

ESPAÑA A CIEGAS

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS SILENCIADAS LOS DÍAS PREVIOS A LAS ELECCIONES GENERALES DE 2015

Autores:

Juan Benito Lozano

José Juan García Vázquez

Datos del autor de contacto:

Teléfono: 600 71 03 28

Email: juan.benito@gad3.com

Resumen: Las elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015 han sido unos comicios históricos en España. Sin embargo, los electores han permanecido *a ciegas* la semana previa, dada la prohibición de publicar sondeos en este periodo. El presente estudio analiza los cambios que experimentó la intención de voto esta última semana, a partir de los datos del *tracking* electoral de GAD3. A la par, pretende servir como un espacio de reflexión sobre la pertinencia de la ley electoral española en un nuevo contexto.

Palabras clave: Encuestas, elecciones Generales, ley electoral, intención de voto, demoscopia

Índice

1. Introducción	2
a. Contexto socio-político	2
b. Relevancia y objetivos del estudio	3
2. La ley electoral española.....	4
a. Naturaleza y origen.....	4
b. Prohibido informar: la veda electoral en España.....	5
c. Regulación de la publicación de sondeos electorales en otros países	5
d. Nuevos tiempos, misma legislación	6
3. Análisis de precisión de encuestas preelectorales	8
4. Última semana: decisión del voto y desinformación	13
5. Metodología del <i>tracking</i> electoral	14
6. Análisis de las encuestas silenciadas: entre el cambio y la incertidumbre.....	16
7. Conclusiones	22
Bibliografía.....	24
Índice de Tablas.....	26
Índice de Gráficos.....	26
Anexos.....	27

1. Introducción

a. Contexto socio-político

Las pasadas elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015 en España fueron históricas. Sin duda, desde la academia, se estudiará este proceso electoral como un punto de inflexión entre dos etapas políticas diferenciadas. Pero acuñar el término “histórico” a este proceso electoral requiere tanto una justificación, como una contextualización que demarque las dos etapas que jalona.

En primer lugar, cabe destacar la aparición de dos nuevos partidos políticos que entran con fuerza en el Parlamento. Podemos y sus confluencias, con 69 diputados, y Ciudadanos, con 40, se convierten en actores políticos indispensables para formar gobierno, compitiendo con el bipartidismo del anterior periodo y configurando un parlamento más fragmentado. Por primera vez en la historia reciente de la democracia española, la Cámara Baja fue incapaz de formar gobierno y habrá nuevas elecciones el 26 de junio de 2016 (BOE, Real Decreto 184/2016, 2016).

Este escenario: aparición de nuevos partidos, fragmentación parlamentaria, retroceso del bipartidismo, etc., rompe la linealidad del sistema, motiva una mayor cobertura mediática y acerca al ciudadano a la política, dotándola de ubicuidad. Paradójicamente, esta “politización” de la ciudadanía acontece en un periodo de crisis de legitimidad de las instituciones de representación. Según el Barómetro de marzo de 2016 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2016), los representantes políticos son, para el 9,4% de los españoles, el principal problema del país, sólo por detrás del paro (51,8%) y la corrupción y el fraude (15,9%).

b. Relevancia y objetivos del estudio

En este escenario político cambiante, los distintos actores (partidos políticos, medios de comunicación, ciudadanía, etc.) requieren de información frecuente y actualizada. Aún más teniendo en cuenta que pequeños cambios en el voto generan una configuración diferente del Parlamento y que la última semana la intención directa de voto cambia considerablemente.

A pesar de la constante demanda de sondeos, el proceso electoral del pasado 20 de diciembre se rigió por la misma legislación (BOE, Ley Orgánica 5/1985, 1985), redactada hace más de 30 años, que prohíbe la publicación de sondeos los cinco días previos a los comicios. En consecuencia, todos los cambios producidos en la decisiva última semana de campaña son una incógnita para el público general.

El objetivo principal de este estudio es analizar en profundidad todas las tendencias y cambios en el voto que se produjeron esta última semana, de tal forma que se complete la información entre los últimos sondeos publicados y el resultado electoral. Este análisis permitirá comprender el voto como una serie continua, con lógica, que condujo a los resultados del 20-D, así como categorizar las distintas tendencias para facilitar su comprensión.

En segunda instancia, se reflexiona sobre la pertinencia de la actual ley electoral. En un contexto político cambiante, con el acceso mayoritario a información a nivel mundial, no tiene sentido que la mayoría de actores (partidos políticos, medios de comunicación, *lobbies*, etc.) puedan tener acceso a sondeos de opinión, pero no la ciudadanía en general. Esta negación supone una desigualdad en el acceso a la información. Por otra parte, cada vez es más difícil para la Junta Electoral Central controlar la difusión de encuestas, ya que las nuevas tecnologías permiten acceder a información publicada en cualquier rincón del planeta.

De forma sintética, el propósito de esta investigación consiste en hacer visible el sondeo realizado por GAD3 durante el periodo de publicación de encuestas, así como introducir una reflexión sobre la ley electoral vigente. El debate sobre la pertinencia de la ley electoral surge en un contexto de mayor dificultad para estimar el voto, tanto por la oferta electoral, como por la transferencia entre partidos. De igual forma, las nuevas tecnologías, que permiten el acceso a información a nivel global, superan los postulados que regula la Ley Orgánica 5/1985.

Las características y el origen de la ley electoral española se abordan en el primer epígrafe de este estudio. A continuación, se analiza la precisión de las encuestas electorales para el 20-D y cómo pudo influir la legislación electoral en la desviación de las predicciones realizadas una semana antes. Por último, a partir de datos del *tracking* de GAD3, se detallan las tendencias y cambios en el voto que acontecieron la última semana y que no pudieron ser publicados.

2. La ley electoral española

a. Naturaleza y origen

La Ley Orgánica del Régimen Electoral General, de 19 de junio de 1985, es la norma vigente que rige el proceso electoral en España. Como señala la propia ley en su preámbulo, se trata de una “*norma fundamental de cualquier sistema democrático, en tanto que sólo nos podemos afirmar en democracia cuando el pueblo puede libremente constituir la decisión mayoritaria de los asuntos de Gobierno*” (BOE, Ley Orgánica 5/1985, 1985).

Dentro de la legislación española, esta norma que regula el proceso electoral sustituye y amplía la Ley Orgánica 2/1980, *sobre la regulación de las distintas modalidades de referéndum*. Esta ley, sancionada siete años después de la Constitución de 1978, pretende apuntalar el entonces joven sistema democrático y regular el proceso electoral garantizando su transparencia y la libertad del electorado.

b. Prohibido informar: la veda electoral en España

Entre las regulaciones que comprende, detalla la duración de la campaña electoral y las limitaciones a la publicación de sondeos, como forma de frenar la influencia de factores externos y auspiciar la reflexión del voto. En un contexto de reciente implantación del sistema democrático y con una ciudadanía adaptándose a los nuevos valores y procedimientos, esta ley persigue blindar al elector frente a información que condicione la decisión de su voto.

