



variables

Per què fallen les enquestes?

vista prèvia >

Les enquestes són una eina cabdal pels investigadors socials. Amb elles podem aproximar-nos als valors, opinions i inquietuds de la ciutadania. Conèixer com són i què pensen les persones. Però sobretot en períodes electorals, des de la política —i des del periodisme— els hi demanem que ens prediguin el futur, oblidant que es tracten d'unes fotografies fetes en un moment determinat i només a una petita part de la població. Una imatge parcial de la realitat que, alhora, es veu alterada pels ulls de qui la mira.



Marc Guinjoan

Polítòleg

marc.guinjoan@uab.cat

Per què fallen les enquestes? Per què les enquestes no són capaces de predir amb exactitud quins seran els resultats electorals en una elecció determinada? Fallen molt o poc les enquestes? I en els darrers anys les enquestes han fallat més que amb anterioritat o és que, simplement, ara donem més importància a les enquestes i per tant, quan fallen, ens hi fixem més? Totes aquestes preguntes i més han estat a l'ordre del dia del debat polític. Casos recents com la victòria de Donald Trump als EUA, el Brexit al Regne Unit o el «no sorpasso» de Podemos al PSOE en les eleccions al Congrés dels Diputats del juny de 2016 han fet avivar més que mai el debat sobre el tema.

Hi ha moltes possibles explicacions de per què les enquestes fallen. De fet, cada enquesta és un món i, en conseqüència, utilitzant un tòpic que en aquest cas es compleix, s'ha d'analitzar cas per cas. Quan, a més a més, no només ens mirem les enquestes per saber què opina la gent sinó per «inferir» resultats electorals —no només els percentatges de vot, sinó també els escons!—, als possibles errors de l'enquesta se li afegeix la subjectivitat del qui l'està tractant.

A continuació, doncs, presentem els principals motius pels quals les enquestes poden no predir adequadament l'estat d'opinió de la població.¹

El marge d'error de les enquestes

La primera de les explicacions per la qual una enquesta pot fallar a ulls de l'opinió pública no és, per si mateixa, un error de la pròpia enquesta sinó més aviat de qui la interpreta. Avui en dia, els periodistes són els principals encarregats d'interpretar les enquestes i, com a tals, busquen titulars sucosos per captar l'atenció del lector. Quantes vegades hem hagut de sentir que un partit determinat en supera un altre «per una dècima de punt», o que un partit cau en les enquestes per haver perdut «mig punt percentual»?

1 D'entre tots els factors que poden explicar per què les enquestes fallen n'hi ha un que, de manera deliberada, deixarem de banda. Es tracta de la claredat i la precisió de les preguntes, la seva ubicació en l'enquesta i del context en el qual es planteja cada pregunta dins de la mateixa. Així, dues mateixes preguntes contextualitzades diferentment, o ubicades en dos punts diferents, o amb un lleuger canvi de redactat o de les categories de resposta poden proporcionar resultats sorprenentment divergents. Per aquest propòsit i per una ampliació dels continguts d'aquest article, veure OPPENHEIM, *Questionnaire design, interviewing, and attitude measurement*.

Les enquestes es basen en el mostreig de la població, de manera que d'acord amb la teoria de la probabilitat, una mostra d'una mida determinada extreta de manera aleatòria d'una població, tindrà les mateixes característiques que la població amb un error mostral que és conegut i que serà decreixent a mesura que incrementem el nombre d'enquestats. En altres paraules, si nosaltres agafem aleatòriament un grup d'individus d'entre la població, les respostes que aquestes persones ens donin hauran d'aproximar-se al valor real de tota la població. Finalment, el valor del sondeig serà més semblant al valor real a mesura que incrementem el nombre de persones enquestades.

Per avaluar la precisió de la nostra mostra —en comparació amb el valor real de la població— utilitzem el conegut com a «marge d'error». El marge d'error no deixa de ser un error que sorgeix a causa d'observar tan sols una mostra de la població i que es planteja en base a nivells de confiança. Així doncs, és habitual sentir que una enquesta té un marge d'error del $\pm 3\%$, amb un nivell de confiança del 95%. Això vol dir que, en 19 de cada 20 enquestes que féssim —és a dir,

Els periodistes són els principals encarregats d'interpretar les enquestes i, com a tals, busquen titulars sucosos per captar l'atenció del lector

en el 95% de les enquestes— el valor real de la població estaria comprès entre tres punts per sobre o per sota del valor obtingut en la nostra enquesta. Per exemple, si en una enquesta ens surt que el suport a una determinada política pública és del 50% a favor i la resta en contra, si el marge d'error és el $\pm 3\%$ podem saber que el valor real de suport a aquella política pública entre la població, en el 95% dels casos, estarà entre el 47% i el 53%. Tot i que el marge de confiança habitual amb el que es treballa és del 95%, si volem proporcionar un marge de confiança superior podem emprar el 99%. En aquest cas, sabem que un marge d'error de $\pm 3\%$ al 95% equivaldrà a un marge d'error —aproximat— del $\pm 4\%$, amb un nivell de confiança del 99%. És a dir, que en 99 de cada 100 enquestes que fem la mitjana en el suport a la política pública estarà entre el 46% i el 54%.

