

Razones (demoscópicas) para creer que el #25M se producirá un cambio político en Andalucía*

En las últimas semanas, han sido muchas las encuestas electorales publicadas en los principales medios de comunicación españoles, en un intento por conocer que pasará en la jornada electoral del próximo domingo 25 de Marzo, la cual se presenta ya como antológica.

Partidos políticos, líderes políticos y ciudadanos, muestran siempre un relativo escepticismo acerca de los datos que los sondeos de opinión suelen desvelar.

Sin embargo, las [encuestas](#) son un instrumento de ayuda para la comprensión de la realidad, un instrumento científico (y esto es importante) útil para el análisis de las tendencias sociológicas, que serán claves en el debate político y en la configuración de las agendas políticas de gobierno (Colomé, G., 2004).

Una importante cuestión relativa a los sondeos electorales, ampliamente debatida, es su relativa influencia sobre los electores para decidir en un sentido u otro el voto.

Las teorías sobre los efectos y los impactos de los sondeos de opinión electorales son diversas. En cualquier caso, en la mayoría de los países la publicación de sondeos la última semana de campaña está prohibida, algo que se justifica, en el hecho de que debe evitarse su influencia sobre los electores. En otros países, la publicación de los sondeos está permitida hasta el final de la campaña, esgrimiendo, que los ciudadanos deben disponer de toda la información disponible a su alcance. Sea como sea, cualquier intento de restricción al acceso de información a los electores, puede resultar inútil en los tiempos actuales en los que Internet (portales webs, redes sociales, blogs...) es un campo libre de información donde los ciudadanos acceden arbitraria y voluntariamente e interactúan con el resto de la ciudadanía.

El problema quizás resida en opinión de algunos politólogos como G. Colomé (2004), no en los sondeos demoscópicos en sí mismos (los cuales en su mayoría, sujetos a disposiciones legales normativas específicas, adquieren un cierto rigor científico considerable), sino en los medios donde son publicadas éstas, y la finalidad con la que son publicadas.

Como a nadie se le debe escapar, los medios de comunicación, aunque esgrimen un carácter independiente, están respaldados en su mayoría por grandes grupos empresariales que defienden unos intereses frente a otros, lo que en cierto modo invita a la cautela y la precaución de las autoridades administrativas (juntas electorales) que velan para que durante el transcurso de las campañas electorales, se cumplan rigurosamente (o en la mayoría de los casos) las disposiciones normativas reguladoras en materia electoral.

Otro elemento ampliamente debatido, es el acierto de los institutos demoscópicos acerca de los pronósticos que los propios sondeos de opinión exponen. Con carácter general las propias normativas electorales, suelen regular el carácter científico y profesional que cualquier estudio demoscópico debe presentar antes de publicar ante la opinión pública sus resultados (la importancia de la ficha técnica y los datos oficiales del estudio), indicaciones que a veces son ignoradas por los propios medios que las publican.

Existe un consenso más o menos generalizado entre los profesionales del análisis político, que coincide al señalar que a veces el enfoque mediático y comercializador con el que los propios medios de comunicación suelen tratar las encuestas electorales, lleva a disminuir o incluso deslegitimar algunas de las principales conclusiones presentadas en los estudios. El enfoque de competición deportiva (Horse races, en la literatura política norteamericana), con el que los medios de comunicación suelen plantear los estudios demoscópicos (especialmente con las variables proyectadas de estimación de voto, que es resultado de la consideración de variables diversas, que buscan proyectar los resultados electorales de unos determinados comicios, más allá de la intención directa de voto de los electores), suelen desvirtuar las bondades de los estudios demoscópicos.

Independientemente de que los estudios electorales encuentren sentimientos encontrados a lo largo del espectro de la opinión pública, éstos, considerados especialmente en un sentido longitudinal (como si de un álbum de fotos a lo largo del tiempo se tratara), siguen siendo una herramienta fundamental para politólogos, periodistas, analistas, y como no partidos políticos y ciudadanos, a la hora de analizar la realidad sociopolítica de nuestras sociedades actuales.