La prohibición de publicar encuestas cinco días antes de los comicios ya estaba contemplada en la Ley Orgánica 2/1980, a la que la legislación actual sustituye. La razón de ser de esta medida encuentra explicación en las elecciones de 1979, donde “ciertamente se produjeron algunas operaciones de manipulación informativa bajo capa de encuestas electorales” (Wert, 1990). En la misma línea, se introdujeron otras regulaciones como: la obligación de divulgar la ficha técnica y la prohibición de alterar o modificar deliberadamente los resultados. De igual forma, se atribuye a la Junta Central la tarea de velar por el cumplimiento de estas disposiciones legales (Gálvez Muñoz, 2000).

c. Regulación de la publicación de sondeos electorales en otros países

La regulación del proceso y de la campaña electoral es un denominador común en todos los sistemas democráticos, si bien existen diferencias en la duración e intensidad de las prohibiciones. Países como Italia, Grecia o Canadá velan por la jornada de reflexión, limitando la publicación de encuestas los días previos a los comicios (Plasser, 2002). Sin embargo, el auge de las nuevas tecnologías dificulta el cumplimiento de esta ley por varios motivos:

- En primer lugar, las TIC's permiten la interconexión de territorios, por tanto, los electores no sólo tienen acceso a las publicaciones nacionales, sino a los contenidos de todo el mundo. Este es el caso de Francia, donde sus ciudadanos accedían sin problema a los sondeos electorales que se publicaban en diarios belgas de habla francófona hasta la modificación de la ley electoral que deroga la prohibición de publicar encuestas (JORF, 2016).

- Por otra parte, en territorios extensos con varios husos horarios, como Canadá, resulta difícil controlar la publicación de sondeos de forma escalonada cuando Internet permite el acceso inmediato a la información. La ley electoral canadiense, prohíbe publicar resultados antes del cierre de urnas, algo que sucede antes en la costa atlántica (Peesker, 2012), pero es muy difícil controlar el flujo de información *coast to coast*.
- Además, ya no es suficiente con controlar los contenidos publicados en los medios de comunicación, sino que cada ciudadano es un potencial difusor de información. Existen muchos más formatos que la prensa escrita, la radio o la televisión, y la participación en ellos no es meramente pasiva, sino que la información se crea y comparte en red.

Otros países han emprendido la vía de la desregularización del proceso electoral, permitiendo la realización de actos de campaña y la publicación de sondeos hasta el último momento. Este es el caso de Alemania que, pese a ser pionera en la legislación del proceso electoral (Musiał-Karg, 2013), actualmente permite la petición del voto y la publicación de encuestas hasta la apertura de urnas. Este cambio equipara a Alemania con Estados Unidos y el Reino Unido, donde no se prohíbe la publicación de sondeos, ya que se entiende como una limitación a la libertad de expresión.

d. Nuevos tiempos, misma legislación

En una democracia naciente, la Ley del Régimen Electoral General fue un instrumento útil para evitar que cualquier opinión o análisis sesgado se camuflase de encuesta, influyendo “perversamente” sobre la ciudadanía. Sus aportaciones que velan por la calidad técnica y metodológica garantizan el rigor de la información que llega a la ciudadanía, sin embargo, otros elementos acusan mayor obsolescencia. Más de 30 años después, con un sistema democrático consolidado, un sector demoscópico maduro y con la aparición de nuevas tecnologías de la información, esta ley continúa regulando bajo los mismos supuestos.

En este sentido, la obsolescencia de una las principales leyes del sistema democrático no es una cuestión que atañe sólo a nuestro país. Como hemos expuesto, los cambios a nivel global están llevando a planteamientos de reforma en el resto de países. En el caso español, durante las últimas Elecciones generales la prohibición de publicar encuestas en el territorio nacional fue cuestionada ampliamente por la publicación de encuestas en El Periòdic d'Andorra.

Puesto que la prohibición concierne a la difusión pública de sondeos, no a su realización, todos los partidos y demás actores que encargaron estimación electoral pudieron tener acceso a tiempo real de la posición de los distintos partidos, lo que sitúa a la ciudadanía en una situación de desventaja informativa. También se perjudica los medios de comunicación españoles, únicos incapacitados para publicar estimaciones. Por otra parte, la publicación de sondeos fuera de nuestras fronteras puede derivar en una mayor opacidad, con menos garantías y sin la publicación de metadatos, como la ficha técnica, que garantizan la calidad y el método.

Por tanto, en un contexto de madurez del sistema democrático y del sector demoscópico, la prohibición de publicar para no “entorpecer” la decisión del voto, parece asentarse en el supuesto de que la información va en perjuicio del ciudadano y de su toma de decisión, como señala (Wert, 1990). Además, también perjudica a los medios nacionales y puede “entorpecer” la decisión de voto aún más, si se atiende a las publicaciones externas que ofrecen menos garantías, ya que no está regulada la publicación de la ficha técnica que detalla la muestra, tipo de muestreo, margen de error, fecha del trabajo de campo, etc.

A favor de la derogación de la prohibición de publicar encuestas se posicionó la Federación Española de Sociología (FES, 2008), secundando el documento que la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ANEIMO) reportó al Congreso de los Diputados. En el próximo epígrafe, se detalla la precisión de las encuestas electorales realizadas para las pasadas elecciones Generales de 2015, que realizaron distintos institutos demoscópicos, principales defensores de la ampliación del periodo de publicación de encuestas.

3. Análisis de precisión de encuestas preelectorales

En los últimos años han proliferado espacios de tertulias y actualidad política en los principales medios de comunicación, a la par que se espera con expectación el próximo sondeo electoral. En este sentido, la política ha adquirido mayor centralidad en España. Un ejemplo de este creciente interés por la actualidad política y por las encuestas, es que en los últimos barómetros electorales que ha publicado el CIS, la página web del organismo ha sido incapaz de permitir el acceso simultáneo a todos los interesados en esta información.

En España, diecisiete empresas han realizado sondeos sobre las elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015, según señala Müller (2016). Respecto a estos institutos de investigación, afirma que “el negocio de la intención de voto en España está en muy pocas manos. La gran mayoría de las empresas que realizan estudios electorales son de pequeño y mediano tamaño” (Müller, 2016).

En general, el sector demoscópico en España anduvo bastante acertado en su predicción electoral del 20D. Todos los sondeos publicados coincidieron en situar al Partido Popular como el partido político más votado y con más escaños. La mayor desviación se produjo con los nuevos partidos, en particular con Ciudadanos. Algunos sondeos colocaron a esta formación como tercera, e incluso como segunda fuerza política más votada, sobrevalorando su representación en el hemicycle. También hubo desviación en los resultados de Podemos y sus confluencias, que muchos sondeos subestimaron tanto en porcentaje de voto, como en escaños. Desviaciones que se recogieron en el trabajo de campo pero que no pudieron ser publicados por la citada prohibición.

