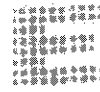


La institucionalización de la Sociología: El caso del CIS, de la ideología proclamada a la práctica real

Miguel Cancio

Jorge Semprún: «Guerra conserva la exclusiva sobre las encuestas y sondeos del CIS, el Centro de Investigaciones Sociológicas, instituto oficial que depende de su autoridad y cuyos datos e informes no comparte con ningún ministro. El control de la información - por otra parte imposible en un país de democracia moderna- forma parte de su estrategia de poder personal» (Jorge Semprún, Federico Sánchez, se despi- de de ustedes, Ed. Tusquets, 1994, pág. 85).

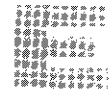
Introducción



El juego de las formas complejas de dominación en el marco de la tercera revolución industrial, la revolución de la imagen, del apogeo de la sociedad del espectáculo, de las autopistas informáticas, de la videoesfera, de la guerra económica mundial, da lugar a que el poder, el Estado desarrolle al máximo las técnicas de mediación e información, de persuasión y seducción (Balandier, 1992; Chomsky, 1992; Debord, 1992; Debray, 1991, 1992, 1993; Fumaroli, 1991; Schneider, 1992) para hacer posible el consenso social en torno a sus propuestas y políticas. El Estado trata de crear opiniones públicas (Bourdieu 1973, 1976, 77, 93), de promover consumidores sociales de sus productos políticos, que manufactura según la historicidad, el grado de desarrollo y el juego del haz de correlación de fuerzas, representaciones y estrategias sociales que se manifiestan. Entre estas técnicas utilizadas por el Estado, por el poder, el marketing, la publicidad, la propaganda, la mediología, las ciencias y técnicas de la información y de la comunicación, ocupan un lugar muy destacado con el fin de controlar, de hacerse con el mercado político y electoral. De ahí la importancia de las encuestas, de ahí el gran boom de los sondeos, de ahí que la sondeo-cracia (P. Champagne, 1991) sea una realidad, de ahí que el marketing político y electoral se haya convertido en un arma estratégica de la gubernamentalidad democrática. La gubernamentalidad democrática gracias a las técnicas de encuestas, entre otras, perfecciona, afina más sus armas de control social, de persuasión y seducción, de inculcación, de desarrollo de la encarnadura democrática que le permite proclamar

una cosa y hacer otra diferente, que le permite construir, producir y reproducir su discurso, política, acciones, representaciones y legitimarlos.

El discurso legal sobre el IOP-CIS



En 1982, el PSOE, con su programa «Por el cambio», defendió que las cosas funcionasen en España con una nueva moral pública, que las cosas funcionasen desde la ética cívica con un respeto escrupuloso de lo público, es decir, con modos, maneras, procedimientos radicalmente contrarios a la corrupción, a la arbitrariedad, a la utilización partidista de los entes y bienes públicos, a la patrimonialización partidaria de las Administraciones públicas.

En el caso del CIS —como sucede con otros aparatos de Estado, con otras instancias de mediación social, como por ejemplo los entes públicos centrales y autonómicos de radio y televisión, la agencia EFE, el INEM, etc.—, desde el poder, desde el gobierno, se proclama ideológica y legalmente una cosa en el discurso institucional, en el discurso legal, en el discurso político; se proclama la defensa de los intereses generales, del interés público, mientras que en la práctica real se hace lo contrario, se defienden los intereses, los espacios posicionales individuales y colectivos de los que ocupan y controlan el poder desde donde hacen dichas proclamaciones y las leyes respectivas.

Veamos lo que dicen las leyes con relación al CIS, antes IOP:

El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) tiene su antecedente en el Instituto de Opinión Pública (IOP) que se creó por Decreto (3 de enero de 1963). Se vincula al Ministerio de Información y Turismo, como servicio público centralizado y se rige por la Ley de 26 de diciembre de 1958 sobre Régimen Jurídico de las Entidades Estatales Autónomas.

Cuando se creó el IOP era Ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga Iribarne. El régimen autoritario del general Franco quería de esta manera, con la creación del IOP y otras instancias y dispositivos, valerse de las ciencias sociales, de la sociología, estadística, ciencias política, etc., de los medios de mediación e información, es decir, de unas formas más sofisticadas de jugar con el dis-

curso institucional, de unas formas más sofisticadas de representación, control y dominación, para así imponer y legitimar más eficazmente sus discursos, sus representaciones y acciones.

Para ello, gracias a organismos como el Instituto de la Opinión Pública, el Estado busca encarnar en los agentes el discurso institucional, estructuras cognoscitivas que estén en pleno acuerdo, en línea con las estructuras objetivas de éste, con sus estereotipos, signos y símbolos, marcas y etiquetas, representaciones, estereotipos, slogans, tópicos, argumentos... que sean incorporados por los agentes, que funcionen automáticamente. Con ello se busca producir la sumisión dóxica al orden establecido construido sociológica, económica, cultural, mediáticamente por el Estado, por el poder.

Las encuestas, junto a otras técnicas, junto a otros dispositivos aportados por la sociología, por las ciencias sociales, se convierten así en una potente arma (Leclerc, 1979; Brulé, 1988), en un arma estratégica de legitimación del poder, del Estado, de sus discursos institucionales; en un arma muy útil para su mantenimiento, representación y reproducción, en un arma de producción e imposición de los códigos y representaciones, de las categorías, visiones, divisiones, clasificaciones y jerarquías sociales, de los tópicos, respuestas y opiniones que más le convienen, que mejor van a contribuir a su puesta en escena, a su representación, a su mantenimiento y reproducción.

El Estado por medio de las encuestas busca imponer en la realidad social, busca encarnar en los agentes, la opinión pública que legitime su política: es decir el Estado, según Bourdieu, contribuye por una parte determinante a la producción y a la reproducción de los instrumentos de construcción de la realidad social. De ahí que cuando las opiniones publicadas en diferentes medios de comunicación son críticas hacia su política, llegue a distinguir, como ha hecho Felipe González, entre opinión pública y opinión publicada (Champagne, 1985, 198). La opinión pública legítima en tanto que científica sería aquella que tiene, que conoce, que produce el Estado «científicamente» gracias a las encuestas, estadísticas, informes, etc.; a todo un despliegue legitimado oficialmente para que surta mejor sus efectos. Opinión pública científicamente construida, consagrada sociológicamente por la «técnica objetiva» de las encuestas y que, por tanto, desautorizaría a la opinión publicada por periodistas, al estar ideológicamente contaminada, etc. Opinión pública construida y legitimada por el Estado que serviría también

para competir, para neutralizar a otras presentadas también como resultado de encuestas científicas, pero que no tienen la certificación oficial de la instancia funcional pertinente, ni sobre todo, la capacidad de penetración, legitimación y difusión que tiene el Estado gracias a los medios de certificación, acreditación, representación y comunicación que controla directamente. Y también gracias a medios privados de mediación y comunicación, que si bien no controla directamente puede influir sobre ellos por diferentes vías: legislativa, política, económica, contractual, de concesiones varias, financiera, publicitariamente, etc. De ahí la importancia de defender la independencia de poderes y el carácter público, que no gubernamental, de centros e instancias públicas como el CIS para que cuando proclamen en sus objetivos la realización de estudios sociológicos, de informes objetivos, éstos puedan realizarse en la práctica en coherencia con lo proclamado, con rigor científico, sin arbitrariedades, sin ingerencias partidistas, económicas, corporativas, etc., con el compromiso de buscar científicamente la verdad.

El Estado, el Poder trata de presentar como opinión pública lo que previa, sociológica, estadísticamente... ha construido, moldeado... como tal para defender, imponer y legitimar su política, sus discursos institucionales. Como dice Bourdieu: «Las administraciones públicas y sus representantes son grandes productores de "problemas sociales" que la ciencia social no hace frecuentemente más que ratificar retomándolos a su cuenta como problemas sociológicos». «La ciencia social es desde su origen parte integrante de este esfuerzo de construcción de la representación del Estado lo que a su vez forma parte del Estado mismo, de su realidad» (Bourdieu, 1993).

El 8 de febrero de 1964, por Orden ministerial se aprueba el reglamento del régimen interno del IOP, donde, señalándose su carácter de servicio público centralizado, en el art. 2 se establecen, entre otros fines, los siguientes: «a) Investigar los estados de la opinión pública mediante la utilización de las técnicas más depuradas de la investigación social, que garanticen la objetividad...».

Durante la época del IOP se hicieron «curiosos» estudios sociológicos, como por ejemplo, el relativo a la devoción a Santa Gema (338 entrevistas a personas que acudían a la iglesia de Santa Gema, junio 1975), y la encuesta sobre la boda de don Alfonso de Borbón y María del Carmen Martínez-Bordiú «La Nietísima» (sobre esta boda de la nieta del General Franco con Alfonso de Bor-

bón, primo del rey Juan Carlos, importantes sectores franquistas especularon con la posibilidad de imponer la sucesión monárquica en su persona después de dicho casamiento). El CIS, en enero de 1988, en una «curiosa» encuesta número 1.728 sobre el 31 congreso del PSOE que tuvo lugar en dicho mes, preguntaba ¿por la valoración y el conocimiento político de doña Carmen Romero!, esposa del presidente Felipe González.

En el *BOE* número 308, de 24 de diciembre de 1982, bajo el epígrafe: «Presidencia del Gobierno», con número 24.266, se publica el Real Decreto de 22 de diciembre por el que se determina la estructura orgánica de la Presidencia del Gobierno y en el que se dice:

1. *El Gabinete de la Presidencia del Gobierno, como órgano de asistencia política y técnica del Presidente y del Vicepresidente del Gobierno, ejercerá las siguientes funciones: 1.º) Facilitar al Presidente y al Vicepresidente del Gobierno cuanta información política y técnica le sea precisa en el ejercicio de sus funciones. 2.º) Asesorar en las materias sobre las que se le requiera al Presidente y al Vicepresidente del Gobierno. 3.º) Conocer las actividades y planes de actuación de los distintos Departamentos ministeriales, al objeto de facilitar la coordinación de la acción gubernamental por parte de la presidencia del Gobierno. 4.º) Realizar cualquier otro informe, estudio o gestión que le sean encomendados por el Presidente o por el Vicepresidente del Gobierno en el ejercicio de sus funciones.»*

«Art. 14. *La Secretaría General de la Presidencia, con rango de Subsecretaria, estará integrada por los siguientes órganos y entidades: (entre los que se citan nos parece conveniente destacar los siguientes). 3. El Centro de Investigaciones Sociológicas (los subrayados son nuestros).*

Dentro de este Real Decreto figura también el siguiente apartado, «II. Ministerio de Presidencia», del que nos parece conveniente dar a conocer el art. 15: «1. Las competencias que las leyes atribuyen a la Presidencia del Gobierno en materia de organización administrativa, régimen jurídico y retributivo de la función pública, procedimientos e inspección de servicios, serán ejercidas por el Ministro de la Presidencia bajo la superior dirección del Presidente y Vicepresidente del Gobierno. 2. Son órganos superiores del Ministerio de la Presidencia: la Secretaría de Estado para

la Administración Pública y la Subsecretaría de la Presidencia (la Subsecretaría de la Presidencia corresponde a la Secretaría de la Presidencia y de la misma dependen entre otros órganos y entidades el CIS). 3. El Gabinete del Ministro estará bajo la inmediata dependencia de éste y su titular tendrá rango de Director General.»

Por último, por Decreto de 12 de enero de 1983, «se nombra a propuesta del Ministro de la Presidencia y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 12 de enero de 1983, a don Julián Santamaría Ossorio como Director General del Centro de Investigaciones Sociológicas». Santamaría es director del CIS desde 1983 a 1987, después pasa a desempeñar el cargo de Embajador de Washington. Le siguen en el cargo de director del CIS Rosa Conde (1987-1988, después pasa a ser Ministro en el Gobierno González y posteriormente Secretaria General de Presidencia), Luis Rodríguez Zúñiga (1988, hasta que muere en 1991) y le sustituye Joaquín Arango (que antes había sido alto cargo en el Ministerio de Educación). Durante la época de UCD, directores del CIS fueron también altos cargos del Gobierno (Ministros, etc.).

