seva recepta per eliminar les enquestes és sen-

zilla: mentir a l'enquestador. "Mentir sempre que es vulgui perquè les enquestes d'opinió, en el 95% dels casos, són instruments de control de la societat". En el cas de les enquestes sobre opinió política, Cardús encara recomana mentir amb més intenció que mai "perquè les enquestes serveixen als candidats per orientar el seu discurs, per fer un discurs més adaptat als gustos de la gent, en detriment del discurs polític més autònom o amb més contingut ideològic". La conseqüència d'això, afegeix Cardús, seria la consolidació de conductes d'ordre conservador i el reforçament de les majories dominants. "Tot i que és difícil de preveure les conseqüències d'una enquesta, es publiquen perquè influeixen, i la intenció de qui les encarrega i les publica és evidentment influir." Entre les conseqüències de la publicació d'una enquesta hi hauria la de disminuir o augmentar les expectatives de victòria d'una opció, fer augmentar la participació presentant una situació renyida, fomentar el vot cap a opcions majoritàries, etc. El problema, segons Salvador Cardús, parteix ja de la gènesi: "preguntar és intervenir en la realitat".

Sigui com sigui, el fet és que la legalitat vigent ha posat condicions i límits a les enquestes. La Llei Electoral obliga els autors d'una enquesta a publicar les dades de l'empresa que l'ha realitzada, les característiques tècniques del sondeig -com les dimensions de la mostra, el marge d'error..., i el text íntegre de les preguntes. A més, la publicació d'enquestes està prohibida en períodes immediatament previs a la consulta electoral, període que varia segons els països. A les portes del 28 de maig, hi ha encara molts resultats indecisos i segurament saltarà alguna sorpresa. L'endemà, independentment que algunes enquestes l'hagin encertada i d'altres no, el debat continuarà obert i els polítics continuaran devorant enquestes per saber si puja o baixa el seu índex de popularitat o per saber què han de dir o quin programa han de presentar.

Pere Martí