I de què depèn el marge d'error? Doncs únicament del nombre d'enquestats. Com més persones tinguem en una enquesta, més petit serà el marge d'error. El gràfic 1 mostra com, a mesura que augmentem el nombre d'enquestats —eix horitzontal— el marge d'error disminueix —eix vertical.

Així doncs, el primer problema pel que pot fallar una enquesta és simplement per una mala interpretació de la mateixa. Distàncies entre dues opinions —ja sigui el suport a una política pública, a un partit polític o el vot en un referèndum— més petites que el marge d'error de l'enquesta no es poden interpretar com a distàncies «estadísticament significatives» i, per tant, qualsevol conclusió que en traiem serà simplement una mala interpretació de l'enquesta.

Ara bé, les enquestes fallen molt més enllà de la mala interpretació dels marges d'error estadístics. Per què? Endinsem-nos doncs en els motius de fons «reals» de per què les enquestes poden no predir adequadament l'opinió pública.

Problemes amb el mostreig

El primer dels problemes substancials en el disseny de les enquestes que explica per què la demoscòpia falla és la falta de coincidència entre la «mostra» i la «població», és a dir, entre els nostres enquestats i el conjunt de persones sobre les que volem fer-ne inferència. Aquest és un problema molt comú en les enques-

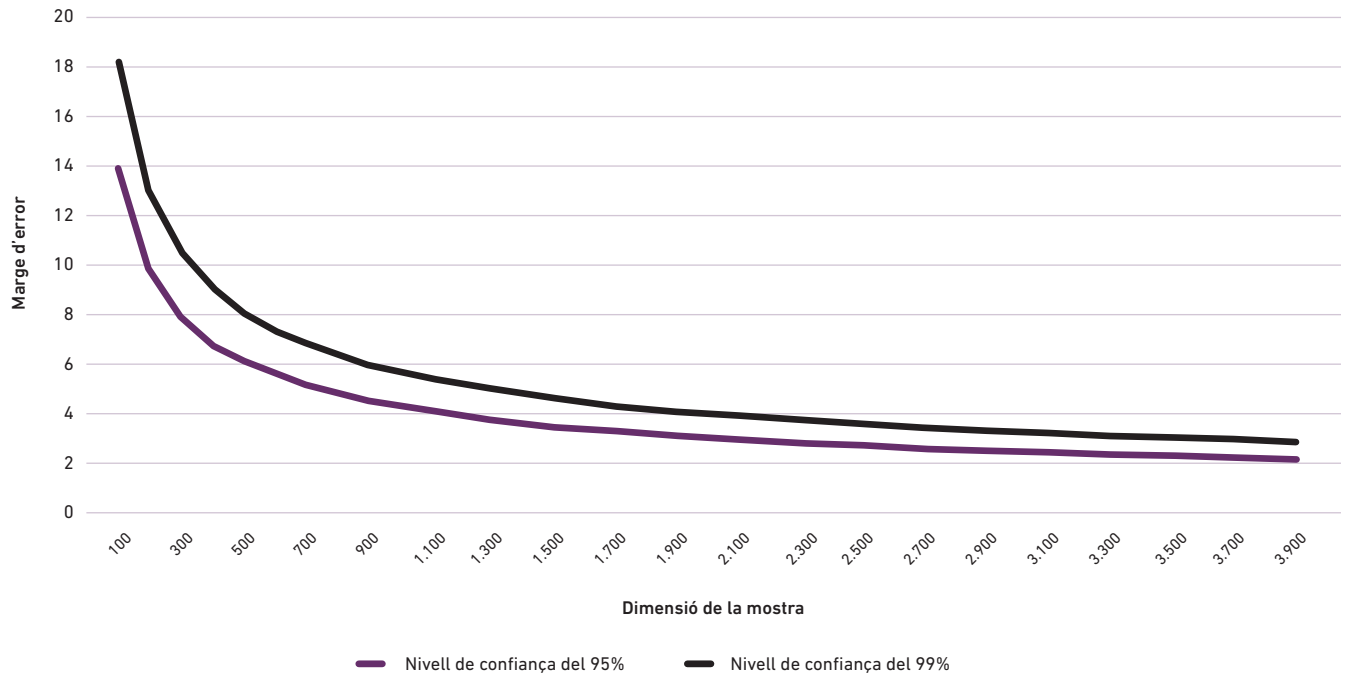
tes i que s'explica per la dificultat d'arribar a determinats col·lectius. Les enquestes que fem habitualment al nostre país es basen en una mostra aleatòria de persones que, esperem, es corresponguin amb la població. L'objectiu és que el sondeig sigui un petit univers de la població. Tanmateix, és igual de probable que ens respongui a una enquesta sobre qüestions polítiques una persona que té molt d'interès per la política que una altra que no en té gens? La resposta és, com ens podem imaginar, que no: la persona que té molt d'interès per la política tindrà una major predisposició a respondre l'enquesta que no pas la que no en té.

