

La campaña de los grandes partidos no ha impactado a la opinión

Según los expertos, el bipartidismo ha fracasado en España

Tres sociólogos consultados por YA coinciden en afirmar que de los resultados de tres encuestas publicados ayer por YA, «El País» y «Diario 16» se deduce que las campañas publicitarias de los partidos con más medios, PSOE y CP, no han influido en el electorado. Se constata también que el bipartidismo ha fracasado en España y que nos acercamos al modelo pluripartidista de Italia. Por último, los sociólogos señalan que el «efecto cenicienta» que supondría el deseo de algunos electores de votar a los más débiles favorecería a Suárez

Madrid/N. San Martín
y F. Pedrós

Para el sociólogo Amando de Miguel, las diferencias entre las tres encuestas son demasiado notables, lo que evidencia fallos en su realización, dado que han sido hechas en el mismo tiempo y sobre una misma población. Lamenta que no se hagan públicos los datos del Centro de Investigaciones Sociológicas, que se hacen con el dinero del contribuyente.

Entre las coincidencias de las encuestas, señala la victoria del PSOE. Otro dato coincidente y sorprendente: «siempre ha desafiado las leyes de la sociología política. Nadie hubiera previsto que el último secretario general del Movimiento iba a ser el primer presidente elegido en una democracia. Con Suárez se opera lo que podríamos llamar "efecto cenicienta"».

Coalición Popular y el PRD, en proporción a los medios utilizados en su campaña, han experimentado un fracaso enorme. El éxito de dos partidos nuevos como el CDS e Izquierda Unida (IU) significa para Amando de Miguel que no tenemos todavía una democracia consolidada y que no ha terminado la transición. El sociólogo opina que es muy probable que el PSOE y CP sigan bajando y que lleguemos a una estructura similar a la italiana.

Se constata también el fracaso de un centro nacionalista con presencia en Madrid, la llamada «operación Roca». De Miguel opina que las coincidencias en las encuestas son bastante fiables y que los resultados no van a cambiar mucho.

Escaso rigor

Por su parte, el sociólogo Miguel Martínez Cuadrado opina que no ha habido una presentación rigurosa de los datos en las encuestas. «Se producen interferencias de los órganos que las publican con una determinada orientación y el uso que hacen de ellas los medios públicos y los partidos. Desde hace un año se ha perdi-

do el nivel de seguridad de análisis que teníamos entre el 79 y el 82 porque priva la guerra política. Lo que nos presenta la prensa tiene extrañas deficiencias técnicas».

Las coincidencias en las tres encuestas son evidentes. Entre las novedades que aportan los resultados señala Martínez Cuadrado el reasenso del centro, del CDS y de IU. Los exiguos resultados del PRD evidencian el fracaso de la «operación Roca» que aparece como una mera operación de marketing. El sociólogo considera más fiables los resultados que cifran los escaños del PSOE por debajo de los 170.

Las tres encuestas coinciden también en el descenso de CP. Para Martínez Cuadrado este es «un dato curioso que supone la inversión de una tendencia y el retorno al centro». Demostraría también que la campaña publicitaria de los grandes partidos no ha impactado a la opinión pública.

Martínez Cuadrado opina que los resultados de las encuestas influirán de dos maneras: Los partidos descendentes pueden caer en una campaña de poca altura y estarán tenta-



■ Felipe: los peligros de ganar en minoría.—El secretario general del PSOE ha dejado el tono institucional del inicio de campaña para pedir el voto ante la incertidumbre de no obtener la mayoría absoluta.

dos de aumentar las descalificaciones; por otro lado, puede tener un «efecto impacto» sobre las bolsas de opinión escondidas que podrían votar centrista. Este «efecto impacto» se produce en quienes quieren ayudar al que asciende, al más desvalido, por un efecto de ternura.

Diferencias significativas

Para el sociólogo José Jiménez Blanco, «las tres encuestas me parecen igualmente correctas; es más, en esta ocasión, todos se han esforzado en precisar los requisitos de su ficha

técnica con detalles otras veces ausentes. Sin embargo, siendo el tamaño de las muestras muy similar y la fecha de recogida de datos prácticamente la misma, los resultados de las tres encuestas difieren entre sí».

En primer lugar, señala Jiménez Blanco, los porcentajes de intención de voto apuntan diferencias significativas: «me inclino a creer por experiencia que cuando dos encuestas comparables coinciden, pueden estar más cerca de la realidad de la que se desmarca». En segundo lugar, indica el sociólogo, donde los lectores pueden encontrarse más sorprendidos es en la asignación de escaños, puesto que aquí las tres difieren y no poco entre sí.

Jiménez Blanco indica que las encuestas coinciden en el despegue espectacular del CDS y de IU especialmente en Andalucía. Asimismo se detecta una subida de CiU en Cataluña, con resultados todavía dudosos en Barcelona entre esta formación y PSC-PSOE: «Todos estos procesos abren una dinámica nueva en el mapa político español. En este mismo diario escribí en la pre-campaña que el mapa político está por hacer y así parece que está sucediendo.»

Para Jiménez Blanco «todo induce a pensar que el PSOE, aunque gana, puede perder votos que nutren el ascenso de CDS e IU, y que CP se mantiene en sus resultados electorales del 82, con pérdida de algunos votos que pueden ir al CDS o al PRD.

	«El País»	«Diario 16»	YA	«El Periódico»	Octubre 1982
PSOE	167-194	193-202	158	180	202
CP	86-105	83-90	97	98	106
PRD	3-4		6	4	UCD 11
CDS	15-29	26-32	21	30	4
IU	10-16	6-7	9	5	PCE 4
UC				1	
PNV	8-9	6-7	9	7	8
CiU	17-20		20	17	12
HB	3-4	4-5	5	4	2
EE	1-2	2	2	1	1
ERC	1	1-2	1	1	1
CG			2		
PA			1		
PAR			1		
UV			2		
EU			1		
Otros	0-1			2	
PSUC		1			
PRD-CiU		14-16			