Diversos medios de comunicación e investigadores han realizado análisis de precisión de las encuestas electorales del 20D (Pavia, 2016 y López, 2016), estudiando la desviación de las estimaciones respecto a los resultados del 20D. La desviación se refiere a la diferencia absoluta entre el porcentaje de voto válido a cada partido y el porcentaje estimado.

La Tabla I presenta las desviaciones de los cinco principales partidos de ámbito nacional en tres momentos: las encuestas publicadas dos meses antes de las elecciones, la última publicada antes de la prohibición legal y las del día electoral al cierre de urna.

Tabla I. Desviación media por partido del porcentaje de voto (conjunto de encuestas publicadas)

	PP	PSOE	Podemos ¹	Cs	IU-UP
Dos meses antes	1,1	0,9	6,9	4,0	0,9
Última predicción legal	1,2	1,4	3,4	5,3	0,3
Día D	1,5	1,7	0,7	1,2	0,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del conjunto de encuestas publicadas por 17 empresas demoscópicas.

Siguiendo a López (2016), en un contexto de desafección con los partidos tradicionales y con la aparición de dos nuevas fuerzas, la demoscopia ha sido una ciencia “*de alto riesgo*” (López, 2016). En concreto, los resultados de las dos formaciones emergentes han sido los más difíciles de estimar. Como refleja la Tabla I, una semana antes de los comicios, la desviación media de Ciudadanos y Podemos fue 5,3 y 3,4 puntos, respectivamente. En el caso de PP y PSOE, esta desviación fue de 1,2 y 1,4 puntos.

Cabe destacar que las predicciones fueron mejorando a medida que se acercaba la fecha de las elecciones. Como señala (Bouza, 1998), las encuestas electorales captan imágenes de una pequeña parte de la realidad, pero en ningún caso ofrecen la “*foto finish*”. Es decir, aunque las encuestas están basadas en técnicas de estadística predictiva, esta predicción se efectúa *ceteris paribus* en el momento de su realización. Por las características intrínsecas de la encuesta, la imagen que se capta en los sondeos no es más que “*una predicción del presente que va de las partes al todo*”. Y, por tanto, las conclusiones que se extraen no pueden predecir con exactitud el futuro.

¹ Podemos incluye la suma de Podemos y sus confluencias (En Comú Podem, Compromís-Podemos-És el Moment y En Marea).

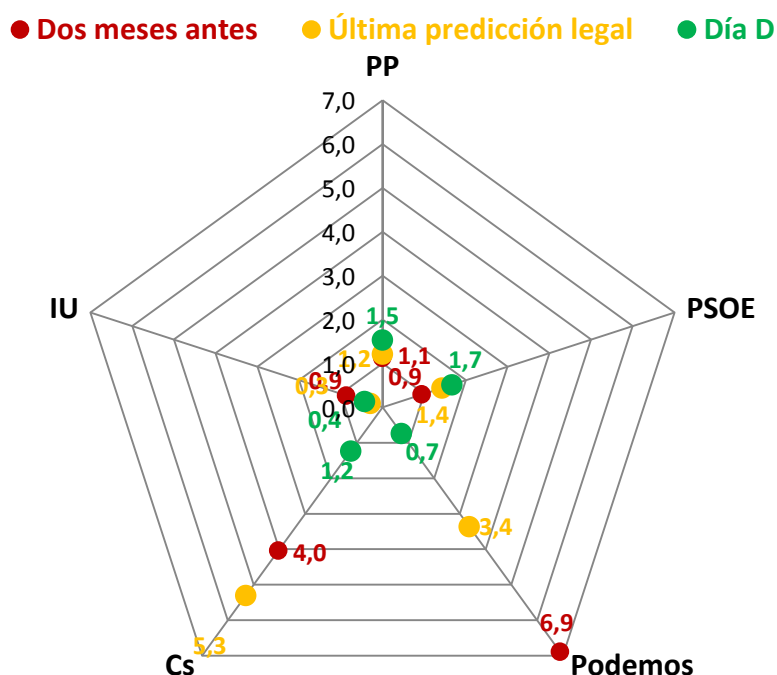
En el conjunto de las encuestas, el partido con mayor desviación en los pronósticos fue Ciudadanos, que desde las elecciones catalanas del 27 de septiembre experimentó una subida en la intención directa de voto que duró hasta el comienzo de la campaña electoral. Durante los meses de octubre y noviembre, algunas encuestas publicadas llegaron a estimar que Ciudadanos obtendría un 20% del voto, lejos del 13,9% que finalmente obtuvo.

Dos meses antes de las elecciones, las estimaciones se desviaron 4 puntos respecto al que finalmente sería el resultado de Ciudadanos; paradójicamente, la última estimación realizada antes de la prohibición legal alcanzó los 5,3 puntos porcentuales de desviación (Gráfico 1). Sin embargo, las encuestas publicadas a cierre de urna supieron adaptarse al cambio y anticipar mejor el resultado electoral.

En cuanto a Podemos, la tendencia fue la inversa. En las elecciones catalanas cosechó unos resultados más bajos de lo esperado y la media de encuestas publicadas dos meses antes se desviaron en 6,9 puntos. Su estimación fue subiendo conforme se acercaba la fecha de las elecciones y la desviación de las últimas encuestas publicadas la última semana de campaña se redujo a 3,4 puntos. El día de las elecciones fue uno de los partidos que mejor supieron estimar las encuestas, desviándose tan sólo 0,7 puntos.

En referencia a los dos grandes partidos, PP y PSOE, las encuestas supieron estimar con bastante precisión sus resultados desde las encuestas publicadas dos meses antes de las elecciones y su evolución fue bastante estable, como sucede con IU-UP.