En regulaciones posteriores, el CIS pasa a depender del Ministerio de Relaciones con las Cortes y de la Secretaría del Gobierno.

Apréciase el enrevesamiento, la maraña legal en la que se esconde la dependencia directa y política del CIS, entre otros organismos, de la Presidencia y Vicepresidencia de Gobierno. Dependencia política directa que cuestiona el carácter público del CIS, su autonomía, la capacidad para que éste actúe con independencia de los poderes en plaza.

Manipulaciones y sondeos de opinión



urante los períodos de elecciones políticas y con incidencia en dichas elecciones se multiplican los sondeos de opinión, las encuestas con fines políticos. En varios países occidentales, politicólogos y especialistas en la materia han realizado llamadas de atención sobre las posibles manipulaciones y sobre la posible intoxicación a que puede dar lugar un uso desaforado e incontrolado de los sondeos

y encuestas políticas que pueden incidir en el normal desenvolvimiento de la vida política, en el juego democrático de las elecciones, condicionando y orientando el voto en uno y otro sentido, según sea el grupo que las ha financiado, encargado, realizado, interpretado y divulgado.

Precisamente por el reconocimiento de que la incidencia de las encuestas, de los sondeos a la hora de condicionar el voto es una realidad, ha habido parlamentos, y algún que otro gobierno, que han tratado de regular dicha materia buscando esclarecer al máximo su realización y garantizar su fiabilidad para que el voto se realice en las mejores condiciones posibles de libertad e independencia. Nos encontramos así como en Francia, por ley publicada en 1977, se ha constituido una Comisión de Sondeos formada por tres miembros del Consejo de Estado, tres miembros del Tribunal de Casación y tres miembros del Tribunal de Cuentas, que garantiza la objetividad, el rigor y la calidad de las encuestas, especialmente en período de elecciones y fundamentalmente con referencia a las que son publicadas y difundidas en los medios de comunicación. Las empresas realizadoras de sondeos deben dirigir a esta Comisión una ficha técnica sobre el sondeo que van a realizar. Esta Comisión, en todo momento verifica que los sondeos electorales han sido realizados y publicados conforme a la ley y a las ordenanzas, y puede obligar, en el caso de que se haya apreciado alguna ilegalidad o manipulación, a que los realizadores de la encuesta o de la publicación del sondeo difundan una rectificación suficiente en forma, tiempo y lugar. Incluso dicha Comisión puede intervenir, a estos efectos, por la radio y la televisión.

Determinadas encuestas o sondeos de opinión —aparte de no poder ser financiadas y realizadas por todas las opciones políticas, pues no disponen de medios suficientes—, por su planteamiento y elaboración, por la organización, presentación y formas de realización de las preguntas del cuestionario, por el contenido de las mismas, por todos y cada uno de estos factores (Salvador, 1986; Grémy, 1987), por la manera en que se elaboran, se tratan los datos y se divulgan (Lenoir, 1988; Combessie, 1984, 1986; Merllié, 1983, 1985, 1988), pueden estar orientadas a favorecer a la opción política que encargó o realizó dicha encuesta y/o a perjudicar a los competidores en el mercado político y electoral (Bon, 1974).

La encuesta o sondeo, por medio de recursos psico-sociológicos sobre elementos y factores que influyen en el consciente e inconsciente, del mar-

keting, de la comunicación corporativa, de los nuevos procedimientos de mediación, persuasión..., puede estar lanzando, pasando, de forma sutil, oculta y disimulada, mensajes, imágenes, códigos, tópicos, slogans, problemas, prioridades..., completamente favorables a los que financiaron la encuesta, a sus productos y ofertas: líderes, partidos, políticas, programas de los mismos, etc., y completamente desfavorables hacia sus principales adversarios y oponentes. Imágenes, códigos, mensajes, prioridades, problemas..., que no tienen por qué ser los que tengan el mayor interés social, los que más preocupen, etc., sino que pueden responder a eslóganes, estereotipos o clichés preconcebidos. Impactos, medidas, políticas, acciones y representaciones, previamente diseñadas siguiendo la técnica del marketing, de la comunicación corporativa, de publicidad y propaganda, que a fuerza de repetirse adecuada y estratégicamente se encarnan como opinión pública, pueden servir como maniobras de diversión y para convertir en prioridades sociales lo que son las prioridades de los que realizan y divulgan las encuestas, aquello que es de su interés.

Marketing, imagen, publicidad y comunicación corporativa

Un buen ejemplo de la importancia de las encuestas, del marketing, la publicidad y la comunicación corporativa en la preparación de las elecciones, en la construcción y representación de la imagen de los partidos, de sus líderes, política, propuestas, iniciativas, etc.; en la construcción y representación de las opiniones públicas que más les convienen en cada momento (Rideau, 1985), la importancia para determinados bancos españoles que tienen las encuestas, el marketing, empresas de esta naturaleza en relación con la política y el poder, lo ofrece Julio Feo en su libro *Aquellos años* (Feo, 1993).

Julio Feo, que primeramente fue de 1977 a 1982 asesor electoral, de publicidad y comunicación de Felipe González y, después, de 1982 a 1987, una vez que el PSOE ganó las elecciones en el 82, subsecretario de Estado al estar al frente de la Secretaría de la Presidencia de Gobierno del Presidente González, publicó el libro *Aquellos años* en el que recuerda sus años, su papel, su experiencia junto a Felipe González desde que habla por primera vez con él en 1975 hasta que deja su cargo al frente de la Secretaría de Presidencia.

Dice Julio Feo en este libro: «Al regresar de USA, instalado en Madrid, me dediqué profesionalmente a los estudios de mercados, al marketing y a la publicidad. Pasé por varias empresas, entre ellas una multinacional, en la que aprendí mucho, y en 1972 fundé Consulta con dinero del Banco de Bilbao. Desde entonces, siempre he tenido una relación profesional muy estrecha con el hoy BBV, yo diría que de privilegio. (...) A primeros de enero de 1975 en la terminal del aeropuerto de Barajas vi a Enrique Sarasola y a Felipe González. Me acerqué, me identifiqué como compañero y los saludé brevemente. Era la primera vez que hablaba con Felipe.»

«En los primeros meses del año 75 vi, en diversas ocasiones, a Alfonso Guerra. *Hablamos mucho sobre la necesidad de que el partido fuera ganando imagen y de la de prepararnos para una eventual salida de la clandestinidad y la aún más eventual posibilidad de concurrir a unas elecciones algún día. Si entonces hubiéramos contado aquello, nos hubieran tachado de iluminados. Lo cierto es que Alfonso Guerra fue la primera persona de la dirección del partido que se tomó en serio estos temas, y aunque a toro pasado es fácil decirlo, ello fue determinante en el posterior éxito del partido. Como he dicho, Alfonso Guerra había decidido tomarse en serio el tema de la imagen del partido y su futura proyección pública. Para ello alentó la constitución de sociedades anónimas que servían como tapaderas para la estructura electoral del partido y para la oficina de prensa. En octubre de 1975 comenzamos a trabajar en el Instituto de Técnicas Electorales, Proyectos Sociales y Organización Empresarial, que el 9 de abril de 1976 se convertía en sociedad anónima; las iniciales de la sociedad eran ITE-PSOE. Los propietarios, Alfonso Guerra, Roberto Dorado (hombre de A. Guerra y que con el acceso del PSOE al gobierno, en las elecciones del 82, pasa a ocupar el cargo de director del Gabinete de Presidencia con rango de subsecretario hasta que lo deja en 1993) y José Félix Tezanos (hombre de A. Guerra, catedrático de Sociología y que junto a Guerra forma parte de la ejecutiva del PSOE)». «Decidimos que yo no escriturase por ser director de una empresa del mismo sector. Un poco más adelante y, con Helga Soto» (posteriormente sería alto cargo con el Presidente González) «al frente, se estableció Nedosa en la calle Ayala: Helga era de origen alemán, tenía experiencia en temas de prensa (...); en el ITE recopilábamos material electoral y de propaganda, que nos enviaban los partidos socialistas europeos, y nos dedicábamos*

a viajar para observar, in situ, el desarrollo de campañas electorales y de congresos. Por ejemplo, Roberto Dorado viajó a Suecia y Alfonso Guerra, José Félix Tezanos y yo fuimos a Alemania. Como ya he contado, yo me dedicaba profesionalmente a los estudios de mercado y a la publicidad. *En ese viaje, el mayor descubrimiento para mí fue el constatar que los alemanes utilizaban las mismas técnicas para su trabajo electoral que las que utilizaba yo en mi trabajo cotidiano. De lo que vimos en Alemania, donde estuvimos más de una semana como invitados de la fundación Ebert, lo que más me llamó la atención fue un estudio que la agencia de publicidad del SPD había realizado para ver qué tono de rojo podían utilizar en su propaganda sin que produjera rechazos en la mayoría de los ciudadanos alemanes, muy sensibilizados ante lo rojo y su asociación con el comunismo.* «(...) fuimos a Frankfurt, donde había una elección parcial a diputados, en la que el candidato del SPD era un desconocido para el gran público, por lo que tenía necesidad de trabajar mucho en la campaña. Vimos lo que hacían. Ganó la elección y desde entonces es diputado. Ahora nos vemos en las reuniones de la Trilateral de la que ambos somos miembros (...).»

Las encuestas de Consulta (es uno de los títulos de un apartado del libro de Feo). «Desde el año 73, dirigía Consulta, una empresa de estudios de mercado y opinión pública que fundé con un préstamo del Banco de Bilbao que, a su vez, era mi "socio". (...) También hicimos encuestas para el Banco de Bilbao, pues querían tener datos para intentar aquilatar los créditos que daría a los partidos políticos con motivo de las elecciones.»

«Aprovechando los cuestionarios de esos estudios, yo metía alguna que otra pregunta que nos interesaba como información en el ITE. Tal vez la pregunta más importante fue una sobre aceptación y rechazo de símbolos. Preguntamos sobre el saludo romano, brazo en alto, el saludo fascista y falangista, y sobre el saludo con el puño cerrado. Los dos nos dieron un alto nivel de rechazo. *También medimos el nivel de recuerdo, memoria histórica del PSOE, y el nivel de conocimiento del símbolo del PSOE, el yunque y la pluma.* La memoria histórica del partido era bastante alta; en cambio, el nivel de conocimiento del símbolo era prácticamente nulo. *En una de las ocasiones en que teníamos una encuesta recién salida del ordenador, y muy cercana a las elecciones del 77, vinieron al despacho, a Consulta, Felipe González, Alfonso Guerra, Guillermo Galeote y Luis Yáñez —la única obsesión de éste era saber cuántos podíamos sacar por Badajoz—. Les ex-*

pliqué la encuesta y les mostré los resultados que ya vaticinaban que íbamos a ser la segunda fuerza política del país. Después de aquella visita, Luis Yáñez, ya en campaña electoral, llamó varias veces a Consulta para que le dijéramos si saldría elegido diputado o no; en una ocasión que cogió el teléfono uno de mis colaboradores, le dijo: "Oiga, que esto no es una oficina del PSOE".

