

HISPANIA SERVICE, S. A.
CONSULTORES

INVESTIGACION CUALITATIVA SOBRE LA IMAGEN
DE LOS PARTIDOS POLITICOS ESPAÑOLES Y
PERSPECTIVAS EN EL FUTURO INMEDIATO

ANEXO
GRUPOS DE DISCUSION

Octubre
1982

NUMERO DE ESTUDIO 1.336

TITULO Investigación cualitativa sobre imagen de los
Partidos Políticos españoles y perspectivas en

FECHA DE REALIZACION el futuro inmediato
Octubre 1982

METODOLOGIA Análisis de contenido del coloquio mantenido
en 12 reuniones de grupo formadas sobre 12
estratos poblacionales y celebradas en Madr
Valencia, Granada y Toledo

PUBLICACION NO

81.

1.2. Metodología Utilizada

La metodología utilizada en esta investigación se corresponde con los objetivos de la misma, en relación con la observación y análisis cualitativo y motivacional de las actitudes del electorado español ante los partidos y líderes políticos.

El universo, pues, está constituido por el electorado español.

Las características propias de la metodología escogida han determinado una flexibilización de los criterios para la selección de las unidades de análisis.

El criterio central ha sido la conformación de una Muestra a partir de la inclusión de estratos significativos desde el punto de vista sociológico.

A tal fin se consideraron las siguientes variables de caracterización:

- Sexo.
- Edad.
- Situación socio-económica.
- Hábitat.

La combinación de algunas de las categorías de estas variables ha generado la definición de doce estratos poblacionales que han conformado doce Grupos de Discusión sobre los cuales se ha trabajado en la tarea de observación y registro de opiniones y en la explicitación de actitudes profundas respecto de los partidos políticos y sus líderes.

Estos doce Grupos tienen la siguiente conformación.

GD 1: Hombres y mujeres, profesionales universitarios, o funcionarios de la Administración o la empresa privada.

GD 2: Mujeres activas, obreras industriales o trabajadoras en los servicios, menores de 35 años.

GD 3: Mujeres activas, obreras industriales o trabajadoras en los servicios, mayores de 35 años.

GD 4: Mujeres inactivas, cuyo cabeza de familia sea profesional, empresario con asalariados, o alto funcionario.

GD 5: Mujeres inactivas, cuyo cabeza de familia sea obrero industrial, o administrativo, o subalterno de la Administración o la empresa privada, menores de 35 años.

GD 6: Mujeres inactivas, cuyo cabeza de familia sea obrero industrial, administrativo o subalterno en la Administración o la empresa privada, mayores de 35 años.

GD 7: Mujeres inactivas, cuyo cabeza de familia sea propietario u obrero agrícola.

GD 8: Hombres menores de 35 años, obreros industriales, administrativos, o subalternos en la Administración o la empresa privada.

GD 9: Hombres mayores de 35 años, obreros industriales, administrativos, o subalternos en la Administración o la empresa privada.

GD 10: Hombres, propietarios agrícolas con asalariados.

GD 11: Hombres, obreros agrícolas, o propietarios sin asalariados.

GD 12: Jóvenes, de 18 a 23 años, trabajadores o estudiantes, hombres y mujeres.

Estos Grupos de Discusión se constituyeron con un mínimo de 6 miembros y un máximo de 10, entre personas que reunieran las características que cada Grupo requería.

El tiempo de discusión normal se situó entre una y dos horas, con la presencia de un Moderador. Las discusiones fueron grabadas íntegramente y transcritas posteriormente con la mayor fidelidad posible en el uso del lenguaje, expresiones e ideas, transcripciones que acompañan el Informe.

La distribución de los distintos Grupos se realizó de la siguiente manera:

LOCALIDAD	IDENTIFICACION DEL GRUPO	NºGRUPOS
Madrid	GD 1, GD 2, GD 4, GD 5, GD 8 y GD 12.	6
Valencia	GD 6 y GD 9.	2
Granada	GD 3	1
Yepes (Toledo)	GD 11	1
Santa Cruz de la Zarza (Toledo)	GD 7	1
Benamaurel (Granada)	GD 10	1
TOTAL		12

La muestra seleccionada no pretende tener una relación de representatividad estadística con el Universo de estudio sino una relación homológica con éste, de acuerdo a la metodología de este estudio.

Las técnicas de discusión grupal aplicadas a los doce Grupos de Discusión se orientaron a la detección y posterior análisis de los móviles, motivaciones, normas y valores que orientan la conducta política de los participantes. Se trata, por tanto, de un "enfoque motivacional" del comportamiento del electorado español a través del cual se pretende hacer converger los dos elementos que el estudio precisa: la observación puramente empírica, y la reflexión teórica, intentando alcanzar con ellos a comprender el sentido y significado últimos de las actitudes políticas del electorado que conforman, en definitiva, la imagen de partidos y líderes.

A pesar de que el objetivo general es la búsqueda de las actitudes generales de los españoles respecto de los partidos y líderes políticos, a la hora de articular las dimensiones y resultados, de hecho se operó fundamentalmente sobre los cuatro principales partidos nacionales del arco parlamentario: UCD, PSOE, PCE y AP. Ello tiene un efecto limitador en el alcance de las impresiones, pero a la vez se consigue una mayor precisión y eficacia para definir y articular líneas de discusión más ricas.