Gráfico 1. Desviación de las encuestas preelectorales 2015 (conjunto de encuestas publicadas)

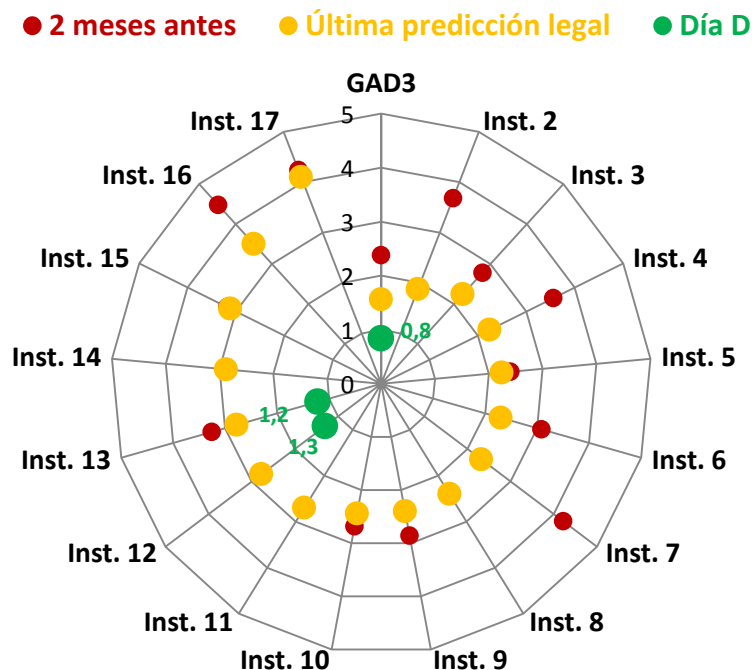


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del conjunto de encuestas publicadas por 17 empresas demoscópicas.

Respecto a la desviación por instituto, como se observa en el Gráfico 2, GAD3 fue el que mejor supo estimar los resultados de las elecciones Generales del 20 de diciembre. Su estimación de los cinco grandes partidos a dos meses de las elecciones se desvió 2,4 puntos y fue afinándose a medida que se aproximaba la cita electoral. La encuesta de GAD3 publicada el domingo 20 de diciembre en Antena 3, a cierre de urnas, tuvo una desviación de 0,8 puntos, anticipando con gran precisión el resultado electoral.

El cálculo de la desviación media por instituto está basado en la diferencia entre la estimación de voto (en porcentaje) de los cinco partidos más votados (PP, PSOE, Podemos y sus confluencias, Ciudadanos e IU-UP) respecto a los resultados obtenidos. Esta desviación se convierte a números naturales y se promedia el error. El resultado arroja la desviación media con la que están realizados el análisis de precisión por instituto representado en el Gráfico 2.

Gráfico 2. Desviación de las encuestas preelectorales por instituto



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del conjunto de encuestas publicadas por las 17 empresas demoscópicas.

El grado de acierto en 2015 surge tras la revisión de los métodos de estimación después de las elecciones Europeas de 2014, que constituyeron un punto de inflexión en el sector. “El error de previsión del CIS y de las empresas privadas que realizan sondeos” (Bernardo, 2015) motivó un desacierto generalizado que conllevó el planteamiento de los postulados sobre estimación electoral. El CIS predijo que la suma de PP y PSOE en dichos comicios alcanzaría en torno al 60% de los votos, mientras que el día de las elecciones obtuvieron un 49% del apoyo electoral.

Además, falló también la estimación de los nuevos partidos: en especial Podemos, al que las encuestas no supieron anticipar los resultados obtenidos. Entre otros aspectos, el modelo de precisión de muchos institutos tenía en cuenta la variable “recuerdo de voto”, que en ese contexto no fue aplicable para estimar los nuevos partidos. Por tanto, varios institutos, entre ellos GAD3, renovaron sus modelos de estimación y la metodología de las encuestas.

4. Última semana: decisión del voto y desinformación

Según el barómetro postelectoral de las elecciones Generales del 20 de diciembre del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2016), un 26,9% de los electores decidió su voto en la última semana de la campaña electoral, unos días antes de las elecciones e incluso el mismo día.

La encuesta postelectoral de las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 (CIS, 2014) corrobora la decisión del voto próxima a la cita electoral. Casi un tercio de los españoles con derecho a voto (29,8%) lo decidió en este lapso: última semana de la campaña electoral o el mismo día de las elecciones.

Este período coincide con la prohibición de publicar encuestas electorales en España. Por tanto, a la par que casi un tercio de los electores aún no ha decidido su voto, no tiene acceso a los sondeos electorales que se están realizando, ya que está “silenciada” su divulgación.

Debido a la ley electoral, que divide España en 52 circunscripciones y reparte los escaños conforme a la Ley D’Hont, existe un llamado “voto útil” o “estratégico”, que se decide en función del resultado de las elecciones, en especial en las circunscripciones de tamaño pequeño y medio, donde unos pocos votos pueden marcar la diferencia entre obtener representación parlamentaria o no.

Desde las anteriores elecciones Generales de 2011, el voto útil ha cambiado: en esos comicios, los electores tenían claro la rentabilidad del voto, es decir, qué partidos optimizaban mejor el voto y cuáles no. La novedad en 2015 fue la ruptura de ese sistema en el que aparecen dos nuevos partidos que no se sabe si van a conseguir escaños o no y a costa de quién.

En este contexto, los electores no pudieron conocer qué estaba sucediendo esa última semana, qué cambios en la intención de voto estaban aconteciendo y cómo podían influir en el resultado. Tampoco pudieron saber si el partido que tenían pensado votar iba a conseguir escaño en su circunscripción o debían utilizar el “voto útil” y dejar de lado su primera opción para votar a otro partido con más opciones. En este sentido, la ley electoral dificultó la toma de decisiones razonada y basada en un conocimiento de la realidad política los cinco días previos a los comicios.

Algunos institutos, como GAD3, continuaron su *tracking* electoral hasta el mismo viernes antes de las elecciones Generales, pese a no poder difundir sus estimaciones. En el próximo epígrafe se detalla las características técnicas y metodológicas de este *tracking* sobre el que se construye el posterior análisis.

5. Metodología del *tracking* electoral

En este apartado se describe la metodología del *tracking* electoral realizado por el instituto GAD3 en el cual se basan los posteriores análisis que comprende este estudio. La ficha técnica de la encuesta electoral realizada entre los meses de octubre a diciembre de 2015 es la siguiente:



Ámbito: nacional.



Universo: ciudadanos mayores de edad con derecho a voto en las elecciones Generales.



Cuotas: geográficas (95 zonas de comportamiento electoral homogéneo) y por sexo y cuatro grupos de edad de acuerdo al censo electoral de 2015.



Procedimiento de recogida de la información: Entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI).



Tamaño de la muestra: 9.927 entrevistas.



Error muestral: $\pm 1,0\%$ ($N=9.927$), para un grado de confianza del 95,5% (dos sigmas) y en la hipótesis más desfavorable de $P=Q=0,5$ en el supuesto de muestreo aleatorio simple.



Duración de la entrevista: 4 minutos aproximadamente.



Fechas del trabajo de campo: Del 15 de octubre al 18 de diciembre de 2015.

El universo de la encuesta lo conforman los ciudadanos mayores de edad con derecho a voto en las elecciones Generales de 2015, en todo el territorio nacional. La muestra está compuesta por 9.927 entrevistas con cuotas de sexo y grupos de edad en base al censo electoral publicado por el INE respecto a dichos comicios. La edad se ha dividido en cuatro tramos, de 18 a 29 años, de 30 a 44, de 45 a 64 y mayores de 65 años. Además, se ha configurado un diseño muestral geográfico en base a 95 zonas de comportamiento electoral homogéneo de toda España. Este diseño se basa en características geográficas, comportamiento electoral y otras variables socio-demográficas y de consumo obtenidas del Censo de Población y Viviendas y otras encuestas oficiales, que ofrecen datos desagregados a nivel de sección censal.