Quiero hacer una confesión. Quiero confesar la única trampita que he hecho en mi vida con las encuestas. En la última encuesta que nos había encargado Cambio 16 y que publicó días antes de las elecciones del 77, los democristianos de Joaquín Ruiz Giménez salían con menos del 0,5 %. Como para publicar se redondeaban hacia abajo o hacia arriba, ellos no hubieran aparecido. "Asumí" que tenían el 0,6 % y les di el 1 %. Evidentemente no lo consiguieron. Parece ser que ellos se habían gastado una verdadera millonada en encuestas con otra empresa del gremio y que, de acuerdo con el modelo político que Juan Linz, el más prestigioso sociólogo español, había mantenido que surgiría en España, después de las primeras elecciones, pensaban que iban a tener un buen número de diputados. La idea que tenían algunos estudiosos de la sociología política era que tendríamos un modelo político a la italiana, es decir, un partido democristiano en el gobierno y un partido comunista muy fuerte como primera fuerza en la oposición. Otros habíamos apostado por un modelo más del estilo del sueco, alemán o inglés. Afortunadamente, tuvimos razón.»

Partido y empresa (título de otro apartado)

«El 15 de abril, Adolfo Suárez convocó elecciones generales para el 15 de junio. Inmediatamente, en el partido se constituyó un comité electoral que presidía Alfonso Guerra. En él estábamos los que habíamos estado en el ITE, excepto José Félix Tezanos, más dos incorporaciones espléndidas: Gabriel Jiménez y José Andrés Hernández. Gabriel era un *magnífico profesional de la publicidad*, que por aquél entonces trabajaba en Clarin. José Andrés, a su vez, dominaba como nadie *la planificación de medios y la compra de espacios en los mismos.* Cuando llegó la hora de planificar la campaña de publicidad exterior, era espectacular ver cómo se conocía los emplazamientos en toda España y en los lugares más insólitos decía: "Esa valla no, que tiene un árbol y no se ve", o "Esa sí, que está casi en la esquina." Alfonso Guerra decidió que fuese yo quien acompañase a Felipe González.» (...) «La manera en que había que votar hacía que el anagrama de un partido tuviera muchísima importancia,

pues al llevar la papeleta el anagrama del partido, si era fácilmente identificable no obligaba al elector a leer para escogerla. Y en nuestro caso podían asociar el anagrama con PSOE, socialista, Felipe, el partido de su amigo, hijo o familiar o, simplemente, con los de "la propaganda bonita". Nosotros teníamos un magnífico anagrama, pero había que hacer que lo conociesen todos los españoles. Si hubiésemos hablado en términos de marketing, teníamos necesidad de hacer marca (estos subrayados son nuestros). No podíamos distraer la atención del electorado con otra simbología; por el contrario, había que ser muy machacones y utilizar siempre los mismos fondos, escenarios, pancartas, carteles y folletos. (...) Decir ahora que la campaña fue un éxito, es muy simple. Como se puede ver en los próximos párrafos, se hizo un análisis político impecable. El partido había preparado un importante aparato electoral y había cuidado con detalle hasta las cosas más nimias. La guía electoral era un completísimo documento de cincuenta y una páginas, del que transcribo fragmentos que revelan hasta qué punto estaban pensando todos los detalles, incluso los más insignificantes. (...) El apartado 3 de la guía se refería al mapa electoral. Aquí se decía: "PSOE son las siglas más conocidas en el país, por lo tanto hay que seguir insistiendo en ellas repitiéndolas en cada ocasión. Nuestro primer secretario, Felipe González, es el político mejor conocido, después y a muy pocos puntos de Adolfo Suárez, y a muchos puntos del resto de las otras personalidades políticas. Los diputados deben por tanto fijar en el electorado su vinculación a Felipe González como medio de identificación a través de alusiones a Felipe... Existe un alto porcentaje de electorado indeciso..."» En el punto 6.º de esta guía electoral, que incluye, en parte, Feo en su libro, se hace una valoración política y electoral de los competidores y se establecen las normas a seguir. Sobre la Federación Demócrata Cristiana dice: «La democracia cristiana ha ofrecido en el último mes una imagen titubeante, que si en el centro, que si solos (...) En tanto y en cuanto logremos un acuerdo con ellos para el senado (recuerden que Feo "confesó" que hizo trampa en una encuesta que se iba a publicar en una revista para beneficiarles), no debemos atacarles excepto que en sus vaivenes entren muy de lleno en nuestro terreno.»

Feo continúa: «En el apartado de estrategia se indicaba que la campaña debía presentar al PSOE como "el partido más coherente, el partido más serio y democrático, el partido con un programa de gobierno consecuente", como la única fuerza real y auténticamente socialista, como un gran

partido de masas, el mayor del país, y como el partido con una organización y con un modelo más democrático. Y en la táctica, la recomendación final era insistir en que el voto útil de la izquierda estaba en votar al PSOE. Se insistía mucho en el tema de la campaña y se venía a decir que había que recordar que un partido fuerte y serio es un partido sereno, sin estridencias, sin demagogias: *El PSOE lo es y cuando critique debe hacerlo sossegadamente —aunque sea con dureza— y además debe abordar soluciones* (el subrayado es de Feo). (...) Mi dedicación al partido en esa época comenzó a ser muy intensa y en una charla con Alfonso acordamos que el partido me liberara por las tardes, a partir de enero, dándome un pequeño salario. Yo llegué a un acuerdo con Consulta para trabajar sólo por las mañanas.»

Sobre la importancia electoral de la pose, de la representación corporal, de la imagen, del look, dice Feo en su libro: «En televisión se decidió que cada uno de los realizadores que militaban en el colectivo de TV (eran cuatro: Juan Mediavilla, Luis Enciso, Ramón Gómez Redondo y Pilar Miró) realizara una de las cuatro intervenciones» (electorales). «Por primera vez íbamos a televisión, y no hizo falta estar mucho tiempo en el plató para que nos diéramos cuenta que Felipe era un verdadero mago de la comunicación televisiva. Comunicaba como nadie, traspasaba la pantalla y tenía una facilidad innata para estar delante de una cámara (...). Por el contrario, nunca ha sido un buen modelo fotográfico; tiene ángulos difíciles, se cansa, se aburre, se pone nervioso y de mal humor (...). La única grabación de la que yo personalmente quedé descontento, fue la del spot institucional que en la campaña del 77 dirigió Pilar Miró. La intervención fue buena, pero Pilar insistió excesivamente en el maquillaje, con lo que quedó un Felipe González demasiado relamido. En las sesiones de fotos le ocurría lo contrario que en TV. Que yo recuerde, la única en la que no se impacientó demasiado fue en la campaña del 86 que se hizo en el jardín de la Moncloa, y además el fotógrafo tenía a dos chavalas muy simpáticas como ayudantes (...).» «Unos compañeros alemanes de la fundación Ebert que asistían al mitin, no se podían creer el entusiasmo que estaban viviendo. Tras la intervención de Felipe, me comentaron la suerte que teníamos de tener un líder con ese carisma: "Eso a nosotros nos cuesta muchos años y muchos miles de marcos. A vosotros os ha surgido de la nada." "Bueno —repliqué—. aunque Felipe es joven, los quince años de clandestinidad dan mucho de sí".» (...) «Para la realización de los carteles

de propaganda electoral (se refiere Fco a dos elecciones parciales a senadores que ganó el PSOE—necesitábamos fotografiar a los candidatos. Pilar Miró colaboró conmigo, con la ayuda de un fotógrafo compañero del partido, Manolo Rodríguez.» «Alberto (Pérez, de procedencia sindical) lucía unas melenas y patillas importantes, que si al natural eran chocantes, en una valla de tres por cuatro hubiera resultado exagerado. Por tanto nuestra primera recomendación fue que acudiera a un buen peluquero. Lo hizo sin problemas y le hicimos las fotos (...). Alberto no era Sagasta, pero le estructuramos un discurso en cinco módulos de cinco minutos. Una vez que dominaba un módulo pasaba al siguiente (...), la experiencia salió muy bien, Alberto cogió tablas y la soltura que necesitaba, lo hizo fenomenal y salió elegido senador. Fernando Morán también salió elegido senador, pero la labor fue más ardua por razones diferentes (...) Durante la sesión de estudio (fotográfico), Fernando estaba un tanto rígido, y además nos dimos cuenta en seguida que, al igual que en muchísimas personas, tiene dos perfiles muy diferenciados; en su caso uno de sus lados es realmente malo en términos fotográficos. En vista de ello le dijimos que queríamos hacer una sesión al aire libre. Charlando con Morán nos dijo: “Claro, es que a vosotros os lo hicieron muy bien los alemanes.” Pilar y yo nos quedamos atónitos para en seguida estallar en una sonora carcajada: “Los alemanes, jja, ja, ja!, le decía yo (...), Fernando en serio y de verdad, no sé si nos dieron dinero, cierto que durante años aprendimos cosas de ellos y de los suecos o de los italianos, pero la campaña la hicimos nosotros solos y además sólo con militantes del partido.” (...) Pilar muy profesional dijo: “Mira, ponte así, porque este lado tuyo es malo.” Bueno, ¡el enfado que cogió Morán! Llamó impertinente a la pobre de Pilar y le dedicó una gentileza rayana en la grosería. Pilar no salió de su asombro por el cabreo del candidato asturiano (...) Pero en fin le hicimos las fotos y hasta salió favorecido (...) A un tipo intelectualmente altivo como Fernando Morán, honradamente, era muy difícil hacerle llegar el mensaje de que tenía que hablar de otra manera (...) No tuve otra alternativa que echar un órdago de farol diciéndole a Fernando que o hacíamos las cosas como decía el comité electoral o retirábamos su candidatura. No hubo que retirar la candidatura.»

A la luz de lo que dice Fco en su libro, cabe preguntarse ¿si en las sucesivas campañas, las encuestas, al igual que las intervenciones o sesiones en te-

levisión, de fotografía, acaso no servirán también para: «salir bien en las fotos», «presentar de la mejor forma posible, siguiendo las técnicas del marketing, la publicidad, la comunicación corporativa, los mensajes, las intervenciones, el lado bueno de la candidatura y los candidatos, para evitar rigideces y exageraciones, maquillar bien los ángulos difíciles, generar carisma, tablas, presentar los perfiles adecuados después de un cuidado y estudiado peinado? Se trataría de llevar a cabo, por medio de las encuestas, los debidos estudios, peinados sociológicos que mejor contribuyesen, junto a los otros medios utilizados, a la campaña, a mantener y ganar cuotas en el mercado político y electoral.

Tipos de encuestas



os encontramos con encuestas que buscan hacer y conocer el mercado, que, además de intentar medir la opinión,

que ni siquiera en algunos casos es éste su objetivo, lo que buscan es vender e imponer una marca (comercial, política, etc.) y condenar a otras.

Junto a este tipo de encuestas o sondeos que denominaríamos de *inculcación y propaganda*, es preciso añadir otros que podemos denominar como de *desviación o condicionamiento del voto* y que se utilizan en el momento oportuno para tratar, bien de retraer el voto porque el posible elector estaría decidido a ello por los resultados que se establecen o se deducen de la encuesta, o bien para tratar de movilizar el voto en el último momento por la amenaza que se deduciría e interpretaría de los resultados de las encuestas y por las consecuencias que se desprenderían de la opción dada por ganadora en dicha encuesta. Hay otras encuestas de *legitimación científica* que son realizadas y encargadas sabiendo, previamente a su realización, cuáles van a ser los resultados, pero que al presentar los mismos como científicos y neutros afianzan y refuerzan a la opción que dan como ganadora. Estas encuestas responderían a la ley de Maier, que establece que «cuando los hechos no se acomodan a la teoría, o bien se prescinde de los hechos o bien, pura y simplemente, se manipulan para que se acomoden».

Como ejemplo de posibles manipulaciones que

se pueden dar en las encuestas figuran preguntas del tipo:

«¿Usted es más partidario de votar por un partido español o por un partido: murciano, andaluz, vasco, gallego, cartagenero...», de la región o nacionalidad que corresponda? Esta es una pregunta ideológicamente contaminada y que lleva implícita una valoración política. Esta pregunta podría realizarse de varias formas que también podrían dar lugar a manipulaciones, a saber: «¿Es usted partidario de partidos de ámbito estatal con mayor peso e influencia en el parlamento o de partidos de ámbito local o regional con influencia muy exigua?». Y así sucesivamente.

