

Introducción

Tres meses cualesquiera. Pongamos los del verano de 2015. En julio, las encuestas protagonizaron el debate en torno al Consejo de Seguridad Nuclear: un estudio que se había solicitado en 2012 no se hacía público hasta ese mismo mes y generaba desconfianza por su diseño metodológico. Si el cómo del estudio generaba polémica, los resultados también.

En agosto, las pasiones políticas se suavizan. Pero también en ese mes tuvimos noticia de la macroencuesta que va a realizar el Banco de España en este año 2016. Su principal objetivo declarado es averiguar cuánto sabemos de finanzas domésticas. Y con ello hacerse una idea, por ejemplo, de cuáles son las posibilidades de que a muchas personas se las engañe de nuevo con productos como las preferentes o las cláusulas suelo.

El curso político arrancó en septiembre de 2015 con encuestas políticas, aventurando en este caso cuál era el nivel previsto de apoyo a las candidaturas que se presentaban a las cruciales elecciones al Parlamento catalán que se celebraban a finales de ese mes. En esta ocasión, sin exceso de polémicas, porque la gran mayoría coincidían en buena medida en sus pronósticos y, además, apuntaban a un escenario similar al que las propias elecciones terminaron confirmando.

Tres tipos de encuestas muy diferentes, en sus características técnicas, en sus objetivos o en el debate que han provocado, pero que nos recuerdan que estas están muy presentes en nuestras vidas, que forman parte cotidiana de las noticias que recibimos, de las polémicas y debates públicos que nos rodean y, por tanto, de las imágenes de la realidad que nos construimos.

Y no solo de nuestra realidad, también son parte de las herramientas que las administraciones públicas utilizan para conocer la sociedad y debatir las políticas públicas que van a desarrollar. Como veremos a lo largo del libro, desde las políticas relacionadas con el mercado laboral hasta las que tienen que ver con la sanidad pública o la energía nuclear, pasando por las estrategias políticas de los partidos o la selección de candidatos, todas ellas forman parte del universo de decisiones donde las encuestas juegan un papel importante.

Este libro pretende ser una pequeña guía para que el lector curioso pueda enfrentarse a ellas, entendiendo mejor quién las hace, cómo se hacen o para qué se hacen. El recorrido que guía los próximos capítulos pretende ser ese pequeño mapa de mano que permita adentrarse en el mundo de las encuestas. Para ello, le ayudaremos primero a enfocar la mirada: ni es oro todo lo que reluce ni merecen llamarse encuesta todos los procesos de recogida de información que utilizan esa etiqueta. Así que el primer capítulo nos ayudará a distinguir las encuestas serias, de las que vamos a hablar en el resto del libro, de ese “Encuesta: vota al equipo que crees que va a ganar la Champions en 2016” que estás viendo en la página web de tu periódico favorito.

Y cuando ya sepamos qué son, hablaremos de para qué sirven. A lo largo de los capítulos 2 y 3 trataremos de entender las motivaciones y los procesos de todas las partes implicadas: de la empresa, partido o institución que la encarga; de la persona que la responde o la escucha en los medios; del periodista que la comenta o del político que se alegra o se enfurece al conocer sus resultados.

Con ese equipaje en la mochila, emprendaremos el viaje a las entrañas de la encuesta. En el capítulo 4 podremos conocer cuáles son los ingredientes básicos de la misma y cómo podemos combinarlos para que el resultado final funcione bien. El provocador título del capítulo 5, “¿Nos engañan las encuestas?”, nos lleva a la información que aún nos faltaría: ahora que ya conocemos las piezas de la encuesta, veamos cómo podemos juzgarlas, sin ser grandes expertos, y apreciar si estamos ante una encuesta más o menos creíble.

Si en el capítulo 1 haremos un pequeño viaje al pasado para conocer cómo surgen las actuales encuestas, terminaremos en el capítulo 6 haciendo el viaje al futuro. Las encuestas cambian con el mundo. Los estilos de vida, las nuevas tecnologías, los ritmos actuales obligan a que la manera de hacer encuestas vaya modificándose también sin descanso y la paulatina introducción de estos cambios en el universo de las encuestas va a ser el tema con el que cerraremos el libro.

A lo largo de todo este viaje, iremos ilustrando los argumentos con abundantes ejemplos, a veces mencionados de paso y otras haciendo un pequeño *zoom* en ellos para profundizar en sus entresijos e implicaciones. Recogeremos toda la diversidad del mundo de las encuestas que apuntábamos ya en los primeros párrafos de esta presentación: encuestas nacionales e internacionales concretas, instituciones que las desarrollan, pequeñas anécdotas históricas o experimentos centroamericanos irán apareciendo en cada uno de los capítulos para acompañar el hilo general con pinceladas sobre algunas realidades concretas.