El procedimiento de recogida de información fue la entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI), de una duración media de cuatro minutos. Además de variables sociodemográficas como sexo, edad, nivel de estudios, situación laboral o ideología, también se introdujeron preguntas de interés socio-político y de valoración, relativas a las elecciones Generales de 2015. El cuestionario también incluía el recuerdo de voto de elecciones Generales de 2011, de Municipales de 2015 y la intención de voto de las elecciones del 20D, además de la probabilidad de ir a votar.

Las fechas del trabajo de campo comenzaron a mediados del mes de octubre (tras las elecciones Autonómicas de Cataluña) y finalizó el viernes previo a las elecciones, el día 18 de diciembre de 2015. El horario en el que se realizaron las entrevistas fue de lunes a viernes, desde las 10:00 a las 21:00 horas.

Por último, todas las entrevistas analizadas las realizó el instituto GAD3 en sus instalaciones de Madrid, a través de un *software* propio.

6. Análisis de las encuestas silenciadas: entre el cambio y la incertidumbre

Este epígrafe analiza, a partir de los datos del *tracking* electoral de GAD3, los cambios y tendencias que acontecieron en la intención directa de voto la última semana antes de las elecciones Generales de 2015 y cómo los españoles modificaron sus preferencias durante este período en el que estaba prohibida la publicación de encuestas.

El Gráfico 3 compara la intención directa de voto de los cinco partidos que obtuvieron mayor número de votos en las elecciones Generales: PP, PSOE, Podemos y sus confluencias, Ciudadanos e IU-UP. Como se observa, los mayores cambios en la intención directa de voto suceden en los dos nuevos partidos. Desde que comenzó el trabajo de campo a mediados de octubre, dos meses antes de las elecciones Generales, Ciudadanos estuvo por encima de Podemos en intención directa de voto, posición que cambió la primera semana de diciembre.

Al comienzo de diciembre, tanto Podemos y sus confluencias, como Ciudadanos se disputaron ser la tercera fuerza en votos, aunque la formación morada mantuvo una ligera ventaja. Sin embargo, la última semana cambió la situación: Podemos aumentó su intención de voto e incluso llegó a competir con el PSOE por ser el segundo partido en número de votos.

Esta última semana de campaña también fue decisiva para Ciudadanos, pero con una tendencia inversa. La formación retrocedió en intención directa de voto durante los últimos días de *tracking* hasta posicionarse en la cifra más baja de toda la serie (13,6%). Este descenso contrasta con el inicio del *tracking*, cuando Ciudadanos comenzó una tendencia alcista, tras las elecciones Autonómicas de Cataluña, partiendo del 16,2%.

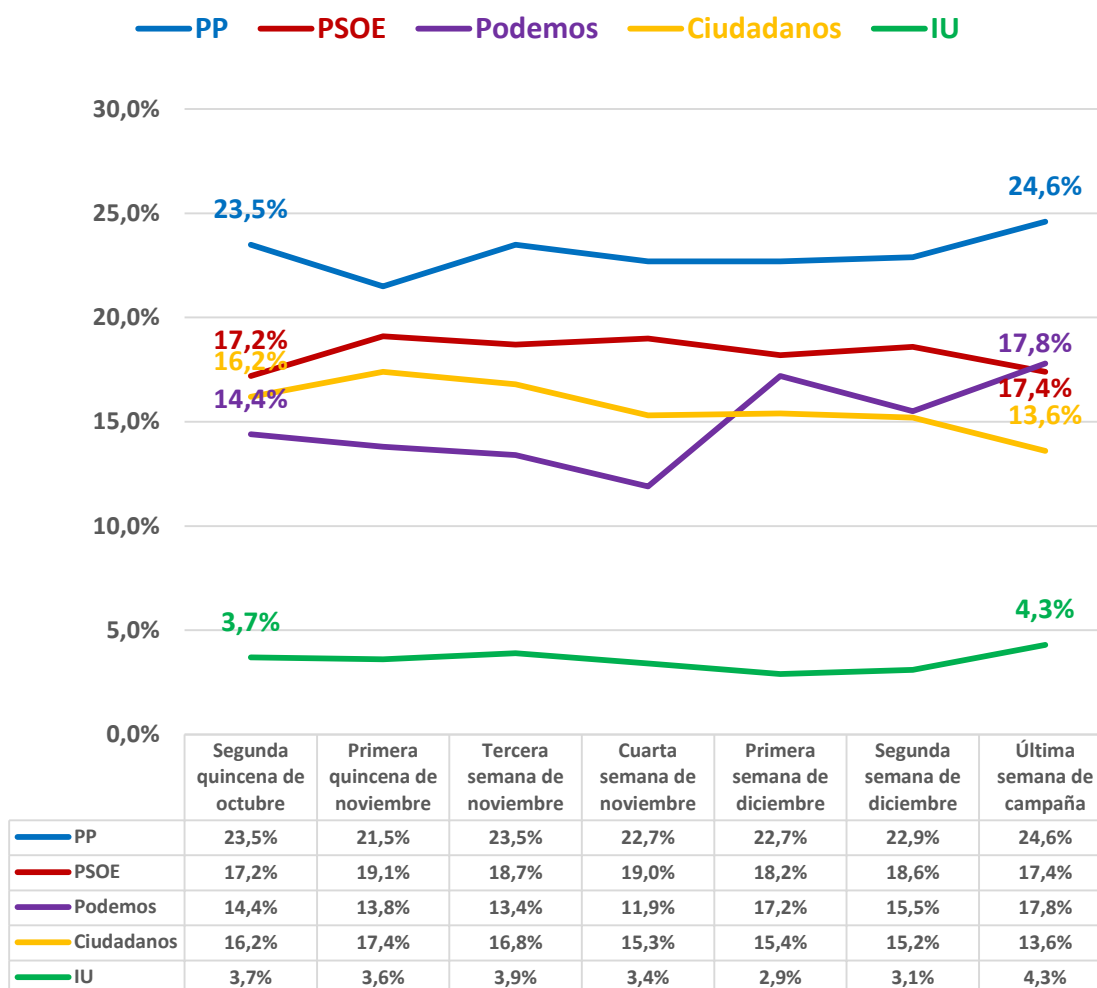
La intención directa de voto de los dos grandes partidos, PP y PSOE, fue más estable durante el periodo analizado. De nuevo, esta última semana de campaña electoral, el Partido Popular consiguió aumentar ligeramente su porcentaje y obtener una mayor intención directa de voto que el resto de semanas anteriores.