«¿Está usted dispuesto a dar su voto a partidos que defienden con el aborto la muerte del germen de una persona o por el contrario a partidos que defienden la vida contra el aborto?»

«En Polonia un partido socialista en el Gobierno ha sembrado el terror, la miseria y la desolación. ¿Cree usted que si los socialistas llegan al poder en España harán otro tanto?», etc., etc.

Por supuesto, estas preguntas han sido llevadas al extremo en su planteamiento, lo que no impide que algunas hayan sido presentadas ya en algún cuestionario. Sin embargo, se pueden pasar mensajes condicionantes y orientaciones de voto de forma mucho más sutil y oculta, por medio del orden de colocación en el cuestionario de las diferentes opciones políticas y según la forma y el número de opciones que se coloquen; por medio de los atributos utilizados en dicho cuestionario para calificar a la política gubernamental, a las medidas concretas, a los líderes, partidos y programas, etc., en estrecha relación con la política y las medidas concretas del gobierno previamente decididas, con los libros de campaña electoral, los programas previamente elaborados y con las características de los líderes que prioritariamente se ha acordado magnificar; por el tipo de preguntas que se formulen, etc.

A la hora de emitir un voto, una opinión política o una respuesta a un cuestionario, los agentes sociales no se encuentran en las mismas condiciones. No realizan encuestas, las tratan y divulgan, quien quiere ni como, dónde, cuándo y cuánto quiere, sino quien puede, aquéllos que disponen del capital político, burocrático-informativo, económico, de los medios, del dispositivo necesarios. No vota, ni emite una opinión, ni responde a un cuestionario político, quien quiere ni como quiere, sino quien puede, es decir, aquellos agentes que al disponer del capital político, cultural, sim-

bólico, económico, contextual y social suficientes, saben plantearse en términos políticos las cuestiones políticas que se les plantean como tales. Aquéllos que conocen las consecuencias que se deducen de emitir o no emitir una opinión, voto o respuesta a un cuestionario en uno u otro sentido. Los agentes sociales más desprovistos de dichos capitales son, no sólo los que tienen menos posibilidades de realizar encuestas, sino también, los más fáciles de manipular, no sólo a la hora de emitir un voto o de contestar a un cuestionario, sino también en el momento de la interpretación y divulgación de los resultados. De ahí que todas las preocupaciones sean pocas y que, por tanto, sea completamente necesario regular las condiciones de realización, publicación y difusión de las encuestas y de forma especial las que se hacen con fondos públicos tanto por el CIS como por otras instancias y organismos centrales, autonómicos, diputacionales, locales, etc.

Alfonso Guerra, como Vicepresidente del Gobierno, en declaraciones recogidas por los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) y realizadas desde Canarias (25 de octubre de 1985) —a donde acudió a la firma del protocolo de culminación de una fase prevista en el proceso de transferencias a esta Comunidad Autónoma—, declaró: «¡No creo en los sondeos, soy escéptico ante las encuestas!». Felipe González, en la entrevista que le hizo en la TVE Victoria Prego (Premio Fundación Pablo Iglesias) el 28 de abril de 1987, declaraba: «Me traen sin cuidado las encuestas y no les presto atención». Felipe González, desde Alemania, a donde acudió a entrevistarse con Kohl y a una reunión de la Internacional Socialista (14, 15, 16 de septiembre de 1992), declaraba ante la noticia de que los sondeos daban una caída electoral del PSOE y una subida del PP y de IU: «Que no le preocupaban las encuestas, que le preocupaba más la situación económica». Sin embargo, acto seguido —y siguiendo las normas de política electoral del PSOE elaborada tomando como base las múltiples encuestas que utiliza dicho partido entre las cuales están las del CIS —hacia una crítica muy dura al PP, asimilaba a dicho partido con la política de la Thatcher y Reagan, empleaba términos como «imbécil» y decía que Inglaterra estaba peor que España por culpa de la política de derechas. Por su parte, Alfonso Guerra —que también acudió a la reunión de la Internacional Socialista—, siguiendo también las pautas electorales, declaraba: «En España, la izquierda está representada por el PSOE. Hay algu-

nas personalidades que van por libre, que se consideran o son de izquierdas que no están en el PSOE, pero todo lo que es la izquierda en su práctica totalidad está en el PSOE.»

El CIS, bajo la dependencia de Felipe González y Alfonso Guerra, ha multiplicado las encuestas políticas y electorales, en las que se pregunta por la valoración y el conocimiento políticos de ambos, y se prima descarada y parcialmente al PSOE y a su Gobierno. Según Jesús M. de Miguel (de Miguel, 1991): «El banco de datos del CIS contiene, al inicio de la década de los noventa, 855 estudios que se han realizado desde el año 1964. La primera época corresponde al IOP que abarca hasta 1976. En esos primeros trece años se realizaron 125 estudios, a una media de 9,6 estudios por año. Representan, pues, el 15 % de todos los estudios realizados por el IOP/CIS en el actual banco de datos. (...) La época del CIS abarca desde 1977 hasta la actualidad. En esos trece años se han realizado 793 estudios, a una media de 57 estudios por año. En el año 1989, por ejemplo, se realizaron 71 encuestas y estudios: desde el número 1783 hasta 1854 del código de banco de datos.»

Curiosamente en el año 1989 tuvieron lugar tres elecciones: las europeas, las legislativas generales y las autonómicas gallegas.

Análisis de encuestas del CIS



hagamos ahora encuestas del CIS para demostrar su manipulación con el fin de favorecer política y electoralmente al PSOE, a su Gobierno, a sus líderes y candidatos, a su política, etc.

Encuestas número 1466 (junio 1985), número 1477 (septiembre 1985) realizadas antes de las elecciones autonómicas gallegas (conforme se iba acercando la fecha de las elecciones se cargaban las tintas en los sondeos a favor del PSOE).

Encuesta número 1466 (junio 1985)

Desde el punto de vista meramente electoral merecen destacar las siguientes preguntas, entre otras:

La 26: «En general cómo calificaría usted la política de su Ayuntamiento, de la Xunta y del Gobierno de la nación.»

La 28: «¿Querría decirme ahora cómo calificaría la labor del presidente de la Xunta, Fernández Albor en estos últimos cuatro años?»

La 29: «A continuación voy a leerle algunas frases que hemos oído sobre la relación entre la Xunta y el Gobierno Central. Le importaría decirme por cada una de ellas si está más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo.»

La 30 y 31, en las que se interroga a los encuestados si creen que Alianza Popular tiene muchas posibilidades..., o muy pocas de ganar las próximas elecciones autonómicas y si les gustaría mucho..., o nada que AP ganara las elecciones autonómicas.

Las preguntas 32 y 33 son una clara desviación de la técnica de encuesta a favor del PSOE para valorar el producto a ofertar, para introducir ventajosamente, dar a conocer, hacerles mercado e imagen a las figuras de dicho partido que más le interesan, para conocer la situación y valoración de los competidores. En la pregunta 32 se citan «una serie de personalidades políticas gallegas» sobre las que hay que indicar si se conocen y «qué calificación le merece su labor política de 0 a 10». Se citan 17 nombres, de los cuales seis pertenecen al PSOE o tienen algún cargo público otorgado por el mismo; a saber y por orden alfabético, como figuran en dicha lista junto al total de nombres: Xerardo Estévez, Domingo García Sabell, Anxel González Laxe (la encuesta pone el nombre de Anxel en vez de Fernando, y en gallego, mientras que el de Guerreiro Carreiras: «Angel», a la sazón candidato del Partido Comunista de Galicia, lo pone en castellano), J. Luis Rodríguez Pardo, Manuel Soto Ferreiro y Francisco Vázquez Vázquez. Las «personalidades» políticas gallegas del PSOE que figuran en dicha lista son la mayoría con bastante diferencia de los principales competidores, y representan el 35,3 %. Les siguen las «personalidades» de Coalición Galega: Pablo González Mariñas, Eulogio Gómez Franqueira (que por enfermedad, desde hace bastante tiempo estaba fuera del juego político), Carlos Mella, Víctor Moro y J. Enrique Rodríguez Peña. En total cinco, considerando a Franqueira y a Víctor Moro (residente en Cataluña), que representan el 29,4 % del total de los citados. Figura también en la lista Pío Cabanillas. De AP se dan los nombres de J. Luis Barreiro Rivas y Gerardo Fernández Albor (con relación al nombre del presidente de

la Xunta, el CIS, al contrario de lo que hizo en el caso de González Lage, que lo cambió y lo gallegizó, lo pone en castellano, cuando Fernández Albor se había caracterizado por su tradición gallegista, fundador y promotor de REGA, Realidade Galega, y era y es conocido popular y públicamente con el nombre de «Xerardo», el 11,77 %; del PDP el de Enrique Marfany Oanes, nombre que sumado con los de AP da lugar a una representación de la coalición AP/PDP del 17,6 %, que sin embargo es la primera fuerza política en Galicia en votos y escaños con bastante diferencia del resto. Del PCG se da el nombre de Angel Guerreiro Carreiras (en esos momentos el Secretario de dicho partido, del PCG, no era Anxel Guerreiro, sino Xulio Pérez de la Fuente). De Esquerda Galega se da el nombre de Camilo Nogueira Román. No figura ningún nombre en representación del Bloque Nacionalista Galego, a pesar de que este partido en las elecciones celebradas anteriormente sacó bastantes más votos que EG y PCG y a pesar también de que en las últimas elecciones autonómicas realizadas (en las fechas más próximas a la realización de la encuesta) obtuvo mayor representación parlamentaria que dichos partidos, contando asimismo con relevantes personalidades políticas, ampliamente conocidas en Galicia. Sin embargo, donde sí figura una referencia al BNG es en las preguntas 10 y 11, donde, en esta última, se dice literalmente: «Y cualquiera que sea su opinión sobre el caciquismo y los caciques. Cuando hay elecciones, ¿ cree usted que éstos actuarán en favor de AP, de CG, del PSOE, del Bloque, de todos o de ninguno? ». Sorprendentemente en esta pregunta no se sigue el orden alfabético en la enumeración de dichas fuerzas políticas, que son las únicas incluidas en dicha cuestión. Sin embargo, sí se sigue el orden alfabético cuando se pregunta a qué partidos ha votado en las anteriores elecciones y a cuál votará en las autonómicas. Las fuerzas políticas que se citan en este caso y por este orden son las siguientes: AP/PDP, BNG, CDS, CG, EG, PCG, PSOE.

Con relación a la cuestión 33 nos encontramos de nuevo con una utilización partidista y orientada políticamente de la encuesta, habida cuenta que en dicha cuestión se trata de reforzar el bipartidismo en Galicia, cuando están en liza otras fuerzas políticas, tan legítimas como las que señalan en dicha pregunta y con candidatos a la presidencia de la Xunta que tienen el mismo derecho que los anteriores de figurar en dicha cuestión y *más aún cuando se trata de un centro público de investi-*

gaciones sociológicas que proclama en su normativa la finalidad científica en la realización de encuestas con «técnicas que garanticen la objetividad de los resultados». La pregunta 33 es la siguiente: «Si tuviera que elegir entre estos dos candidatos (Anxel Gozáñez Laxe, Gerardo Fernández Albor), ¿cuál de ellos preferiría usted como futuro presidente de la Xunta Gallega tras las próximas elecciones autonómicas?»