Es ahí donde adquiere su máximo sentido este artículo, cuya máxima es **analizar las elecciones autonómicas andaluzas a partir de los distintos estudios demoscópicos publicados en las últimas semanas.**

La pregunta que debemos hacernos es pues la siguiente **¿Qué realidad sociopolítica dibujan los trascendentales comicios electorales de mañana 25 de Marzo, en virtud de los distintos [sondeos electorales](#) presentados por las principales empresas demoscópicas de nuestro país?** Consideraré pues los distintos estudios de opinión realizados y publicados en los últimos meses por los centros demoscópicos más importantes en España ([CIS](#), [IESA](#), [CADPEA](#) –de carácter público-, y [Metroscopia](#), [Sigma Dos](#), [NC Report](#) e [IMC](#) –de carácter político-), publicados en los principales diarios españoles (El País, El Mundo, La Razón, ABC y cabeceras provinciales del Grupo Joly).

De modo breve y sencillo, podemos señalar una serie de **tendencias principales:**

1. Con una total unanimidad al respecto, todos los estudios demoscópicos publicados entre finales del año 2010 –con especial repunte tras la celebración de elecciones municipales y generales- hasta la actualidad, han venido anunciando un cambio de tendencia en la proyección estimada de voto de los andaluces ante una hipotética celebración de elecciones en Andalucía. Frente al histórico apoyo político generalizado de los andaluces al PSOE-A, ha ido emergiendo paulatinamente un deseo de cambio que se ha incrementado hasta proyectarse en una mayoría social consolidada, que apoya al hasta entonces principal partido de la oposición, el PP-A, convirtiendo las expectativas electorales del PP, en las mejores que ha tenido en la historia autonómica de Andalucía.

2. Ese cambio de tendencia electoral, inédito en la historia sociopolítica en Andalucía, no solo podía verse reflejado en variables capitales como la intención de voto directa, o la estimación de voto proyectada, sino en otras variables que pasando más desapercibidas ante la opinión pública mediática, despiertan un especial interés desde el punto de vista analítico –identificación del partido político con el que se sienten más identificado, cercanía con algún partido político, partido político que le inspira más simpatía y confianza, deseo de que un partido político u otro ganen las elecciones...-, que sin duda alguna, han ido colocando al Partido Popular, en una situación privilegiada de cara a proclamarse como el vencedor de las elecciones andaluzas.

3. Los distintos estudios de opinión publicados, si bien han coincidido en anunciar la posibilidad real de un cambio de gobierno en una comunidad históricamente gobernada por el Partido Socialista, han mantenido discrepancias a la hora de cuantificar en valores absolutos (porcentaje de voto y número de escaños) los resultados de dichas elecciones, una cuestión capital en tanto que es sobradamente conocido, que al partido liderado por Javier Arenas, solo le vale la obtención de una mayoría absoluta, que impida lo que nadie ignora, un eventual gobierno de coalición entre PSOE-A e IULV-CA.

4. Los estudios demoscópicos publicados más recientemente (en el transcurso de campaña), han estimado porcentajes de voto de apoyo al PP-A situados entre el 45% y el 48% (en las elecciones autonómicas del 2008, obtuvo el 38,63%, lo que supondría un incremento de entre el 7% y el 10% de los votos), y porcentajes de voto al PSOE-A de entre el 34% y el 36% (en las elecciones de 2008, obtuvo el respaldo del 48,93% de los andaluces, lo que representaría una caída de entre 13 y 15 puntos), que evidencian claramente una tendencia invertida, que vendría explicada por una brutal pérdida de votantes el PSOE-A, en favor de IULV-CA, PP-A o UPyD, y como no, el deseo de no participar en dichas elecciones (abstención electoral).

5. La traslación de las anteriores proyecciones de estimación de voto, de los principales partidos a posibles escaños en la cámara parlamentaria andaluza, dibujaría una composición parlamentaria más fragmentada y multipartidista, que podría elevar hasta

seis el número de grupos políticos representados en ella, si finalmente se produjeran dos hechos de enorme relevancia en el escenario político andaluz: por un lado el probable ingreso de la formación liderada por Rosa Díez, UPyD, al que la auguran entre 0 y 2 escaños (en las principales capitales andaluzas, Sevilla y Málaga); y la vuelta a la máxima institución política andaluza de la formación política regionalista, PA, que si bien estaba al borde de la desaparición tras varios comicios electorales sin representación, los sondeos más favorables le auguran entre 0 y 1 escaño (en la provincia de Cádiz).