La última semana también resultó determinante para el Partido Socialista, ya que la intención directa de voto hacia este partido se redujo (17,4%), retornando a una situación similar a la segunda quincena de octubre (17,2%).

Por último, IU-UP osciló durante todo el *tracking* entre un 2,9% y 3,9% de intención directa de voto. Esta última semana también produjo cambios en la coalición de izquierdas: anotó su mejor registro y aumentó su intención directa de voto hasta el 4,3%.

Como se ha puesto de manifiesto, en la última semana de campaña electoral acontecieron cambios importantes en la intención directa de voto, que los españoles no pudieron conocer y que determinaron el resultado electoral. Tal y como se señaló anteriormente, en esta última semana, casi un tercio del electorado decide su voto y es justo en este periodo cuando mayores cambios se producen en toda la serie.

Gráfico 3. Evolución de la intención directa de voto (en %)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del *tracking* electoral de GAD3.

Para explicar las tendencias y cambios señalados anteriormente, se analizan las matrices de transferencia² de voto del *tracking* de GAD3. Por un lado, se analiza la matriz de transferencia de voto de las elecciones Generales de 2011 y, por otro la matriz de las elecciones Municipales de 2015, que incluye recuerdo de voto de los nuevos partidos: Podemos³ y Ciudadanos, que ya compitieron en esta cita electoral. Además, se comparan las matrices de transferencia de la última semana con la del resto del *tracking*, que abarca la evolución del voto de octubre a la primera quincena de diciembre.

En primer lugar, el Partido Popular tuvo una fidelidad de voto bastante estable durante todo el trabajo de campo, ya que fue similar la última semana y el resto del *tracking*. Respecto a las elecciones Generales de 2011, en torno al 65% de los que votaron a esta formación volverían a hacerlo. En relación a las elecciones celebradas siete meses antes (Municipales 2015), tres de cada cuatro votantes del Partido Popular (75%) volverían a confiar en Mariano Rajoy el 20 de diciembre.

La ligera subida de la intención directa de voto del PP esta última semana, también viene explicada por la reducción de la fuga de sus votantes a Ciudadanos. En relación al recuerdo de voto de 2011, uno de cada cinco votantes populares (20%) cambiaría su voto a favor de la formación naranja durante el desarrollo del *tracking*, mientras que la última semana se redujo esta fuga hasta el 18%. Como se observa en la matriz de transferencia de las elecciones Municipales, también se redujo esta fuga a C's, que bajó del 13% al 11%, los últimos días.

Por otra parte, los últimos cinco días, un mayor número de votantes de Ciudadanos en las elecciones Municipales (14%) declaraban su intención de cambiar su voto en favor del Partido Popular, frente al 9% registrado semanas anteriores. Además, esta última semana, el PP también atrajo en mayor medida el voto de otras formaciones, como: UPyD, PNV y otros partidos.

En cuanto al PSOE, se observa una tendencia descendente en la intención directa de voto los días previos a la cita electoral. Uno de los factores decisivos de esta bajada fue

² Ambas matrices de transferencias se pueden observar en el apartado de Anexos.

³ El partido político Podemos decidió no presentar su marca en los comicios municipales de 2015, pero en el *tracking* se agrupan todos los partidos en los que participaban miembros de Podemos y estaban asociados a dicho partido.

que, mientras que el PP sólo tenía una fuga de voto, el PSOE tenía dos formaciones que le disputaban el voto de centro y de izquierda.

El Partido Socialista acusó su mayor fuga de votos a la izquierda, en favor de Podemos y sus confluencias. Una pérdida de votantes que se incrementó los días previos a los comicios, hasta situarse en el 21%, mientras que durante el resto de semanas se situó en el 17%, en base al recuerdo de voto de las elecciones de 2011. Respecto a las elecciones Municipales de 2015, aumentó también el trasvase de votos hacia la formación morada la última semana (del 8% al 10%).

Por el voto más centrista, el PSOE compitió con Ciudadanos, si bien la última semana logró reducir el trasvase, del 13% al 10%, teniendo en cuenta la matriz de transferencia de las elecciones Generales de 2011.

El descenso de la fuga de votantes a C's fue uno de los motivos del aumento de la fidelidad de voto del PSOE, tanto respecto a las elecciones de 2011 (del 55% al 57% la última semana) como a las elecciones Municipales de 2015 (subió del 63% al 66% los últimos días). Por otra parte, también se redujo el porcentaje de votantes socialistas que finalmente no se abstuvieron o votaron en blanco.

Por su parte, Podemos aumentó de forma considerable su intención directa de voto la última semana y quizás fue esta la tendencia más relevante que la ciudadanía no pudo conocer hasta el cierre de urnas. Este aumento se debe, en gran medida, a que captó más electores de los partidos de izquierda, como PSOE e IU, así como de partidos nacionalistas de esta tendencia ideológica: ERC y Bildu, principalmente.

Es destacable que Podemos y sus confluencias atrajeron más votantes la última semana de la abstención (del 15% al 16% respecto a las elecciones Generales de 2011), del voto en blanco y de los menores de edad. En este sentido, la elección a última hora de los indecisos favoreció al partido de Iglesias y a sus confluencias.

Los votantes que Podemos captó del PSOE, aumentaron la última semana del 17% al 21%, respecto a las Generales de 2011, y del 8% al 10% en relación a las Municipales de 2015. Por su parte, más de la mitad del electorado de IU en las anteriores Generales, manifestó su intención de votar a la formación morada el 20-D (58% la última semana, y 49% durante el resto del trabajo de campo). Respecto a las elecciones Municipales de

2015, casi un tercio de sus votantes declaró su intención de cambiar su voto a Podemos, aumentando también la última semana (del 23% al 34%).

En definitiva, Podemos y sus confluencias aumentaron su intención directa de voto la última semana por varios factores, entre los que cabe destacar: el trasvase de votos desde otros partidos de izquierda (nacionalistas o no) y la captación de votos desde la abstención o el voto en blanco. Además, aumentó su fidelidad de voto en los últimos días, respecto a la cita electoral de mayo de 2015.

La cuarta fuerza de las elecciones Generales de 2015 fue Ciudadanos, observándose cómo bajó considerablemente en intención directa de voto la última semana. Como se ha comentado anteriormente, el trasvase de votantes tanto del PP, como del PSOE se redujo la semana previa a los comicios.

Además, disminuyó también el porcentaje de votos que Ciudadanos obtenía de otras formaciones, como UPyD (del 61% al 37% la última semana, respecto a las elecciones Generales de 2011). De igual forma, acusó la misma tendencia respecto a los abstencionistas (16% al 14%, también respecto a 2011) y los menores (del 19% al 14% respecto a 2011).