Així doncs, si no introduïm cap tipus de control sobre «qui» respon, la nostra enquesta estarà sobrerrepresentant els interessats en la política. De fet, sobrerrepresentar aquests individus en realitat no comportaria un contratemps molt important, de no ser que aquests mateixos individus molt interessats per la política «també» tinguessin altres característiques comunes que els diferenciessin dels que estan poc interessats en la política. I, desafortunadament per nosaltres, això és així. En efecte, els

El marge d'error no deixa de ser un error que sorgeix a causa d'observar tan sols una mostra de la població i que es planteja en base a nivells de confiança

Gràfic 1

Marge d'error i dimensió de la mostra



Font: Elaboració pròpia.

poc interessats en política són, habitualment, les persones amb menys estudis i amb menys ingressos. Com es pot imaginar el lector, aquest ja és un problema major perquè ara el que ens està passant és que estem sobrerrepresentant la gent amb més ingressos i més estudis que, per la

seva banda, tenen unes opinions i un comportament electoral diferenciat de les persones amb menys recursos.

Una segona problemàtica que haurèm d'afrontar al moment de dur a terme una enquesta és el tenir en compte quina és la probabilitat de

contactar cada grup d'individus. En efecte, hi ha alguns perfils de persones que són més fàcilment contactables que d'altres. Això depèn, primordialment, del mètode d'enquesta que fem:² si fem una enquesta pre-

² LEEUW, «Choosing the method of data collection».

De què depèn el marge d'error? Doncs únicament del nombre d'enquestats. Com més persones tinguem en una enquesta, més petit serà el marge d'error

Taula 1
Exemple del nombre de persones que haurien de respondre en cada categoria en una enquesta per quotes

	Estudis primaris		Estudis secundaris		U Estudis universitaris		Total
	Homes	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones	
Joves	25	25	19	19	19	19	126
Mitjana edat	45	45	34	34	34	34	226
Edat avançada	30	30	23	23	23	23	152
Total	100	100	76	76	76	76	504

Font: Elaboració pròpia

sencial —cara a cara— les persones d’edat avançada són les que estan més temps a casa i, per tant, seran les més fàcils de contactar; per contra, amb la gent jove i amb les persones que treballen és més complicat de posar-s’hi en contacte. De manera similar, si l’enquesta és telefònica ens trobarem que hi ha moltes persones —joves— que no tenen telèfon fix, mentre que les enquestes via telèfon mòbil són poc exitoses. Finalment, les enquestes per internet, tot i que són molt més econòmiques, a hores d’ara arriben a uns segments de la població molt específics, sobrerrepresenten les persones amb estudis, exclouen pràcticament de manera total les persones d’edat avançada i tendeixen a fer augmentar el per-

centatge que no respon o que respon «No ho sap/No contesta».³

Per evitar els problemes derivats de «qui ens» vol respondre i a «qui podem» contactar, el que es fa habitualment és posar «quotes» de resposta, és a dir, determinar «quantes» persones de cada perfil ens han de respondre. Per simplificar-ne la comprensió, assumim que volem dur a terme una enquesta presencial —d’aproximadament— 500 individus que sigui representativa de la nostra societat. Per aquest propòsit hi inclourem un 25% de persones joves, un 45% de

persones adultes i un 30% de persones d’edat avançada. Així mateix, també volem que hi hagi un 40% de persones amb estudis primaris, 30% de secundaris i 30% d’universitaris. Finalment, pretenem que la meitat siguin homes i l’altra meitat dones.