El Partido Popular de Javier Arenas, obtendría según los distintos estudios, entre 54 y 59 escaños (entre 7 y 12 más que en 2008, mejorando sus resultados prácticamente en todas las provincias andaluzas, pero de manera notable en Cádiz, Málaga, Almería y Sevilla, provincias éstas, en las que los directores de campaña electoral del PP-A han centrado el grueso de su campaña), lo que permitiría alcanzar según la mayoría de los estudios demoscópicos publicados (los barómetros de Sigma-Dos y CIS, la consideran más ajustada) una clara y relativamente cómoda mayoría social que le permitiría gobernar una región que hasta hace poco se consideraba como inalcanzable.

El Partido Socialista de J. Antonio Griñán, obtendría según los mencionados sondeos, una sonora e histórica derrota, que le haría perder entre 12 y 15 escaños, augurándole la obtención de entre 41 y 46 escaños (con pérdidas significativas en todas las provincias andaluzas, especialmente en Sevilla, Cádiz, Málaga o Jaén), lo que de cumplirse, dejaría en una situación de gran debilidad al socialismo español, que ha encontrado tradicionalmente uno de sus bastiones de votos, en la región andaluza.

Finalmente, la formación política liderada por Diego Valderas, IULV-CA, situada más a la izquierda ideológica, sería la gran beneficiada de la sangría de votos sufrida en las filas socialistas, obteniendo entre 6 y 9 escaños (entre 1 y 3 escaños más que en 2008), que reforzarían el papel históricamente jugado por dicha formación en la región.

6. Las anteriores proyecciones de cambio político en la región andaluza, son reforzadas si destacamos que una importante mayoría social andaluza, considera la necesidad de que se produzca un cambio político en las principales instituciones de gobierno de la comunidad, alcanzando cifras históricas de en torno al 70%, lo que no debe inducirnos erróneamente a pensar que ésta ingente masa social de electores, vaya a confiar ese deseo de cambio, en un apoyo electoral al considerado como principal agente electoral del cambio, el PP-A, cuya estrategia electoral se ha centrado en la transmisión de la imagen de que ellos representan el genuino “cambio andaluz”.

7. No debemos pasar por alto, otros importantes datos revelados por la mayoría de las encuestas que arrojan más luces sobre dicha posibilidad de cambio político en la región andaluza: el primero de ellos es la identificación de los que son los principales problemas sociales, políticos y económicos para los andaluces: el problema del desempleo y la economía son los primeros de ellos, seguidos por la corrupción política, dos problemas endogámicos, sobre los que una cada vez mayor parte de la opinión

pública andaluza responsabiliza a los gobiernos de Manuel Chaves, primero, y J. Antonio Griñán, después, y al partido político que ha venido gobernando durante más de treinta años, el PSOE-A.

El según dato importante a destacar es la lenta, pero progresiva mejora de la imagen del PP-A y su líder Javier Arenas, como posibles aspirantes al Gobierno de la Junta de Andalucía, que le ha llevado a situarse por delante del resto de formaciones políticas andaluzas.



Carteles publicitarios de las campañas electorales de Javier Arenas (PP) y José Antonio Griñán (PSOE) en Sevilla. / FALCO PIRENTER.

Estas son algunas de las más importantes tendencias sociopolíticas, que han venido reflejando en los numerosos estudios demoscópicos publicados en los últimos meses, y que aventuran un posible cambio político en una región, que se había ido perfilando como una especie de excepcionalidad política en el

conjunto de democracias europeas, por no haber conocido una de las grandezas de los sistemas democráticos liberales actuales: la producción de alternancia política en sus distintos gobiernos.

Sólo tras la celebración de las [elecciones autonómicas](#) de mañana, comprobaremos si dichas tendencias son finalmente reproducidas en el nuevo escenario político andaluz, añadiendo una página más a la historia social y política, de una región que es clave para el devenir político, social y económico de España.