A pesar de la bajada en la intención directa de voto, la fidelidad de la formación naranja subió esta última semana (del 75% al 79%, respecto a las elecciones Municipales de 2015), en parte porque redujo la fuga de votantes de Ciudadanos hacia el PSOE (del 6% al 2% la última semana) y hacia el voto en blanco y la abstención (del 7% al 4% los últimos días).

Los votantes de IU-UP se decantaron mayoritariamente por Podemos, como se observa en la matriz de transferencia de voto de las elecciones Generales de 2011. Mientras que durante el desarrollo del *tracking* casi la mitad de votantes de la coalición de izquierdas en 2011 se decantaría por la formación morada (49%), esta cifra aumentó al 58% la última semana, principalmente por el uso del llamado “voto útil”. En relación al recuerdo de voto de las elecciones Municipales, esta cifra también aumentó los días previos a los comicios, pasando del 23% al 34%.

Sin embargo, la intención directa de voto de IU-UP aumentó ligeramente la última semana, hasta situarse en el 4,3%, en gran medida, por la mayor captación de votantes de formaciones nacionalistas de izquierdas, y de otros partidos.

A continuación se analiza el efecto que la prohibición de publicar encuestas tuvo sobre la precisión en la estimación electoral. La Tabla II compara la estimación de voto de las dos últimas encuestas publicadas por GAD3: una previa a la prohibición de publicar encuestas (en el diario ABC, el 13 de diciembre) y otra tras el cierre de urnas (en el canal de televisión Antena 3, el 20 de diciembre a las 20 horas). Ambas encuestas se basan en las entrevistas del *tracking* electoral de GAD3, por tanto, la estimación del domingo a las 20 horas se basa en entrevistas telefónicas realizadas hasta el viernes 18 de diciembre.

Tabla II. Últimas estimaciones electorales publicadas por GAD3

	GAD3-ABC (Domingo 13-D)		ANTENA 3 (20-D 20:00)		Resultados 20-D
	%	Desv.	%	Desv.	%
PP	28,3	-0,4	28,1	-0,6	28,7
PSOE	21,2	-0,8	20,4	-1,6	22,0
Podemos	17,6	-3,1	21,1	0,4	20,7
Ciudadanos	18,1	4,2	14,9	1,0	13,9
IU	4,1	0,4	4,3	0,6	3,7
Desv. media		1,8		0,8	

Fuente: Elaboración propia a partir de las últimas dos encuestas publicadas por GAD3 y el resultado electoral de 2015, del Ministerio del Interior.

Los cambios en la intención de voto producidos en la última semana no quedan recogidos en la última encuesta publicada antes del comienzo de la prohibición, el domingo 13 de diciembre. La ciudadanía sólo pudo conocer estos cambios una vez cerradas las urnas, en la encuesta publicada el domingo 20 a las 20 horas.

El grado de precisión de las dos últimas encuestas publicadas por GAD3, antes de la prohibición de publicar encuestas y después, varía sustancialmente. Mientras que el domingo previo a los comicios, la estimación se desvió en 1,8 puntos, los datos registrados durante la última semana permitieron afinar el pronóstico al cierre de urna, siendo de 0,8 puntos la desviación media.

Por tanto, el sector demoscópico en España no sólo tiene que lidiar con aspectos metodológicos o técnicos en busca de la precisión, sino que también debe hacer frente a legislación que condiciona a la hora de estimar sobre una realidad cambiante.

7. Conclusiones

Como se ha detallado en el análisis, la última semana fue decisiva para la configuración del voto. Entre las tendencias más destacadas, cabe reseñar el considerable aumento en la intención directa de voto de Podemos y sus confluencias y la tendencia inversa de Ciudadanos. En contraposición, los dos grandes partidos se mantuvieron más estables, con un pequeño aumento en la intención directa de voto del PP y un ligero descenso del PSOE.

En este sentido, la prohibición de publicar encuestas los cinco días previos a las elecciones Generales, supuso un óbice a la precisión de las encuestas, en tanto que en este periodo se produjeron modificaciones en el voto, que no se observaron los meses anteriores. Estos cambios fueron aún más relevantes teniendo en cuenta que pequeñas variaciones en el voto generan diferencias sustanciales en la configuración del Parlamento.

Fue justo en este lapso, cuando casi uno de cada tres electores decidió su voto. Paradójicamente, tuvieron que hacerlo sin conocer qué estaba sucediendo esa última semana, qué cambios se producían en la intención de voto y cómo podían influir en el resultado con el llamado “voto útil”. En este sentido, la ley electoral dificultó la toma de decisiones razonada y basada en un conocimiento de la realidad política.

A pesar de este contexto, continúa vigente el artículo 69 de la Ley Electoral española, que restringe la divulgación de sondeos electorales. O al menos lo intenta, ya que la extensión de las nuevas tecnologías permite la publicación y el acceso a

encuestas fuera de nuestras fronteras. En este sentido, los principales perjudicados son los medios de comunicación españoles (únicos incapacitados para difundirlas) y los electores, que tienen acceso a información sin las garantías que la Ley Electoral regula, como la inclusión de la ficha técnica de la encuesta.

Recientemente, muchos países han modificado su Ley Electoral, apostando por reducir la limitación temporal para publicar encuestas. “Tal es la situación en Alemania, Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda, Portugal (prohibido sólo el día anterior), Reino Unido y Suecia” (FES, 2008).

Pese a todos estos cambios enunciados: sistema político, extensión de las TIC’s, reciente regulación de países cercanos, etc., el proceso electoral en España continúa rigiéndose por una Ley promulgada hace más de treinta años.

La prohibición de publicar encuestas supone una grave limitación, sobre todo porque no afecta por igual a todos los sectores de la sociedad. En concreto, la mayoría de los ciudadanos no puede tener acceso a información electoral actualizada y con garantías, frente a otros actores en situación más ventajosa.

En la actualidad, España goza de una democracia consolidada y de un sector demoscópico con un alto grado de acierto, como se ha argumentado en el estudio. En este contexto, la ciudadanía debería tener acceso en el momento más decisivo a información electoral que le ayude a definir su voto. Principalmente, por igualdad en el acceso a la información y por salud democrática.