Si volem que aquestes quotes es compleixin a la perfecció, el que haurem de fer serà distribuir les 500 persones de manera homogènia d’acord amb els criteris establerts prèviament. La taula 1 mostra quantes persones hauríem d’incloure en cada categoria —en aquest cas, com que arrodonim els valors decimals, ens surten 504 persones. Com el lector es pot imaginar, com més criteris de quota establim, més difícil serà complir-les —i més cara serà l’enquesta. Per exemple, en aquest cas haurem de fer 34 entrevistes a homes amb estudis universitaris i d’edat mitjana —un grup difícilment accessible en enquestes presencials. Evidentment, si per contra només establim una o dues quotes aconseguir enquestats serà més senzill.

L’ocultació de les preferències

Un segon problema substantiu amb el que ens trobem habitualment en

Distàncies entre dues opinions més petites que el marge d'error de l'enquesta no es poden interpretar com a distàncies «estadísticament significatives»

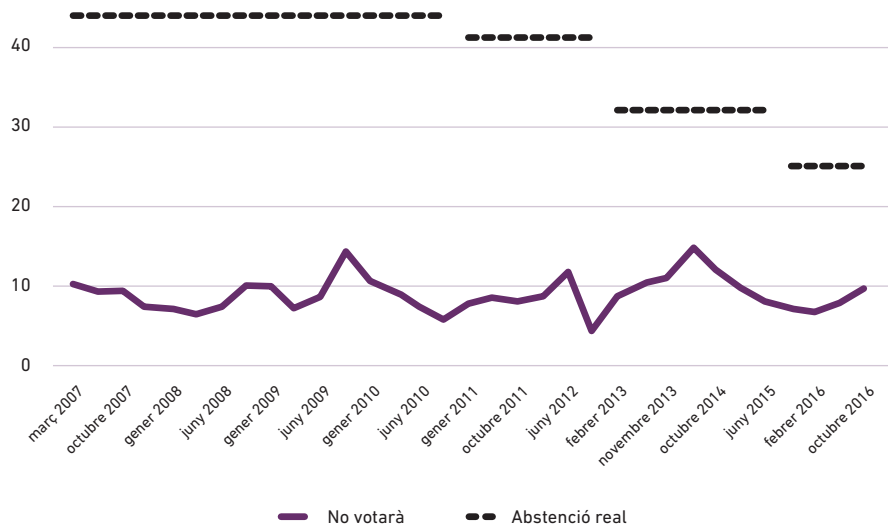
les enquestes és l'ocultació de les preferències o del comportaments dels individus. En efecte, la demoscòpia ja ha mostrat des de fa anys que la gent no sempre fa públics els seus comportaments —passats o futurs— a les enquestes. Tanmateix, l'ocultació de les preferències no seria un problema per si mateix molt rellevant si aquesta estigués distribuïda homogeniament entre les diferents opcions polítiques. En aquest cas, hi hauria una ocultació sistemàtica de preferències que beneficiaria els indecisos però les inferències sobre uns hipotètics resultats electorals o sobre el suport a una política pública puntual serien igualment vàlids.

Desafortunadament, això no és així. I és que l'ocultació de les preferències es dona sobre unes preferències polítiques específiques i no sobre d'altres, cosa que té conseqüències sobre l'estimació del suport a una política pública, a una preferència o al suport electoral.⁴ El fenomen ha estat ben definit per la literatura acadèmica, que ha mostrat que els

⁴ WOODBERRY, «When Surveys Lie and People Tell the Truth: How Surveys Oversample Church Attenders».

Gràfic 2

Intenció d'abstenir-se en les enquestes i abstenció real a les eleccions del Parlament, 2007-2016 (%)



Font: Baròmetres d'Opinió Pública del CEO, 2007-2016.

enquestats tendeixen a respondre les preguntes de tal manera que aquestes seran vistes favorablement pels altres. Això és el que es coneix en la literatura especialitzada com a «desitjabilitat social».⁵