El periodista y politólogo Enric Juliana, lo planteaba esta semana de forma muy acertada, en un interesante artículo escrito en las páginas de su diario [La Vanguardia](#): Los andaluces se enfrentan a una doble disyuntiva: por un lado el deseo de cambio, y por otro, el miedo al futuro...

En definitiva, mañana sabremos si los andaluces deciden apostar por el cambio, o por el contrario deciden apostar por el inmovilismo...

*** J. Alberto Benítez Amado – @jalbeam**

Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración

Ph.D. Student Master in Economics

(Universidad de Granada)



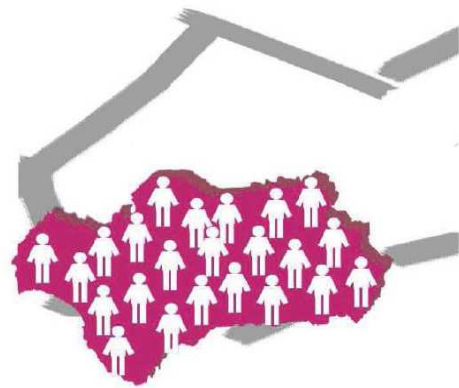
Estimación de voto en Andalucía

ENCUESTA EL MUNDO-SIGMA DOS

● **Intención de voto:** 109 escaños. **Mayoría absoluta:** 55 escaños.

UPyD 1-2 esc. **3,8%**
PA 0-1 esc. **2,9%**

PP 54-57 esc. 45,8%	PSOE 43-44 esc. 36%	IU 7-9 esc. 8,9%	Otros: 2,6%
---	---	--------------------------------------	-------------



	Elecciones marzo 2008		Encuesta enero 2011		Encuesta abril 2011		Encuesta febrero 2012		Encuesta marzo 2012	
	%	Esc.	%	Esc.	%	Esc.	%	Esc.	%	Esc.
PP	38,4	47	49,3	56-64	48,0	56-60	45,0	54-57	45,8	54-57
PSOE	48,4	56	36,4	41-46	36,8	43-46	36,3	42-44	36,0	43-44
IU	7,1	6	7,2	4-7	6,7	6-7	9,3	8-9	8,9	7-9
UPyD	0,6						4,2	1-2	3,8	1-2
PA*	2,8						2,4	0-1	2,9	0-1
Otros	2,7		7,1		7,4		2,8	0	2,6	0

(*) El Partido Andalucista se presentó como Coalición Andalucista en 2008.

> **ELECCIONES AUTONÓMICAS**

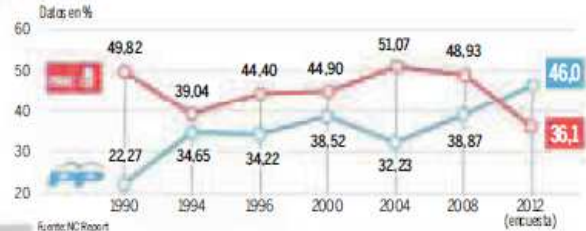


Estimación de voto, marzo 2012

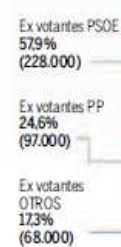
■ **Distribución de escaños**



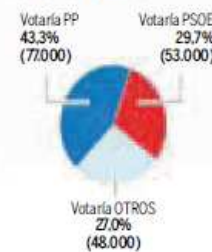
■ **Evolución del voto**



■ **Abstención**



■ **Nuevos votantes**



■ **Índice de fidelización electoral**



■ **Número de votos**



■ **Voto válido a candidatura por grupos de edad**

En porcentaje	18 a 29	30 a 44	45 a 64	65 y más
PP	43,4	48,4	46,3	44,2
PSOE	35,1	29,8	36,0	46,6
Resto de partidos	21,5	21,8	17,7	9,2

■ **¿Dónde ha ido el voto del PP del 09-03-2008?**



■ **¿Quién votaría al PP ahora?**



■ **¿Dónde ha ido el voto al PSOE del 09-03-2008?**



■ **¿Quién votaría al PSOE ahora?**