Bibliografía

- Bernardo, Á. (18 de 05 de 2015). Mitos y verdades sobre las encuestas electorales. España.
- BOE. (19 de Junio de 1985). Ley Orgánica 5/1985. *Ley Orgánica 5/1985, de 19 de Junio, del Régimen Electoral General*. Madrid, España: Boletín Oficial del Estado.
- BOE. (3 de mayo de 2016). Real Decreto 184/2016. *Real Decreto 184/2016, de 3 de mayo, de disolución del Congreso de los Diputados y del Senado y de convocatoria de elecciones*. Madrid, España: Boletín Oficial del Estado.
- Bouza, F. (1998). Comunicación Política: Encuestas, Agendas y Procesos Cognitivos Electorales. *Praxis Sociológica*(3), 49-58.
- CIS. (29 de Mayo de 2014). *www.cis.es*. Recuperado el 4 de Mayo de 2016, de *www.cis.es*:
http://www.cis.es/cis/openem/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14083
- CIS. (3 de 05 de 2016). *CIS*. Recuperado el 3 de 05 de 2016, de *www.cis.es*:
http://www.cis.es/cis/openems/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2016/Documentacion_3126.html
- CIS. (1 de febrero de 2016). *www.cis.es*. Recuperado el 28 de abril de 2016, de *www.cis.es*: http://www.cis.es/cis/openems/ES/1_encuestas/avances.html
- FES. (18 de septiembre de 2008). *fes-sociología*. Recuperado el 22 de mayo de 2016, de *fes-sociología*: <http://www.fes-sociologia.com/propuesta-de-cambio-de-la-regulacin-legal-de-la-publicacin-de-encuestas-electorales-en-espaa/news/133/>
- Gálvez Muñoz, L. (2000). Organismos de sondeos, encuestas electorales y derecho. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, 97-121.
- JORF. (25 de Abril de 2016). *LOI n° 2016-508*. Recuperado el 11 de Junio de 2016, de *Legifrance*: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/4/25/INTX1527491L/jo>
- López, V. R. (1 de Mayo de 2016). El voto de Podemos y Ciudadanos, los más difíciles de calibrar. *ABC*, pág. 21.

Müller, J. (30 de Abril de 2016). Los dueños de la intención de voto de los españoles. *El Español*.

Musiał-Karg, M. (2013). The Election Silence in contemporary democracies. Questions about the sense of election silence in the Age of Internet. *Studia Politologiczne*, 101-102.

Pavia, J. M. (6 de 01 de 2016). Nuevas formas de sondear a la opinión pública . *eldiario.es*.

Peesker, S. (13 de enero de 2012). *CTV news*. Recuperado el 22 de mayo de 2016, de CTV news: <http://www.ctvnews.ca/feds-lifting-ban-on-publishing-early-election-results-1.753239>

Plasser, F. (2002). *Global Political Campaigning: A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*. Westport: Praeger.

Wert, J. (18 de diciembre de 1990). Encuestas y derecho a la información. *El País*.

Índice de Tablas

Tabla I. Desviación media por partido del porcentaje de voto (conjunto de encuestas publicadas).....	9
Tabla II. Últimas estimaciones electorales publicadas por GAD3	21

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Desviación de las encuestas preelectorales 2015 (conjunto de encuestas publicadas).....	11
Gráfico 2. Desviación de las encuestas preelectorales por instituto.....	12
Gráfico 3. Evolución de la intención directa de voto (en %)	17

Anexo 2. Matriz de transferencia de voto de elecciones Generales de 2011, última semana.

Última semana	PP	PSOE	IU	UPyD	CiU	ERC	Otro	En blanco	No votó	Era menor	NS/NC	Total
PP	65%	3%	2%	8%			7%	3%	7%	5%	9%	24,6%
PSOE	2%	57%	4%	7%	2%	2%	5%	5%	9%	15%	12%	17,4%
Podemos	5%	21%	58%	22%	4%	13%	14%	33%	16%	40%	17%	17,8%
Ciudadanos	18%	10%	1%	37%	2%		20%	22%	14%	14%	29%	13,6%
IU	0%	2%	33%				5%		2%	11%	2%	4,3%
DL	0%				48%	4%			1%			1,3%
ERC		1%			13%	76%			2%			2,5%
PNV												1,3%
Bildu												0,3%
CC		0%										0,4%
Otro	1%	1%	2%	18%	12%		30%	7%				2,2%
Blanco/No vota	9%	6%	1%	9%	20%	5%	17%	30%	49%	15%	32%	14,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

España a ciegas

Análisis de las encuestas silenciadas los días previos a las elecciones Generales de 2015

Anexo 3. Matriz de transferencia de voto de elecciones Municipales de 2015, período de octubre a la segunda semana de diciembre.

Del 15/10 al 13/12	PP	PSOE	Podemos	Ciudadanos	IU	UPyD	CiU	ERC	Compromís	PNV	Bildu	CC	Otro	En blanco	No votó	Era menor	NS/NC	Total
PP	74%	5%	2%	9%	3%	7%	2%	1%	2%	3%		25%	11%	7%	15%	4%	19%	22,8%
PSOE	4%	63%	10%	6%	10%	5%	6%		8%	9%	1%	9%	10%	10%	10%	27%	12%	18,5%
Podemos	2%	8%	70%	2%	23%	3%	7%	3%	55%	6%	22%	5%	17%	6%	10%	28%	13%	14,4%
Ciudadanos	13%	10%	5%	75%	7%	52%	4%	1%	17%	7%	1%	14%	15%	13%	14%	25%	13%	16,0%
IU	0%	2%	6%	0%	48%	2%			9%	1%	6%		4%	1%	1%		2%	3,4%
DL	0%	0%	0%	0%	1%		56%	8%	1%				1%		0%		3%	2,1%
ERC	0%	0%	1%				9%	83%	1%				2%		1%		1%	2,3%
PNV	0%	0%	0%	0%						58%	2%				0%			1,0%
Bildu		0%									56%		1%		0%		1%	0,7%
CC	0%	0%	0%									33%	0%		0%	5%		0,3%
Otro	0%	1%	1%	1%	1%	26%	4%			2%	5%	1%	20%	3%	2%		0%	2,5%
Blanco/No votaría/NS/NC	7%	10%	5%	7%	7%	6%	12%	5%	8%	15%	3%	13%	18%	60%	45%	12%	37%	15,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Anexo 4. Matriz de transferencia de voto de elecciones Municipales de 2015, última semana.

Última semana	PP	PSOE	Podemos	Ciudadanos	IU	UPyD	CiU	ERC	PNV	Otro	En blanco	No votó	NS/NC	Total
PP	75%	6%	2%	14%	3%	18%			6%	16%	13%	16%	25%	24,6%
PSOE	3%	66%	6%	2%	4%	27%	12%	4%	2%	10%		12%	15%	17,4%
Podemos	4%	10%	78%	2%	34%		3%	11%	14%	23%	2%	5%	13%	17,8%
Ciudadanos	11%	10%	1%	79%	8%	24%	6%		3%	15%	30%	11%	2%	13,6%
IU		2%	7%		51%					6%		3%		4,3%
DL	0%						42%			1%		1%		1,3%
ERC							12%	77%		1%		1%		2,5%
PNV									69%			1%		1,3%
Bildu	0%													0,3%
CC		0%										0%		0,4%
Otro	1%	1%	1%				3%	4%	3%	17%	8%	2%	4%	2,2%
Blanco/No votaría/NS/NC	7%	6%	6%	4%	1%	32%	23%	4%	2%	12%	47%	49%	41%	14,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%