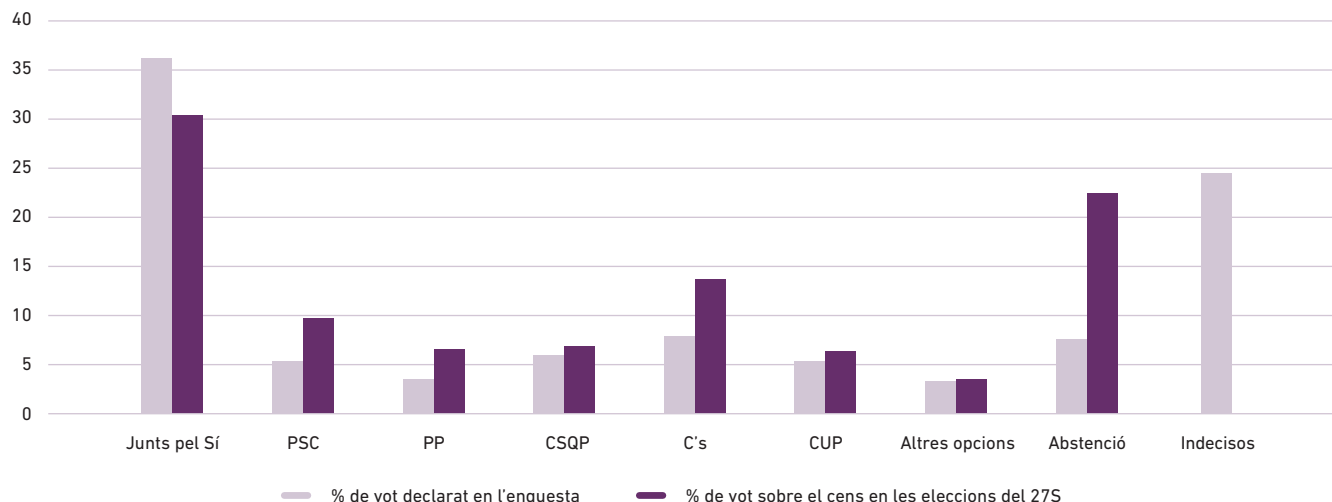
⁵ Veure, per exemple: PHILLIPS i CLANCY, «Some Effects of "Social Desirability" in Survey Studies»; i PAULHUS, «Two-component models of socially desirable responding.».

L'ocultació de les preferències afecta, si ens fixem en el comportament electoral en unes eleccions, tant a la probabilitat de votar com al suport a determinats partits polítics. El gràfic 2 utilitza dades dels Baròmetre d'Opinió Política del CEO del 2007 fins el 2016 per mostrar el diferencial entre la intenció de no votar en les properes eleccions al Parlament de Catalunya i l'abstenció registrada finalment. Com

El primer dels problemes de les enquestes és la falta de coincidència entre la «mostra» i la «població», és a dir, entre els enquestats i el conjunt de persones sobre els que volem fer-ne inferència

Gràfic 3

Intenció de vot declarada en les enquestes i resultats electorals registrats en les eleccions del 27S de 2015 (%)



Font: Enquesta preelectoral del CIS núm. 3.108 per a les eleccions al Parlament de Catalunya, 2015, i Departament de Governació de la Generalitat.

es pot comprovar, la intenció de no votar no està en absolut relacionada amb la participació definitiva registrada a les eleccions al Parlament.

De manera similar, el gràfic 3 utilitza dades de l'enquesta preelectoral del CIS per les eleccions al Parlament de Catalunya de 27 de setembre de 2015 per mostrar la intenció de vot directe en enquesta per cada partit, així com els resultats electorals que finalment —sobre el total del cens—

es van obtenir. Les dades ens mostren com, tot i que a un mes de les eleccions —l'enquesta es va fer entre el 30 d'agost i el 4 de setembre— un de cada quatre votants encara estava indecís sobre el partit que votaria —columna de més a la dreta—, la coalició Junts pel Sí obtenia un percentatge de vot directe fins i tot major que el que va acabar obtenint. Més enllà d'aquest fet, força inusual, observem com hi ha determinats partits que registren una intenció de

vot directe en l'enquesta de tan sols el 50% dels vots finalment obtinguts. En el cas del PSC i de C's, que habitualment també tendeixen a registrar ocultació de vot, en aquestes eleccions la ràtio va ser específicament elevada.

4. Els indecisos i els *late-deciders*

Un tercer argument substantiu pel que les enquestes poden fallar fa referència a la presència de persones