Nuestra «sorpresa» ha sido mayúscula al verificar que el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) en Madrid sabía mucho antes que en el Partido Socialista de Galicia-PSOE que Fernando González Lage sería candidato a Presidente de la Xunta por dicho partido, pues el Comité Ejecutivo del PSOE gallego, y no sin grandes tensiones, nombró a éste como candidato a Presidente de la Xunta en la madrugada del miércoles 19 de junio de 1985 y el Comité Nacional del PSOE gallego ratificó dicho nombramiento por unanimidad el 29 de junio de 1985.

Pregunta 37. Se pregunta también por el conocimiento y la calificación, de 0 a 10, de la labor política de los siguientes líderes políticos: O. Alzaga, M. Fraga, F. González, A. Guerra, G. Iglesias, M. Roca, A. Suárez. Como se puede verificar, del único partido del que hay más de un líder político es del PSOE.

Las preguntas 35, 36, 38, 38-a, 49, 49-a y 50 también tienen un contenido electoral. En las mismas se pregunta si ha votado o van a votar a los partidos políticos cuya lista se facilitó anteriormente. También se pregunta por la simpatía o a qué partido considera más cercano a sus propias ideas y se establecen una serie de frases, como por ejemplo «el que más puede hacer por la modernización y el progreso de Galicia», preguntando cuál de los partidos se identifica más con dicha frase y con las otras que se enuncian (pregunta 36).

Asimismo, la encuesta incluye preguntas sobre la repercusión para Galicia de la entrada en el Mercado Común, el carácter nacionalista o no de los gallegos, el caciquismo, el retraso de Galicia en relación con el comportamiento de los gallegos. Frases relativas a la Xunta, como las siguientes: «a veces da la sensación de que a la Xunta le faltan ideas y planes para emplear el dinero de que dispone», «a veces da la sensación que a bastantes miembros de la Xunta les falta experiencia política», etc., el paro en Galicia, el fraude a la Seguridad Social en Galicia con preguntas tan sorprendentes como «¿y en su opinión el Gobierno debería tomar medidas para poner fin a esta situa-

ción (se refiere al fraude o engaño a la Seguridad Social en Galicia) o sería preferible que dejara las cosas como están?», la crisis de los astilleros en Galicia y la política del Gobierno central, la modernización de la agricultura y de la ganadería en Galicia, las relaciones Xunta-Gobierno Central, y el sexo, estado civil, número de hijos, estudios, edad, profesión y ocupación, ingresos del hogar, clase social subjetiva, creencias y prácticas religiosas, y ubicación ideológica.

Es decir, se hacen preguntas, como las que acabamos de citar y otras que podrían incluirse en esta línea, no con fines científicos sino marcadamente político-electoralistas, en las que se pueden estar introduciendo y midiendo la opinión de los ciudadanos gallegos sobre asuntos, términos, cuestiones, conceptos, categorías, etc., que después podrán convertirse en eslóganes, cuñas, argumentos, etc., de la campaña, que previamente conviene ir introduciendo en el mercado electoral de una forma positiva, como es el caso de «La modernización y el progreso de Galicia» (términos utilizados por el PSOE en sus campañas).

Por medio de este tipo de encuestas, de cuestiones, se pueden estar introduciendo de forma positiva asuntos que previamente había acordado el Gobierno o decisiones políticas, medidas, etc., que podría acordar para beneficiar la política de su partido y perjudicar la de sus contrarios, sobre las cuales podrá actuar en mejores condiciones al conocer las valoraciones de los ciudadanos gallegos sobre las mismas, obtenidas en la encuesta.

Es evidente que este tipo de asuntos, cuestiones, etc., introducidos por el CIS en sus encuestas están marcadamente condicionados por el color político del Gobierno de turno, de tal manera que en la época autoritaria se pregunta en las encuestas por la boda de la Nietísima, en la época del gobierno UCD se favorece descarada y electoralmente a dicho partido y en la época del Gobierno González se favorece descaradamente al PSOE, se pregunta por Carmen Romero y se hacen encuestas sobre el Congreso del PSOE, sobre el enfrentamiento UGT-PSOE, siempre en beneficio del PSOE, siempre en beneficio de la corriente, del bloque, de la sensibilidad... política que durante el franquismo, la transición, los gobiernos UCD y PSOE controla directamente el CIS, la realización, interpretación y difusión de encuestas. Sería interesante analizar las encuestas del CIS en la época del Vicepresidente del Gobierno Guerra, en la época en la que controla el PSOE, en comparación con las encuestas del CIS en la época en la

que abandona la vicepresidencia y los «guerristas» son muy duramente cuestionados por los felipistas, por los «renovadores» de toda suerte siempre leales al poder, lo ocupe quien lo ocupe.

De la pregunta 27, que dice literalmente: «¿Cree usted que el hecho de que la Xunta esté en manos de AP y el gobierno de la nación en manos del PSOE ha sido para Galicia en estos últimos años, muy bueno, bueno, ni bueno ni malo, malo o muy malo?», podría deducirse o llevar implícito el mensaje subliminal de que para la autonomía gallega elegida de forma soberana por los ciudadanos gallegos, podría ser malo que la misma estuviese regida por un partido diferente al que rige el Gobierno del Estado (lo que después utilizará el PSOE en sus libros de campañas electorales, como demostraremos).

Se hacen diversas preguntas sobre el sexo, la edad, el estado civil, la condición socioeconómica, los ingresos mensuales del hogar, la clase social y la práctica política y religiosa de los ciudadanos, las actitudes, opiniones y, en su caso, comportamientos sobre hechos políticos, económicos, culturales, sociales, etc., en dicha encuesta que permitirán, para aquellos que dispongan del tratamiento y de los resultados de dicha encuesta, fijar con nitidez los perfiles, «blancos» y estrategias electorales en función de las respuestas de los diferentes colectivos gallegos, y por consiguiente, disponer de unas condiciones mucho más favorables para preparar el programa, la campaña electoral, etc., sabiendo, entre otras muchas cosas, lo que piensan los futuros electores de la política y de los líderes de las otras opciones, además de la propia.

La encuesta incluía también doce preguntas sobre la ciudad de Santiago, centradas mayoritariamente en la gestión del Alcalde Xerardo Estévez, que es del PSOE.

Sobre «La situación general de Galicia», con número 1477 y fecha en «septiembre de 1985», el CIS realiza otra encuesta.

En la encuesta de septiembre de 1985, al acercarse las elecciones, las preguntas se centran mucho más en los resultados de la política de la Xunta, en la gestión, conocimiento y valoración del presidente de la Xunta, pero intercaladas con otras sobre los resultados y la valoración de la política del Gobierno Central y de su Presidente, Felipe González, para así afianzar y reforzar el bipartidismo, y dar a entender que la contienda electoral se plantea entre Felipe González y Xerardo Fernández Albor, candidato de AP (ténganse muy presentes las consideraciones, incluidas an-

teriormente, que, en este sentido, hacía Feo en su libro a propósito de una de las Guías electorales del PSOE?).

Citemos a modo de ejemplo sólo algunas preguntas, para demostrarlo:

Pregunta 12: «¿Y cree usted que si el PSOE hubiese estado en la Xunta las cosas habrían ido mejor, igual o peor?» Se vuelve a preguntar si para Galicia en los últimos años ha sido más bien favorable o más bien desfavorable el hecho de que la Xunta esté en manos de AP y el Gobierno de la Nación en manos del PSOE. Se pregunta también (pregunta 22): «¿Quién cree usted que tiene más competencias y poder real en Galicia, la Xunta o el Gobierno de Felipe González?» Se pregunta por la labor del Presidente Felipe González al frente del Gobierno, si inspira confianza y si aprueban o desaprueban su actuación como Presidente del Gobierno. Previamente habían hecho lo mismo pero preguntando por la labor de Gerardo Fernández Albor en la Xunta. Sin embargo, no preguntan si creen que si otros partidos hubiesen estado en el Gobierno de la Nación en vez del PSOE las cosas habrían ido mejor, igual o peor.

En la pregunta 30 piden a los encuestados si conocen y que califiquen la labor política de 0 a 10 de «una serie de personalidades políticas gallegas» y que son las siguientes: Gerardo Fernández Albor, Fernando González Laxe (ahora ya conocen el verdadero nombre, aunque lo gallegizan), Pablo González Mariñas y José Otero Costas, que son los candidatos a la Presidencia de la Xunta respectivamente, de AP, PSOE, CG y CDS, aunque esto no lo dice la encuesta, que solamente se limita a dar dichos nombres excluyendo al resto de candidatos del BNG, F.G. PCG... que «curiosamente» están a la izquierda del PSOE. Lo que responde de forma directa a la política de González y Guerra, del PSOE, de considerar que el PSOE es la única izquierda, de que no hay nada a la izquierda del PSOE salvo algún grupo de «nostálgicos, iluminados, radicales, izquierdistas, fanáticos... que no representan a nadie».

Sin embargo, en la pregunta 31 se pregunta literalmente «¿Cuál de estos dos candidatos a Presidente de la Xunta cree usted que...?» (y siguen una serie de cualidades). Los candidatos son Fernando González Laxe, al que citan en primer lugar y encabezando una columna de números uno, seguido de Gerardo Fernández Albor sobre una columna de número dos. En la pregunta 32 se pide a quién elegirían como futuro Presidente de la Xun-

ta entre los dos candidatos que acabamos de citar y por el mismo orden.

En la pregunta 35 se dice lo siguiente, y la incluimos en su totalidad porque supone uno de los casos más espectaculares de apoyo al PSdeG-PSOE, de marketing electoral descarado y partidista realizado con cargo a fondos públicos y por un órgano que se define legalmente como público: «Hablamos ahora de personalidades de la vida política gallega. Le agradecería que las valorara y clasificara como ha hecho con las anteriores personalidades de la vida política que le acabo de leer». A continuación, preguntando por el conocimiento y la valoración de 0 a 10, se da la lista de las personalidades políticas gallegas de la siguiente forma: «Sólo en La Coruña: Antolín Sánchez Penedo, Francisco Vázquez Vázquez, Domingo Ferrero» (son todos del PSOE, ocupando cargos de relevancia en el partido y en la Administración central y local); «Sólo en Lugo: Benjamín Casal Vila, Ceferino Díaz Díaz, Manuel Varela Flores, Antonio Jato Soenga» —se refieren a Antonio Gato Soengas (son todos del PSOE o vinculados al mismo); «Sólo en Orense: Mariano Sanz Puch —es Puch—, Celso Montero, Manuel Veiga, Victoriano Núñez» (son todos del PSOE, con importantes cargos, salvo Victoriano Núñez, que era de Coalición Galega, posteriormente de Centristas de Galicia y ahora del PP); «Sólo en Pontevedra: Manuel Soto Ferreira, Virginio Fuentes, José Luis Barreiro Rivas» (son del PSOE, con importantes cargos, salvo José Luis Barreiro que fue Vicepresidente de la Xunta con el PP y también con el PSOE gracias a la moción de censura que promovió a favor de dicho partido y que llevó a la presidencia de la Xunta a González Laxe. Ello dio lugar a que sus antiguos compañeros del PP lo denunciasen por cohecho y prevaricación cuando era Vicepresidente del PP, siendo condenado a seis años de inhabilitación por prevaricación). Los incluidos del PSOE en esta encuesta del CIS posteriormente serían en su práctica totalidad candidatos electorales. Previamente, en la pregunta 34 se citan «algunas personalidades de la vida política», preguntando si las conocían y qué calificación les merecía su labor política. Las personalidades eran las siguientes y por este orden: Miguel Herrero de Miñón, Gregorio Peeces Barba, José María Benegas, Enrique Múgica, Jorge Verstringe, Guillermo Galeote, José María Ruiz Gallardón, Manuel Chaves, Enrique Tierno Galván, Pascual Maragall, Pablo Castellanos. Son todos del PSOE, salvo Herrero de Miñón, Verstringe y Ruiz Gallardón.

que en la época en que se realizó la encuesta, eran líderes de AP y altos cargos en dicho partido (Gallardón lo sigue siendo), tres de un total de once.