El análisis motivacional con el que se ha trabajado, a la búsqueda de explicaciones del sentido de las conductas políticas, procura estructurar una investigación empírica cuyo valor reside en la complementariedad respecto a investigaciones empíricas de índole cuantitativa. Se trata, pues, de ofrecer una vía explicativa complementaria de los diversos estudios ya existentes

85.

acerca de la imagen de los partidos políticos. En ningún caso podría exigirse al análisis cualitativo un parangón estricto de su alcance explicativo con el de las investigaciones cuantitativas.

Se trata, pues, de estudiar la orientación efectiva (en parte inconsciente) que subyace en la "dinámica profunda de la conducta" del electorado español. Como afirma V. Ibáñez, la "motivación no es un hecho, sino un proceso; no se trata de buscar el factor que pone en marcha el comportamiento -la causa-, sino la ley interior de todo el proceso de comportamiento -el motivo- ("Investigación profunda y motivación", p.p. 81/102, de la obra colectiva "Marketing para publicitarios", editada por el Instituto Nacional de Publicidad, Madrid, 1.969).

Este proceso motivacional se articula en las actitudes políticas vigentes en la situación política española. Y el resultado metodológico subsiguiente es, parafraseando a otro experto de este tipo de análisis, Alfonso Ortí Benlloch, que se obtiene una disposición política por parte del electorado español determinada por las actitudes dominantes del grupo social al que pertenece, y "sobre-determinada" por el proceso motivacional "de proyección afectiva y valorativa, mediante el que un individuo concreto 'vivencia', asumiendo o rechazando" los hábitos políticos y las actitudes que le son inherentes (cfr. "Motivaciones turísticas europeas e imagen turística de España 1.977: un enfoque cualitativo:", en la revista "Estudios Turísticos", nos. 63-64, vol. II, Julio-Diciembre 1.979, Pág. 9).

Se ha tenido bien presente en el estudio que este proceso motivacional se sitúa principalmente en un nivel psico-social fundamental. Ello quiere decir que el análisis, centrado en las Discusiones de Grupo, no ha sido un análisis "motivacional individual";

antes al contrario, dicho proceso motivacional determina las formas ideológicas y los contextos motivacionales que vienen creados por el propio medio social bajo la forma de valores y normas propios de esos grupos sociales de donde se extraen los integantes de los diversos Grupos. El núcleo del análisis cualitativo es, sin duda alguna, más especulativo y por tanto menos "fiable", cuando se aplican criterios de fiabilidad como los usados en las técnicas cuantitativas. Por eso conviene recordar que, además de que este estudio cualitativo cumple funciones complementarias (más o menos limitadas) con respecto a los estudios cuantitativos convencionales, mientras la investigación cuantitativa se fundamenta en el uso de métodos estadísticos para la recogida, análisis y procesamiento de los hechos observables de los comportamientos políticos de los partidos políticos, en la investigación cualitativa se recurre a "métodos de observación e interpretación directa de los mismos hechos de conducta", pero fuera del alcance de la legitimidad estadística que caracteriza al otro sistema: aquí es donde encaja la formación de las llamadas "reuniones o discusiones de grupo", así como "las entrevistas abiertas o en profundidad". O, si se recurre a otra dimensión, se comprueba que el análisis cuantitativo estudia los fenómenos (políticos en este caso) "en extensión"; es decir, buscando las frecuencias que un fenómeno registra dentro de un colectivo, así como las diversas correlaciones que pueden establecer entre los diversos fenómenos observados. El "enfoque cualitativo", por el contrario, estudiará esos mismos fenómenos políticos "en intensidad"; es decir, concentrando sus fuerzas hacia el desentrañamiento de todos los aspectos significativos, alcanzando el mayor nivel de profundidad posible, de una serie de fenómenos o casos elegidos.

Sería conveniente no perder de vista las limitaciones, o imperfecciones del tipo de análisis que aquí se aplicará, al mane

jar en su empeño una muestra que mantiene con el universo una relación homológica, y no representativa como es el caso de los estudios cuantitativos. Junto con aquella perspectiva general que se introduce aquí, sus resultados no son cuantificables, al modo estadístico, y sus enunciados teóricos son siempre discutibles, recogiendo buena parte del subjetivismo analítico que existe en toda investigación en el terreno de lo social. O, con otras palabras, muestra el modelo de análisis cualitativo mayores deficiencias técnicas, una característica imprecisión, un subjetivismo, y, por último, posee unas conclusiones finales que se definen a través de su cuestionabilidad.

Por el contrario, las técnicas cualitativas son capaces de penetrar en las orientaciones motivacionales profundas del comportamiento político, un plano ideal para captar la conformación última del objetivo de la presente investigación: la formación de las imágenes de partidos y líderes políticos. Por todo lo dicho, no es de extrañar que los resultados más superficiales suenen a conocidos, hallados ya como lo son a través de otras investigaciones que utilizaron la vía cuantitativista. No significa esto un fracaso del método que aquí se aplica. Antes bien, se trata de un modesto triunfo, en la medida que, utilizando una vía distinta a la normalmente utilizada, se llega a desentrañar algunas cuestiones de fondo en el tema buscado. Pero, para poder profundizar en esto, habrá que adentrarse en el estudio, y atender a las conclusiones obtenidas con él.