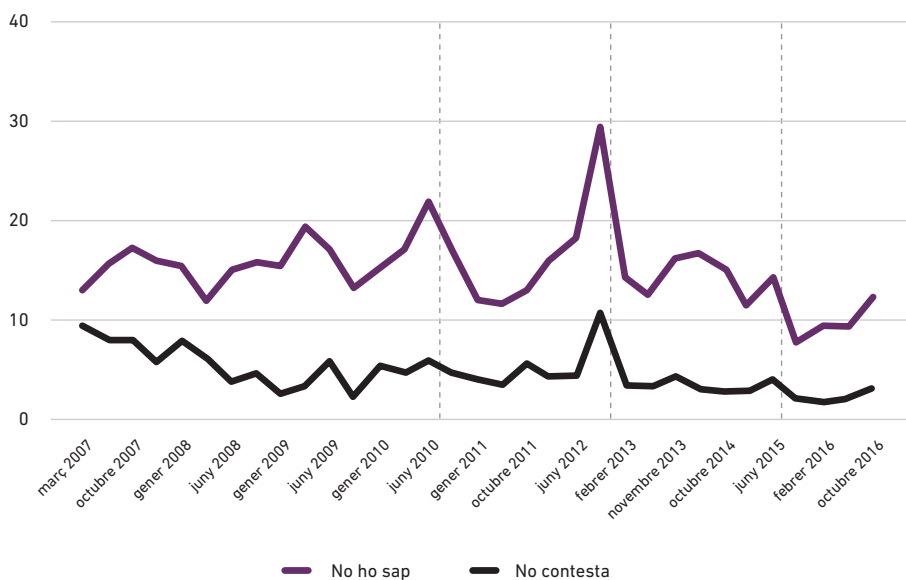
Si fem una enquesta presencial, les persones d'edat avançada són les que estan més temps a casa i, per tant, seran les més fàcils de contactar. Si la fem per internet, sobrerrepresentem les persones amb estudis

que no han decidit el seu vot o que no tenen una preferència formada sobre una política pública en el moment en el que es fa l'enquesta. En aquest cas, doncs, no es tracta d'un problema atribuïble a l'enquesta sinó més aviat a una circumstància cada cop més comuna: la gent cada cop té preferències més volàtils i decideix el seu vot més tard.⁶

Per veure fins a quin punt la presència d'indecisos i de persones que decideixen tard el seu vot —els anomenats *late-deciders*— és un factor rellevant al moment d'analitzar enquestes, emprarem dades dels Baròmetres d'Opinió Pública del CEO des de 2007 a 2016. El gràfic 4 mostra el percentatge de persones que no saben a quin partit votarien en unes suposades properes eleccions al Parlament de Catalunya —hi hem inclòs també el percentatge de persones que no contesten perquè en bona part també són indecisos. Les línies discontinues verticals de la figura ens assenyalen el moment en el que es van celebrar les eleccions al Parlament. Sorprenentment,

Gràfic 4

Percentatge d'indecisos de cara a unes futures eleccions al Parlament, 2007-2016 (%)



Font: Baròmetres d'Opinió Pública del CEO, 2007-2016.

podem veure com el percentatge de persones que no saben a quin partit votarien es manté relativament estable entre el 15 i el 20% quan falta temps per celebrar les eleccions, però es veu incrementat en època electoral.⁷

I, quan decideix, doncs, la gent el seu vot? Per respondre aquesta pregunta utilitzarem dades de l'enquesta via internet que el projecte internacional «Making Electoral Democracy Work»⁸

telefònics per passar a ser presencials, disminuint així el nombre de persones que no responen a les preguntes.

6 DALTON, MACALLISTER i WATTENBERG, «The consequences of partisan dealignment».

7 A partir del 2014 el percentatge d'indecisos decreix perquè els baròmetres del CEO deixen de ser

8 Informació del projecte a BLAIS, «Making electoral democracy work» i <<http://electoraldemocracy.com>>.

Si l'enquesta és telefònica ens trobarem que hi ha moltes persones —joves— que no tenen telèfon fix, mentre que les enquestes via telèfon mòbil són poc exitoses

va fer per les eleccions al Parlament de Catalunya de 2012. Els resultats ens mostren com un 53% dels enquestats havia decidit el seu vot uns quants mesos abans de les eleccions mentre que un 22% ho va fer unes quantes setmanes abans. Tanmateix, un 15% no va decidir el seu vot fins uns dies abans de les eleccions i un 8% ho va fer el mateix dia de votacions. Si ens hi fixem, aquest percentatge és força similar al 25% d'individus que al gràfic 4 manifestaven que no sabien a qui votarien abans de les eleccions de 2012.

La precisió estadística en entorns complexos

L'últim dels arguments pels quals les enquestes poden fallar ens retorna al primer dels apartats dels que hem estat parlant, que feia referència a la precisió estadística i a l'existència, sovint oblidada, d'un marge d'error. Aquest factor té una incidència específica sobre el que és l'estimació del percentatge de vot i d'escons que cada partit obtindrà en unes futures eleccions.