La pregunta 36 dice: «A la hora de votar en unas elecciones autonómicas, ¿a qué le da usted más importancia, al candidato principal o al partido político que representa?» Otra pregunta de marketing para afinar mejor en la preparación del producto político a ofertar. Piénsese cómo en las elecciones generales españolas celebradas el 6 de junio de 1993 la oferta del PSOE se centró y se basó completamente en el candidato González desapareciendo de escena, de los mensajes, etc., el PSOE. Hasta el punto de que se hicieron actos organizados por el comité de campaña del PSOE convocando al «mundo intelectual, artístico, cultural, deportivo, feminista, juvenil...» en cuyas proclamas, manifiestos, etc., pedían el voto para Felipe González sin nombrar al PSOE y mucho menos el socialismo.

Al igual que en la encuesta anteriormente analizada, se hacen diversas preguntas sobre la profesión, ingresos del hogar, la clase social, la religión y las prácticas religiosas, la ideología, por quién ha votado en las elecciones anteriores y por quién va a votar en las próximas, etc. Los partidos que se citan son los siguientes: AP/PDP, BNG, CDS, CG, EG, PCG, PSOE.

Por último, en la encuesta de septiembre se incluye la siguiente pregunta, «Pregunta 35: ¿Tiene usted teléfono en casa?: sí, no, no contesta». «Pregunta 55a: ¿Le importaría darme su número? (Entrevistador: Explicar que es para que el CIS pueda hacer una posible comparación telefónica de que la entrevista ha sido realizada)». En el encabezamiento de la encuesta se decía lo siguiente: «Estamos llevando a cabo un estudio sobre la situación general en Galicia. Pensamos que con ello se puede llegar a un mejor conocimiento del régimen democrático y que, en definitiva, puede contribuir a su consolidación. El secreto está amparado por las leyes y los cuestionarios individuales son destruidos en seguida. Podemos así garantizarle un completo anonimato; solicitamos por ello su colaboración y se la agradecemos anticipadamente». Esto mismo también se decía en el cuestionario de junio de 1985, sin embargo, en este último no se preguntaba por el teléfono. Pensamos lo que se puede hacer con los números de teléfono política y electoralmente una vez que se conocen los resultados del tratamiento por ordenador de las respuestas a las encuestas, como por ejemplo, a la hora de enviar publicidad, realizar el «puerta a puerta», captar simpatizantes, etc.

El control de la realización de las encuestas no tiene por qué hacerse por teléfono, pero es que incluso si se sigue este procedimiento no tiene por qué vulnerarse el anonimato de la encuesta pidiendo que se anote el número de teléfono en todos los cuestionarios de la muestra, podría pedirse el número a una muestra de la muestra y éste nunca debería figurar en el cuestionario.

En 1985 también tuvimos acceso a las encuestas realizadas en octubre (núm. 1400) y noviembre (núm. 1488) pasadas antes de las elecciones autonómicas gallegas y que siguen la misma tónica que las que hemos analizado. En la encuesta del mes de octubre en la pregunta 16 se dice: ¿Cuál es a su juicio el partido que está más unido? Se hace esta pregunta «curiosamente» en un momento en el que en AP se estaban dando fuertes conflictos y enfrentamientos. Al mismo tiempo conviene tener en cuenta los problemas metodológicos que desde el punto de vista sociológico supone definir y medir el grado de unión en los partidos. Si no se define de la forma más precisa, de la forma lo más objetiva y contrastada lo que se entiende por «partido más unido, menos unido, etc.», es decir, si no se dispone de una precisa unidad de medida sociológica, cada agente puede entender por «partido más unido» cosas completamente diferentes. Y esto sucede con gran número de términos, de categorías, de unidades de medida sociológica, etc., utilizadas en las encuestas que estamos analizando y que no han sido claramente definidas para que cada término, categoría, etc., puedan significar lo mismo, para que cada unidad de medida sociológica sirva para medir lo mismo y no se convierta en un cajón de sastre donde entren cosas completamente diferentes, contradictorias. Otro ejemplo que podríamos citar en esta línea es el relativo a la pregunta «¿Y en qué medida cree que sus dirigentes son, en general, gente honrada: mucho, bastante, poco o nada?», sin definir en ningún momento lo que se entiende por «gente honrada».

El CIS, con motivo del 31 Congreso del PSOE (enero de 1988, número estudio 1728), realiza una encuesta —decimos una encuesta o estudio sociológico, pues no sabemos si se han realizado más, tanto cuantitativa como cualitativamente— sobre dicho congreso. Esta encuesta es una buena muestra de la patrimonialización de la Administración pública por parte del PSOE, pues el Gobierno Central no duda en utilizar un órgano público como el CIS en beneficio exclusivo de un partido concreto, el PSOE, de los líderes y la corriente que controla dicho partido. Esta encuesta

pregunta sobre: el enfrentamiento González-Redondo, la cuota femenina del 25 %, el enfrentamiento periodistas-PSOE, el papel de Alfonso Guerra, la valoración política de diferentes líderes y corrientes del PSOE —estos militantes del PSOE posteriormente serían candidatos electorales y altos cargos públicos—, la corrupción y el lujo en relación con el PSOE (lo que los principales líderes y portavoces del PSOE negaban públicamente, pero sobre lo que indagan en sus encuestas. Posteriormente ante el estallido de un gran número de escándalos de corrupción en los que estaban implicados altos cargos del PSOE y de su gobierno que, entre otros, obligaron a dimitir del mismo a A. Guerra —caso Juan Guerra—, García Valverde —caso Renfe—, el PSOE y el Gobierno González incluyeron en sus discursos, intervenciones referencias a la corrupción, proclamaciones para combatirla, etc.). Esta encuesta incluye 35 preguntas sobre el PSOE y cuatro sobre el Gobierno González.

En dicha encuesta también se pregunta sobre las relaciones PSOE-UGT y sobre los periodistas políticos. Asuntos sobre los que se estaba dando una gran conflictividad con el PSOE por las fuertes críticas que la dirección de la UGT presidida por Redondo y, en otra línea, una parte significativa de los principales periodistas de prensa, radio y *Antena 3* (antes de ser absorbida por el grupo Prisa y Z), dirigían al Gobierno González y a su partido. Sobre los periodistas, el CIS llega a preguntarse: «Ahora voy a leerle algunos comentarios sobre la actitud de los periodistas: existen todavía periodistas que con sus críticas continuas al Gobierno y a los socialistas, tratan, en realidad, de desprestigiar la democracia.» Palabras que coinciden directamente con las que González y buena parte de su gobierno reiteradamente destinaron a los periodistas críticos con su política y gestión. Incluso el Gobierno González antes de disolver las Cortes para convocar elecciones en 1993, llegó a presentar en el parlamento una propuesta de modificación del Código Penal, conocida como «Ley Mor-daza» y destinada a limitar gravemente, a coartar la libertad de expresión de los periodistas críticos con el Gobierno González y su partido. Se imaginan ustedes que el CIS pudiese incluir preguntas como la que siguen: Ahora voy a leerle algunos comentarios que se oyen en la calle sobre la actitud de sociólogos, economistas, abogados, politólogos: existen todavía sociólogos, economistas, abogados, politólogos que con su comportamiento servil hacia el gobierno, hacia el poder despresti-

gian a las ciencias sociales... «¿Está muy de acuerdo..., muy en desacuerdo...»

En esta encuesta sólo se preguntaba por el conocimiento y valoración política de «personalidades» (como reza la encuesta) pertenecientes al PSOE, a saber: Benegas, Matilde Fernández, González, Guerra, Leguina, Lerma, Obiols, Rodríguez de la Borbolla y Carmen Romero! «Sorprende» la inclusión de los nombres de Matilde Fernández, que en ese momento no tenía ningún cargo público y que se estaba destacando en la UGT por la defensa de las tesis de González y Guerra, y en el PSOE por lo de la «mujer-cuota». Posteriormente sería Ministra de Asuntos Sociales. Pero es mucho más «sorprendente» la inclusión de Carmen Romero, esposa de Felipe González, cuando en las leyes la esposa del presidente de Gobierno no figura con ningún cargo o representación protocolaria y cuando la señora Romero, ante el acoso de los periodistas, había reivindicado su intimidad y vida privada, señalando que no tiene ninguna obligación legal protocolaria y que, por tanto, exigía que la dejaran en paz. Posteriormente sería candidata al parlamento español por Cádiz en un puesto destacado y fue elegida. En la actualidad sigue siendo parlamentaria del PSOE por Cádiz.

Sobre la encuesta del CIS sobre el 31.º Congreso del PSOE una separata de la Revista Española de Investigaciones Sociológicas: *Datos de Opinión*, núm. 42, abril-junio 1988, incluye sobre el XXXI Congreso del PSOE únicamente nueve preguntas sobre el mismo, tituladas literariamente: «Conocimiento del Congreso del PSOE, grado de interés (ciudadano de dicho congreso); amplitud del interés (¿cree usted que este congreso ha sido de interés para todos los españoles o, por el contrario, sólo ha interesado a los socialistas?); intervención de Felipe González; intervención de Nicolás Redondo; grado de acuerdo con Felipe González; grado de acuerdo con Nicolás Redondo; la imagen del PSOE; utilidad del Congreso del PSOE». Estas preguntas *coinciden en parte* con las 12 primeras preguntas de la encuesta del CIS núm. 1728 que incluimos como anexo. *Decimos en parte, pues, «curiosamente» la separata se ha saltado, de las 12 primeras preguntas del cuestionario, las preguntas 6, 7 y 8 que rezan así: «Y tras el Congreso, ¿ha mejorado o ha empeorado su opinión sobre Felipe González? ¿Y sobre Alfonso Guerra? ¿Y sobre Nicolás Redondo?»* La separata, además, sólo incluye nueve cuestiones de un total de 47 que tiene dicho cuestionario del CIS.

En el caso OTAN, sobre lo que se vio obligado a informar el director del CIS Julián Santamaría, en el Congreso (20 de octubre de 1985) debido a las protestas de diferentes grupos políticos sobre la utilización partidista de dicho organismo en el caso del referéndum: de diciembre de 1982 a diciembre de 1983 (según la publicación del CIS: Banco de Datos, Ed. CIS, 1983) en, al menos, cuatro estudios cuantitativos se trató el caso OTAN, al igual que en un estudio cualitativo titulado «Imagen de la OTAN y actitudes ante la OTAN» (diciembre 1983) consistente en un análisis de contenido de coloquios mantenidos en 12 reuniones de grupos. De entrada es bien significativo la clara intención partidista de meter en el mismo paquete a la OTAN con el Mercado Común, de vincular la entrada y mantenimiento en la OTAN con la entrada de España en el Mercado Común, lo que además era uno de los puntos fuertes de la argumentación del Gobierno González y su partido para defender el mantenimiento de España en la OTAN, después de defender todo lo contrario.

En la publicación REIS, núm. 22, abril-junio de 1983 se incluye un apartado con el título: «La opinión pública española ante la OTAN, 1975-1983», donde se analizan 11 estudios que se habían efectuado entre estas fechas sobre el tema OTAN.

Refiriéndonos a los estudios realizados sobre la OTAN, y otros asuntos, durante el mandato socialista comprobamos «sorprendentemente» cómo dentro de la variable «voto elecciones 28 de octubre de 1982» tenemos la siguiente clasificación: partidos «Regionalistas» se incluye a Convergencia i Unió (CIU), al Partido Nacionalista Vasco (PNV) y a Ezquierda Republicana (ER), y dentro de la clasificación «Radicales» a Herri Batasuna (HB), Euskadiko Ezquierda (EE) e Izquierda por el Socialismo.

