
ESTUDIO 2385 - LOS COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS DE LOS ESPAÑOLES

- FICHA TÉCNICA -

El **CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS** otorgó en concurso público a **METRA SEIS** la realización de una prospección cualitativa sobre '*Los comportamientos políticos de los ciudadanos*' tomando como contexto de la investigación las recientes Elecciones Generales celebradas el 12 de Marzo del 2000.

Los objetivos analíticos del presente estudio fueron los siguientes:

- * Estudio de los procesos de decisión de voto durante dichas elecciones.
- * La influencia de la campaña electoral en la decisión del voto de los electores:
 - Percepción y evaluación general de la campaña.
 - Contenidos concretos recogidos y su valoración.
- * Los efectos de variables intervinientes clásicas en la toma de decisiones electorales:
 - Cuestiones ideológicas.
 - La influencia del entorno familiar.
 - Las encuestas electorales: valoración e influencia en la toma de decisiones.
- * El voto útil, y la influencia sobre el voto de la circunscripción electoral.

2.- METODOLOGÍA

El enfoque del presente estudio ha sido cualitativo. Se han realizado diez grupos de discusión y cuarenta entrevistas en profundidad. La idoneidad de estas técnicas obedece a su capacidad de favorecer:

- * La espontaneidad del discurso desde dos tecnologías distintas
- * La profundización en la temática objeto del estudio.
- * La comprensión de mecanismos actitudinales y motivacionales.
- * La construcción y despliegue del imaginario grupal.

El universo de estudio fue definido con vistas a una optimización de los discursos que habían de ser producidos para construir hipótesis sobre los objetivos de estudio. Por ello se ha centrado en aquellas personas que hubieran sentido dudas sobre la orientación de su voto y pudieran manifestar situaciones de mayor conflicto que demandasen de un 'trabajo psíquico' y una especial atención estimular para resolver su toma de decisión.

Por ello, y dados los muy recientes resultados electorales, se decidió atender específicamente a dos segmentos de votantes:

- * 50% de personas que hubieran votado PP provenientes del PSOE.
- * 50% de personas que, manifestando haber tenido dudas, se hubieran decidido finalmente a votar al PSOE, IU o abstenerse.

Es una estrategia de definición operativa correcta, que trata de maximizar en pruebas cualitativas aquellos casos más extremos que permitan diagnosticar códigos de significación y sentido normalmente latentes.

El diseño muestral que permitiera la cobertura de los objetivos y atendiera al universo anterior quedó definido por los siguientes criterios:

- * Estratificación espacial de la muestra: el estudio se llevó a cabo en cinco ciudades diferentes que ilustraran la pluralidad sociopolítica del país, las elegidas fueron Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y La Coruña.
- * Definición de los participantes. Se realizó a partir de los siguientes criterios:
 - La conducta de voto: personas que votaron PSOE o IU en los comicios generales de 1996, que en las Elecciones del 12 de Marzo:
 - Cambiaron su voto hacia el PP.
 - Se abstuvieron.
 - Permanecieron fieles a PSOE e IU.
 - La ideología, según la escala tradicional: personas autopositionadas en el centro, centro-izquierda e izquierda.
 - La situación durante la campaña del 12 de Marzo del 2000: personas que dudaron entre votar al PSOE o al PP y que finalmente se decidieron por una de estas opciones, y dudosos entre votar al PSOE, a IU o abstenerse y que finalmente se optaron por una de estas tres posibilidades.
- * Respecto a la edad, los participantes de los grupos de discusión quedaron concentrados en un intervalo medio de edad (de 30 a 45 años). En el caso de las entrevistas en profundidad se consideró una ampliación de este tramo, pero renunciando a los nuevos votantes.

Los anteriores criterios fueron establecidos mediante una breve encuesta 'ad hoc'.

La distribución operativa de las muestras del estudio ha sido:

Grupos de discusión:

	Cam. Madrid	Cataluña Barcelona	Galicia A Coruña	Andalucía Sevilla	PaísVasco Bilbao
Votantes PP '00	1	1	1 ^(*)	1	1
Votantes PSOE, IU, abstencionistas '00	1	1	1	1	1
Total	2	2	2	2	2

(*) Por dificultades de captación, se sustituyó en La Coruña a los votantes del PP por votantes del BNG, ya que ésta formación acaparó con más intensidad a las personas que votaron anteriormente al PSOE.

Entrevistas en profundidad:

		Cam Madrid	Cataluña Barcelona	Galicia A Coruña	Andalucía Sevilla	País Vasco Bilbao
Votantes PP '00	22-29 años	1	1	1 ^(*)	1	1
	30-44 años	1	1	1 ^(*)	1	1
	45-59 años	1	1	1 ^(*)	1	1
	60 ó más años	1	1	1 ^(*)	1	1
Votantes PSOE, IU, Abstencionistas '00	22-29 años	1	1	1	1	1
	30-44 años	1	1	1	1	1
	45-59 años	1	1	1	1	1
	60 ó más años	1	1	1	1	1
Total		8	8	8	8	8

* Por dificultades de captación, se sustituyó a los votantes del PP por votantes del BNG.

En el caso de los votantes PSOE, IU, abstencionistas (en total 20 entrevistas) se siguió esta distribución:

- Votantes PSOE: 10
- Votantes IU: 5
- Abstencionistas: 5

El trabajo de campo se realizó entre el 30 de Marzo y el 12 de Abril. Todas las pruebas quedaron registradas mediante sistemas de audio y/o vídeo. Estos materiales han sido entregados a nuestro cliente en las condiciones deontológicas AEDEMO y ESOMAR. Se han realizado asimismo transcripciones literales de los discursos producidos, que se presentan en dos volúmenes aparte.

La conducción de los grupos y entrevistas corrió a cargo del jefe del estudio y de técnicos del departamento cualitativo de METRA SEIS, que han realizado a su vez el análisis de los materiales y redacción del informe.

El presente enfoque cualitativo, y las dos tecnologías utilizadas en el mismo, se han mostrado altamente fiables. Esto es, la redundancia de los discursos resulta muy alta y significativa. Por lo que respecta a la validez se debe recordar que la misma exclusivamente alcanza a la elaboración de las hipótesis y la construcción de los códigos. Ni la técnica, ni el diseño muestral, permiten aquí la extrapolación a la población general de unos resultados, que significativos en sí mismos, precisarían para ello de un procedimiento cuantitativo para ser verificados.