Com bé sabem, la gran majoria de sistemes electorals existents al

món reparteixen els diputats dels respectius parlaments a través de districtes. Això vol dir que el que compta al moment de fer els càlculs de distribució dels escons no és el percentatge de vots que el partit ha aconseguit en el global del territori sinó el percentatge que ha obtingut en cadascuna de les circumscripcions que reparteixen diputats. En conseqüència, per fer estimacions correctes del nombre de diputats que cada partit obtindrà caldrà que disposem del percentatge de vot al partit en cada circumscripció. I per tant, el marge d'error de l'enquesta del que parlàvem al començament del capítol, quan fem estimacions de diputats, ja no aplica en el global del territori que estem estudiant en l'enquesta sinó que ho fa en el nivell del districte. Evidentment, no cal dir que si repartim els escons en únicament quatre circumscripcions com en el cas de les eleccions al Parlament de Catalunya, el nombre d'enquestats que podrem tenir en cada circumscripció és molt superior al que, posem pel cas, la mateixa enquesta tindria si ens estiguéssim centrant en les eleccions al Congrés dels Diputats espanyol, on els diputats es reparteixen en 52 circumscripcions.

Per clarificar les coses, posem un exemple pràctic. Imaginem-nos que tenim una enquesta amb la intenció de vot a les eleccions al Parlament de 800 persones —aquesta és la dimensió habitual de les enquestes que encarreguen els mitjans de comunicació. Catalunya es divideix en quatre circumscripcions de diferent dimensió, de manera que és raonable pensar que el nombre d'enquestats a Barcelona —que reparteix 85 dels 135 diputats al Parlament— serà superior al de, per exemple, Lleida, que només en reparteix quinze. Quantes enquestes, doncs, hem de fer a Lleida? D'acord amb el seu cens electoral —el 5,7% del total de Catalunya— n'hi tocarien 46, mentre que si ens fixem amb el nombre de diputats que escull —l'11,1%— n'hi tocarien 89. Ara bé, fins i tot si finalment en fem un centenar, el marge d'error és del $\pm 14\%$. A això se li afegeix el nombre de partits amb opció d'aconseguir representació. En el cas de Lleida, el 2015 n'eren fins a cinc, amb els dos darrers partits, la CUP i el PP, que finalment van obtenir el 8% i el 7% de vots respectivament. Sobre 100 vots, això són tan sols vuit i set persones —i sense tenir en compte l'ocultació de vot que hem vist que afecta el PP de manera seve-

Els enquestats tendeixen a donar respostes que seran vistes favorablement pels altres. Això és el que es coneix com a «desitjabilitat social»

ra. Amb la mida d'aquesta enquesta, per tant, estimar si el PP a Lleida obtindrà representació és quasi una quimera i, finalment, el que s'acaba fent és recórrer als resultats històrics per fer-ne una estimació.

Es pot imaginar el lector que si traslladem aquest mateix escenari al Congrés dels Diputats, on hi ha 52 circumscripcions, el problema s'agreuja. Assumim, en primer lloc, que en les circumscripcions d'un, dos i tres diputats ja no s'hi fa cap enquesta i que s'assignen els representants segons resultats passats, de manera que començarem a fer estimacions a partir de les circumscripcions amb quatre diputats. Agafem, per exemple, La Rioja, el cens electoral de la qual representa el 0,67% del total de l'Estat. En una enquesta de 800 persones li pertoquen cinc enquestats, amb el seu corresponent marge d'error del $\pm 62\%$. Evidentment, saber si el darrer escó l'obtindrà un partit o un altre ja no és una quimera sinó que és absolutament impossible.

Conclusions

En aquest capítol hem analitzat els principals motius pels quals pot

fallar una enquesta. D'entre els cinc factors que hem presentat, dos estan relacionats amb qüestions que afecten directament l'enquesta, dos més amb la interpretació que se'n fa *expost* per part de les persones que les analitzen i un darrer problema està relacionat amb la pròpia naturalesa del comportament electoral.

Si ens referim, en primer lloc, als elements que afecten directament l'enquesta, veiem com el mostreig de la mateixa pot resultar fàcilment no representatiu de la població subjecte d'estudi. Això pot ser, per una banda, perquè tenim un biaix en els qui responen l'enquesta en favor de persones més interessades en política; però també pot ser perquè hi ha determinats col·lectius que són difícilment accessibles —els treballadors en les enquestes presencials, els joves en les enquestes telefòniques, o la gent d'edat avançada en les enquestes per internet. Per altra banda, les enquestes fallen perquè les persones oculten la seva propensió a votar —sobrestimant-la— i perquè en funció de la seva preferència política seran més o menys refractaris a fer-la pública. Així, per exemple, hem vist que hi ha

molt de vot ocult en les enquestes entre els potencials votants del PP.