En «barómetros» publicados por REIS en julio de 1979 se definió la variable «voto 1 de marzo de 1979» de la siguiente forma: «Regionalistas: CIU, PNV, Partido Socialista Andaluz (PSA), Bloque Nacionalista Popular Galego (BNPG) y Partido Aragonés (PAR)»; «Radicales»: «HB, EE, Fuerza Nueva, ER, Unión del Pueblo Canario (UPC), Unión Nacional». La variable «voto elecciones municipales abril 1979» se definió: «Regionalistas: CIU, PNV, ER, PAR, PSA»; «Radicales: HB, EE, BNPG, UPC». Esta variable de abril de 1979 también se utilizó en los estudios de marzo y junio de 1983. Esta clasificación de las fuerzas políticas no responde a criterios científicos, previamente

discutidos y contruidos empíricamente, sino a criterios marcada y sesgadamente partidistas, donde además bajo la misma categoría se amalgaman fuerzas políticas muy dispares.

Con relación a las preguntas realizadas, destacamos: «¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que la entrada de España en la OTAN ayuda a consolidar la democracia en España? ¿Sería usted menos contrario a la entrada en la OTAN si España ya estuviese en el Mercado Común?» («Sólo a los contrarios a la integración»).

En estas encuestas de marzo y junio de 1983 se hacen todo tipo de preguntas sobre la OTAN, el Referéndum, la OTAN y el peligro de guerra, la OTAN y el peligro de ataque nuclear a España, etc., pero incluso bastante más sesgadas que las realizadas, por ejemplo, en la encuesta de diciembre de 1979 donde al preguntar sobre las alternativas posibles para España en materia de seguridad nacional se citaban las siguientes: «renovar el tratado con Estados Unidos; entrar en la OTAN; entrar en el Pacto de Varsovia; no entrar en ninguna alianza ni renovar el tratado militar con Estados Unidos». Con el PSOE en el Gobierno, no se hicieron este tipo de preguntas en las encuestas de marzo y junio de 1983.

En el número 29 de la revista REIS enero-marzo 1985 se incluye un apartado con el título «La opinión pública española ante la CEE, 1968-1985» donde se da cuenta de 20 encuestas realizadas sobre España y el Mercado Común entre dichas fechas.

En la encuesta de diciembre de 1979 se relaciona por primera vez el Mercado Común con la política de defensa, las cuestiones militares y la OTAN y así se realizan las siguientes preguntas, «¿Cree usted que además de la integración económica la incorporación al Mercado Común debe extenderse a cuestiones militares»; «¿Cree usted que España será admitida en la CEE si no se integra antes en la OTAN?»

En el estudio o encuesta de junio de 1980 se pregunta si la adhesión de España a la CEE tendrá efectos buenos, malos,... para disminuir los riesgos de verse arrastrados a una guerra.

Con el gobierno del PSOE en la Moncloa, en junio de 1984, se pregunta por el acuerdo o desacuerdo con la siguiente frase «si España queda por el acuerdo o desacuerdo con la siguiente frase «si España queda definitivamente fuera de la OTAN se puede temer que también quede fuera del Mercado Común». Se pregunta también: «¿Considera usted un éxito del gobierno de Felipe González el

conseguir la admisión de España en el Mercado Común?». Se pide si se está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente opinión, *«aunque las negociaciones para entrar en el Mercado Común se iniciaron hace quince años, y muchos gobiernos han intentado llevarlas a buen puerto, sólo la buena gestión del gobierno actual ha hecho posible el ingreso definitivo de España en el Mercado Común».* Otra pregunta es *«¿Cree usted que las gestiones personales y las visitas de Felipe González, a distintos líderes extranjeros han contribuido mucho, bastante, poco o nada a acelerar la entrada de España en la CEE?»* «Sorprende» la inclusión de estas preguntas en encuestas realizadas por un centro de investigaciones sociológicas que proclama utilizar las técnicas más depuradas, y «sorprenden» más aún cuando España había sufrido en épocas próximas un largo periodo autoritario y caudillista, donde el culto a la personalidad alcanzó muy altas cotas.

En la encuesta de septiembre de 1984 se pregunta: *«hay quien piensa que la entrada de España en el Mercado Común y la permanencia en la OTAN son, hasta cierto punto, caras de la misma moneda. ¿Cree usted que la entrada en el MCE y la permanencia en la OTAN son dos cuestiones íntimamente relacionadas?».* Se preguntó también *«¿con cuál de las siguientes afirmaciones está usted más de acuerdo: si España no permanece en la OTAN será muy difícil entrar en el MCE»; «la permanencia en la OTAN no tiene nada que ver con la entrada en el MCE»; «si España no permanece en la OTAN, los países europeos nos pondrán condiciones muy duras para entrar en el MCE, pero al final se entregarán».*

En enero de 1985 se realizó otra encuesta en la que se pidió a los entrevistados si estaban más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo con: *«si España queda definitivamente fuera de la OTAN se puede temer que también quede fuera del Mercado Común».*

Estamos de nuevo ante una clara utilización partidista y manipulada del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) por parte del gobierno del PSOE, para defender la política del partido en el gobierno, para lo cual no duda en recurrir a los procedimientos y a las preguntas que sea con tal de arrimar el ascua sociológica a su sardina. Vemos así como se vincula manipulada y parcialmente la entrada de España en el Mercado Común con la OTAN cuando, y según el Tratado de Roma, no tienen, en absoluto, nada que ver. En el Mercado Común hay países como Irlanda que no forman parte de la OTAN. Y en la OTAN se inte-

graron países como Portugal, Grecia, Turquía con regímenes autoritarios y que en su día, por ello, no fueron admitidos, como es el caso de Grecia y Portugal, en la CEE.

En la encuesta del CIS de marzo de 1986 (número 1522) realizada después de la celebración del referéndum sobre la permanencia de España en la OTAN figura lo siguiente: *«Notas a rellenar por el entrevistador. Independientemente de lo que el entrevistado haya contestado a la pregunta 24 (¿A qué partido votaría usted si mañana se celebrasen elecciones generales, y por cuál de los siguientes partidos siente más simpatía o lo considera más cercano a sus ideas?») ¿por qué partido cree usted que votaría? (figura un espacio en blanco y a continuación la palabra «probablemente»).* Es decir, por lo que se ve con la realización de esta pregunta que culmina toda una batería de cuestiones para saber el perfil político o ideológico de los encuestados y sus preferencias y rechazos electorales, el CIS tiene un gran interés en saber las preferencias electorales de los encuestados hasta el punto de implicar personalmente a los entrevistadores en esta indagación, pues, a éstos se les pide, después de realizar la encuesta, que incluyan en un recuadro de ésta lo que creen ellos que será el comportamiento electoral de los entrevistados.

Después del referéndum de la OTAN, que supuso una gran victoria para Felipe González y el PSOE, después de un manejo absolutamente descarado, parcial y partidista por parte de González y su Gobierno de los medios públicos de mediación y comunicación sociales y muy especialmente la televisión, tuvieron lugar las elecciones generales.

Con relación al País Vasco, el CIS, desde diciembre de 1982 a diciembre de 1984, realizó 15 estudios, de los cuales 10 tuvieron como ámbito de aplicación exclusivamente al País Vasco y «curiosamente» la práctica totalidad de dichos estudios se efectuaron inmediatamente antes de la celebración de las elecciones autonómicas. Las fuerzas políticas vascas denunciaron la utilización partidista del CIS.

En el estudio número 1248 (septiembre de 1984) se preguntaba sobre las «negociaciones con ETA». Con motivo de las elecciones autonómicas andaluzas, el Partido Andalucista y otras fuerzas políticas denunciaron la intervención partidista de las encuestas del CIS a favor del PSOE.

Las diversas fuerzas políticas y sindicales: PP, IU, CDS, Partido Andalucista, FA, CC, OO., etc.,

vienen denunciando reiteradamente la utilización partidista y arbitraria del CIS, tanto mayor cuando se acercan las elecciones o cuando el Gobierno y su partido tienen que hacer frente a graves problemas y contenciosos: referéndum OTAN, ingreso en el Mercado Común, conflicto con los sindicatos, huelgas generales, conflictos con los estudiantes, profesores, pacto de competitividad, Ley Corcuera-Mohedano, etc. En estos casos se filtran las encuestas «debidamente tratadas» a las agencias, a la prensa, radio y televisión. La agencia EFE y los entes gubernamentalizados, que no públicos, de radio y televisión difunden metódicamente en sus «partes», tertulias y programas los datos del CIS que más benefician al PSOE y a su Gobierno.

Como botón de muestra, demos los siguientes datos:

El viernes 5 de mayo de 1989, en que estaba teniendo lugar en España una fuerte confrontación política y sindical sobre el plan de empleo juvenil, sobre los pactos del CDS con el PP, etc., el Telediario de las 15 horas, dirigido por Luis Mariñas (que ocupó el cargo de responsable de prensa del Ministerio de Relaciones con las Cortes de Virgilio Zapatero), daba una amplia reseña sobre una encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) pasada a los jóvenes, en la que éstos, «casualmente», se manifestaban a favor de las propuestas de concertación social que el Gobierno estaba defendiendo frente a los sindicatos. También, en dicha información, se criticaban indirectamente las posturas defendidas por los sindicatos y se decía: «Los votantes del PSOE y de AP están a favor de la concertación social». Acto seguido se daba la siguiente información: «Existe una rebelión en el CDS por el pacto decidido por los dirigentes de este partido con el PP para plantear mociones de censura». La información sobre la encuesta antedicha se volvió a repetir en el último telediario de la noche. El 2 de marzo de 1992 en Radio 1-RNE, en los «partes» de las 19 y 20 horas, se daba la «noticia». «Según encuestas del CIS, los españoles apoyan mayoritariamente la entrada de la policía en las casas donde haya drogas» (en estas fechas había un fuerte debate público sobre la Ley Corcuera-Mohedano). Por su parte, programas y tertulias de RNE —como por ejemplo «Escrito en el Aire», dirigido por Luis de Benito; «Las cosas como son», especialmente la tertulia dirigida por Mercé Remolá y en la que colaboraban como fijos Emilio Romero y Enrique Curiel (después de dejar el PCE y con un pie en el PSOE); la dirigida por la periodista Margarita

Sáenz-Díez (esposa del alto cargo de RNE y TVE, Enric Sopena, que se ha venido destacando por su partidismo psosta) en la que colaboraban Julián Santamaría, César Alonso de los Ríos y otros cargos y miembros del PSOE, tertulia de matiz marcadamente pro-gubernamental, estos medios «recogían» siempre encuestas del CIS con resultados favorables al Gobierno González y su política, al PSOE (a la «sensibilidad» de la que formaban parte) y contrarios a las fuerzas que más se oponían al Gobierno y a su partido. Asimismo, RNE en sus programas informativos ha filtrado y sigue filtrando regular y metódicamente, de forma especial cuando se acercan las elecciones o se producen graves conflictos, resultados de encuestas del CIS favorables al Gobierno Central y a su política y partido.

La utilización partidista del CIS por parte del Gobierno de turno también se pone de manifiesto al comprobar el contenido de, por ejemplo, el Libro de campaña electoral del Partido Socialista de Galicia: PSdeG-PSOE. Si se coge el libro de campaña del PSdeG-PSOE para las elecciones autonómicas del 17 de diciembre de 1989, «sorprende», salta a la vista que cuestiones esenciales de la estrategia electoral para dichos comicios hayan sido sacadas directamente de las encuestas realizadas por el CIS. El PSOE trabaja con series temporales de encuestas relativas a Galicia para tener un conocimiento profundo de los diferentes aspectos que se van a tratar en la campaña, por todas y cada una de las opciones políticas en litigio. La ventaja que le reporta la disposición de dicho material es impresionante.

Con relación a las autonómicas del 17-D, uno de los aspectos más espectaculares se refiere al lema: «Galicia en Poder», y a lo que al respecto se establece en el libro de campaña del PSdeG-PSOE: «El poder en España lo tienen los socialistas y es necesario que Galicia se una a esta corriente, pues una Xunta gobernada por el PP se basaría en el enfrentamiento con la Administración Central y resultaría muy perjudicial para los intereses gallegos.»

En sucesivas encuestas del CIS se han incluido, desde hace bastante tiempo, y con relación a las elecciones gallegas y a Galicia, cuestiones literales como las siguientes: «¿Crees usted que el hecho de que la Xunta esté en manos de AP-PP y el Gobierno de la Nación en manos del PSOE ha sido para Galicia en estos últimos años?: muy bueno, bueno, malo, muy malo...» «¿Dirá usted que gracias a la actuación de la Xunta (cuando estuvo en manos de

AP) la situación general de Galicia ha mejorado, ha empeorado...?» «¿Y cree usted que si el PSOE hubiera estado en la Xunta las cosas hubieran ido mejor, igual...?» «¿Quién cree usted que tiene más competencias y poder real en Galicia, la Xunta o el Gobierno de Felipe González?»

Estamos, por tanto, ante una utilización descarada del CIS al servicio del partido en el Gobierno. El CIS, en casos como éstos, se ha convertido en la empresa de sondeos al servicio del PSOE y contra el resto de las opciones, con la particularidad de que le sale gratis y se financia con el dinero de todos los españoles, pues es un organismo que en las leyes está reconocido como público. El CIS funciona como la empresa de marketing del Gobierno González y de su partido y política, cuyas encuestas, estudios políticos y electorales responden al pie de la letra a los criterios mercantiles que siguen las empresas de marketing para preparar y evaluar sus productos, sus ofertas e introducirlas y colocarlas ventajosamente en el mercado. A la luz de las encuestas analizadas se verifica que el CIS las ha realizado con fines partidistas y electoralistas y no con la intención de realizar investigaciones científicas. El CIS con motivo de la polémica moción de censura que le presentaron al Presidente de la Xunta de Galicia del PP, X. Fernández Albor, el que era su Vicepresidente, X. L. Barreiro (posteriormente condenado por prevaricación a seis años y un día de inhabilitación en cargos públicos, y que después de este affaire ha publicado un libro sobre la ética y el poder, que ha prologado el líder del Bloque Nacionalista Galego, X. M. Beiras), el PSOE y Coalición Galega, lo que dió lugar al Gobierno tripartito presidido por González Lage del PSOE y con Barreiro también de Vicepresidente (el CIS) hizo encuestas previas para evaluar socialmente dicha moción de censura, y, una vez constituido dicho Gobierno tripartito, para evaluar su aceptación. En estas encuestas, realizadas en septiembre y diciembre de 1987, el CIS preguntaba cosas como las que siguen: septiembre 87: «¿Cree usted que si el PSOE hubiera estado en la Xunta las cosas habrían ido mejor, igual o peor?» y «¿Piensa usted que el hecho de que la Xunta esté en manos de AP y el Gobierno de la Nación en manos del PSOE ha sido para Galicia, en estos últimos años, muy bueno, bueno, ni bueno ni malo, malo, muy malo?» «*En algunos medios de comunicación se ha dicho que el PSOE puede presentar una moción de censura al gobierno de Fernández Albor. ¿Cree usted que, tras una moción de censura el Gobierno de Albor saldría derrotado o*

fortalecido?», «*Y cree usted que si el PSOE presenta la moción de censura tendría muchas posibilidades, bastantes, pocas o ninguna posibilidad de ganarla?»* «*Cree usted que si AP presenta a Manuel Fraga como candidato en el caso de que se adelantaran las elecciones autonómicas sacaría más votos, más o menos votos, los mismos votos o menos votos de los que sacó en las elecciones autonómicas de 1985?»* En las preguntas 17 y 19 se preguntaba *sobre la conveniencia de disolver el Parlamento gallego*. En las preguntas 29 y 30 se pregunta «*quién le gustaría que ganase las elecciones autonómicas: AP o el PSOE*». Preguntan también si les gustaría mucho, poco, bastante o nada.

En la encuesta de diciembre de 1987: «*Es imposible la estabilidad de una Xunta en la que Barreiro es Vicepresidente*» y «*Con González Laxe en la Presidencia se volverá a repetir la situación anterior y el Presidente seguirá siendo un elemento decorativo*». Vuelven a preguntar si Fraga tendrá posibilidades de ganar como candidato a Presidente de la Xunta. Preguntan, también, «a quién elegiría de candidato a Presidente de la Xunta: a Manuel Fraga o González Laxe», entre otras muchas.

En entrevista publicada por *El Independiente* (19 de agosto de 1988) a Ludolfo Paramio, director de la Fundación Pablo Iglesias, éste responde a la pregunta: «¿Es ética política, por ejemplo, coaligarse y pactar con una persona que tiene votos de otro partido, como es el ejemplo gallego?», responde: «Allí no teníamos otra salida que dejar un Gobierno de AP sin fuerza o pactar con el diablo (nota nuestra: Max Weber, al que tanto cita Felipe González a propósito de la "ética de las responsabilidades", en su trabajo *El oficio y la vocación del político* dice «El mundo está regido por demonios y... el individuo que se compromete con la política, es decir con los medios de la fuerza y de la violencia, concierta un pacto con poderes diabólicos»). Sigue diciendo Paramio: «La sociedad gallega tendrá que decidir en las próximas elecciones si ello fue un acierto o un error, pero era una opción política». En la pregunta anterior, Paramio afirma: «Soy de los que creen firmemente que una de las cosas más urgentes que necesita España es una profunda reforma ética y se ha comprobado que hacerla era mucho más difícil, y que el propio Partido Socialista o alguno de sus sectores se ha contaminado de hábitos de poder o de formas de vida que no se corresponden con el proyecto socialista. Cuando esto sucede, de lo que se trata no es de renunciar a la bandera de la ética, sino enarbolarla con más energía e insistir en que la ética

debe empezar en casa!» (Después de las declaraciones de Paramio, se produjeron numerosos casos de corrupción en los que han aparecido implicados cargos muy importantes del PSOE.)

El CIS en el mes de junio de 1992 realizaba una encuesta sobre Maastricht sobre la disposición de los españoles a favor de la convocatoria de un referéndum, y en la que también se pregunta sobre la unión política y económica con la Comunidad Europea y la huelga del 28 de mayo de 1992. También se pregunta sobre la corrupción y la valoración de la política y de los políticos al respecto. Sobre la huelga general del 28 de mayo-92, pregunta el CIS si el encuestado siguió la huelga y por qué; pregunta también por la acción de los piquetes, por el papel del transporte público en el seguimiento de la huelga y si el encuestado es favorable a la convocatoria sindical de huelga general para octubre de 1992. Pregunta, asimismo, a quién favorece la huelga: a los trabajadores, a los sindicatos, al Gobierno, a los empresarios, a los partidos de la oposición, a otros...

Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya presentó el 2 de agosto-93 una proposición no de ley para que el CIS remita puntualmente al Congreso las conclusiones de sus estudios, sobre todo los que analicen la situación política de España. La proposición denuncia la utilización que hace el Gobierno de los estudios del CIS, señala que esta utilización queda lejos del principio de igualdad de acceso a sus datos consagrado en el estatuto de ese organismo. Dice IU-IC en esta proposición: «Constantemente se filtran a los medios de comunicación, de forma selectiva e interesada, datos de estudios o sondeos con el mismo origen, el partido del Gobierno. Datos que el Parlamento desconoce...»

BIBLIOGRAFIA

- BALANDIER, G. (1992): *Le pouvoir en scènes*, Ed. Fayard.
- BON, F. (1974), *Les sondages peuvent-ils se tromper?*, Calmann-Lévy.
- BOURDIEU, P. (1973): «L'opinion publique n'existe pas», *Les Temps Modernes*, 318, enero 1973, págs. 1292-1309. Este artículo se incluye en la obra de este autor *Questions de sociologie*, Minuit, 1980, págs. 222-235.
- (1976): «Les modes de domination», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núms. 2-3. «Domination symbolique et lutte politique, la production de l'ideologie dominante», junio 1976, págs. 4-74 y 122-133.
- (1993): «Esprits d'Etat. Genèse et structure du champ bureaucratique», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núms. 96-97, marzo, págs. 49-63.
- BRUTE, M. (1988): *L'empire des sondages*, Robert Laffont.
- CHAMPAGNE, P. (1985): «Opinion publique ou opinions publiées», *Réseaux*, núm. 13, junio 1985, págs. 62-73.
- (1988): «Le cercle politique. Usages sociaux et sondages et nouvel espace politique», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núms. 71-72, marzo 1988, págs. 71-97.
- (1990): *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Ed. Minuit.
- CHOMSKY, N. (1992): *Ilusiones necesarias*, Ed. Libertarias.
- COMBESSU (1984): «L'évolution comparée des inégalités: problèmes statistiques», *Revue Française de Sociologie*, 25 (2), 1984, págs. 233-254.
- (1985): «A propos de méthodes: effets d'optique, heuristique et objectivation», *Bulletin de méthodologie sociologique*, 1985, núm. 6, págs. 29-38.
- DEBORD, G. (1992): *Commentaires sur le société du spectacle suivi de Préface à la quatrième édition italienne de «la société du spectacle»*, Ed. Gallimard.
- (1991), *Cour de médiologie générale*, Ed. Gallimard.
- (1992), *Vie et morte de l'image*, Ed. Gallimard.
- (1993), *L'Etat séducteur. Les révolutions médiologiques du pouvoir*, Ed. Gallimard.
- FLO, J. (1993), *Aquellos años*, Eds. B. Grupo Z.
- FUMAROLI, M. (1991): *L'Etat culturel. Essai sur une religion moderne*, Ed. de Fallois.
- GREMY, J.-R. (1987): «Les expériences françaises sur la formulation des questions d'enquête. Résultats d'un premier inventaire», *Revue Française de Sociologie*, XXVIII, núm. 4, oct.-dic. 1987, págs. 567-599.
- LECLERC, G. (1979): *L'observation de l'homme. Une histoire des enquêtes sociales*, Ed. Seuil.
- LENOIR, R. (1986), «Réponses et répondant: analyse d'une correspondance politique», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núm. 64, 1986, págs. 30-39.
- MIRLIL, D. (1983): «Une nomenclature et sa mise en oeuvre», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núm. 50, nov. 1983, págs. 3-47.
- (1985): «Analyses de l'interaction entre variables. Problème statistique ou sociologique?», *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 26(4), 1985, págs. 629-652.
- (1988): *Que mesure la statistique?*, *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, núm. 73, junio 1988.
- MIGUEL DI, J.: «La investigación en sociología hoy», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 56, oct.-dic. 1991, págs. 167-197.
- RIDEAU, B. (1985): *L'Illusion du pouvoir*, Ed. La Table Ronde.
- SALVADOR, J.: «L'ouvert et le fermé dans la pratique du questionnaire», *Analyse comparative et spécifiques de l'enquête par correspondance*, *Revue française de sociologie*, 27(2), abril-junio 1986, págs. 301-316.
- SCHNEIDER, M. (1992): *La comédie de la culture*, Ed. Seuil.
- BOURDIEU, Pierre, y su equipo (especialmente Patrick Champagne) han analizado en el Centro de Sociologie Européenne y en la revista *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, que dirige, en numerosos trabajos, libros y publicaciones, la utilización política de las encuestas, las funciones socio-políticas de las encuestas, la sondeoeracia. La revista *Pouvoirs*, Ed. PUF, París, núm. 33, 1985, titulada genéricamente «Sondages» incluye numerosos trabajos y opiniones, incluidas las de Bourdieu, en los que se analizan las encuestas crítica y positivamente.