En segon lloc, parem atenció a les interpretacions que es fan de les enquestes. En aquest cas també hi ha dos errors fonamentals que els analistes cometen. El primer d'ells consisteix a donar categoria de canvi substantiu a petits canvis que, des d'un punt de vista estadístic, no són significatius. Hem de recordar que, per exemple, una enquesta de 1.000 persones té un marge d'error del $\pm 4,4\%$ i una de 2.500 del $\pm 2,8\%$. Distàncies entre dues preferències menors a aquest marge no es poden considerar com a canvis substantius. Molt lligat amb aquest punt, hem acabat el capítol advertint sobre la dificultat de fer estimacions d'escons en sistemes electorals amb diversos districtes. En aquest cas, com més districtes tinguem, més complicat serà determinar quants diputats obtindrà cada partit en cada circumscripció donat que el nombre d'enquestats pot resultar extremadament petit i, en conseqüència, el marge d'error molt gran.

Finalment, hem mostrat com les enquestes poden fallar per la pròpia

Com més districtes, més complicat és determinar quants diputats tindrà cada partit en cada circumscripció donat que el nombre d'enquestats pot ser extremadament petit i el marge d'error molt gran

naturalesa del comportament social. En efecte, entre el 20 i el 25% de la població no acaba de definir el seu vot fins uns dies abans de les eleccions o fins i tot el mateix dia. Més enllà de les possibles tècniques que puguem utilitzar des de la Ciència Política per corregir aquesta incertesa i atribuir a cada individu un vot, el cert és que aquesta indefinició afegeix un component addicional que ens explica per què no sempre les enquestes encerten els resultats.

En definitiva, les enquestes ens donen eines per entendre la realitat i analitzar-la. Hi ha diversos elements que contribueixen a que una enquesta sigui més o menys fiable. Entre ells, cal destacar un bon mètode de recollida de dades —el presencial és el que dona més bons resultats—, un nombre d'enquestats suficient pel propòsit que ens plantejem, una selecció acurada dels perfils d'individus que ens han de respondre, preguntes clares i precises, i un bon tractament de les dades obtingudes, tenint sempre en compte els principis estadístics bàsics. Tot això i evidentment, un bon pressupost. Les enquestes bones són cares i no ens ha d'estranyar que siguin els treballs

encarregats pels instituts públics de demoscòpia —com el CEO o el CIS— els que tenen una major fiabilitat: sabem el que pregunten, com ho pregunten, i a quantes persones i a qui ho fan.

Amb tot, però, res d'això serà suficient per garantir que la interpretació posterior que se'n faci compleixi els estàndards desitjats. D'això ja només en dependrà que entre tots fem bona pedagogia a mitjans de comunicació, analistes i opinadors. ■

■ Bibliografia

BLAIS, André. «Making electoral democracy work». A *Electoral Studies*, núm. 29 (1), p. 169-170, 2010.

DALTON, Russell J., MACALLISTER, Iain i WATTENBERG, Martin P. «The consequences of partisan dealignment». A DALTON, Russell J., MACALLISTER, Iain i WATTENBERG, Martin P. *Parties without partisans: Political change in advanced industrial democracies*, p. 37-63. Oxford: Oxford University Press, 2000.

HEERWERG, Dirk i LOOSVELDT, Geert. «Face-to-face versus web surveying in a high-internet-coverage population: Differences in response quality». A *Public Opinion Quarterly*, núm. 72 (5), p. 836-846, 2008.

LEEuw, Edith D. «Choosing the method of data collection». A *International handbook of survey methodology*, p. 113-135, 2008.

OPPENHEIM, Abraham Naftali. *Questionnaire design, interviewing, and attitude measurement*. Londres: Continuum, 2000.

PAULHUS, Delroy L. «Two-component models of socially desirable responding». A *Journal of Personality and Social Psychology*, núm. 46 (3), p. 598-609, 1984.

PHILLIPS, Derek L. i CLANCY, Kevin J. «Some Effects of "Social Desirability" in Survey Studies». A *American Journal of Sociology*, núm. 77 (5), p. 921, 1972.

WOODBERRY, Robert D. «When Surveys Lie and People Tell the Truth: How Surveys Oversample Church Attenders». A *American Sociological Review*, núm. 63 (1), p. 119-22, 1998.

Exposició itinerant

1837-1977

EL VALENCIANISME REPUBLICÀ

Més informació
www.irla.cat/expovalencianisme

FUNDACIÓ



JOSEP IRLA