

# *Sobre los límites de validez de los sondeos*<sup>1</sup>

MANUEL PERIÁÑEZ

IPSHA (Interventios Psychosociologiques et Sciences Humaines Appliqués)  
París

## 1. INTRODUCCIÓN

La controversia, ya vieja, sobre la bondad o la maldad intrínseca de los sondeos debería, sin lugar a duda, estar cerrada después de tanto tiempo si éstos, que permiten con frecuencia estudios pertinentes y de calidad, no llevaran a veces —es necesario confesarlo— a análisis banales e incorrectos, e incluso a análisis voluntariamente deformados. Si el éxito del método le asegura cada vez más un dominio tan vasto como múltiple, a veces parece conducir, en el ámbito de las ciencias sociales, al equivalente de los errores terapéuticos en el ámbito médico: ciertos gobernantes no conocen otra técnica, y los institutos de sondeo no rechazan contratos que dan lugar (y bien que lo saben) a errores debidos a la herramienta. Numerosos asuntos, de hecho, no pueden ser válidamente explorados por este método rápido y simple. Los sondeos tienen sus límites de validez, su campo de aplicación óptima... y sus contraindicaciones.

Tomemos el ejemplo de los estudios sobre las molestias debidas al ruido. Cuando se pasa revista a los realizados en Francia en los últimos veinte años, uno encuentra un secreto que les concierne, secreto que ha sido tan bien guardado sólo por lo decisivo que es. Se trata de la alianza del investigador con la demanda política y tecnocrática. Aparentemente es simple: las gentes se querellan debido al ruido, ¡hay que hacer algo! Digamos, de entrada, que esta demanda es perfectamente legítima en los casos de «patología acústica»: proximidad de aviones,

---

<sup>1</sup> Versión traducida, con alguna ligera modificación autorizada por el autor, de la intervención de M. Perriáñez en las jornadas STE (Société, Technique et Environnement) celebradas en mayo de 1996 en Créteil titulada «Limite de validité des sondages en sciences sociales». La versión original se encuentra en <http://multimania.com/mpzga>. (Traducción de Antonio Vallejos.)

carreteras, obras, etc. Pero estas situaciones, que exigen absoluta urgencia, son muy minoritarias en Francia, aun cuando cada vez vayan quedando menos viviendas donde no se oiga un motor: incluso huyendo a lo alto del 'Aiguille du Midi' se oye el diesel de un equipo electrógeno, que, por otra parte, se olvida ante el paisaje. De hecho, el 80% de los asuntos de ruido que llegan a los tribunales conciernen a niveles sonoros medios: es la significación de estos ruidos lo que los hace insoportables. Y eso es subjetivo. Nuestro problema es, por lo tanto, psicológico antes que acústico.

La alianza que mencionamos es la de los investigadores con la ideología dominante sobre el tema del ruido, según la cual el ruido sería malo por naturaleza y constituiría un grave problema para la sociedad. Los sondeos hacen aparecer con cierta regularidad el ruido como ¡«la preocupación número uno de los franceses»! Los políticos prestan atención. Ahora bien, estos sondeos están sesgados, puesto que el ruido posee unas cualidades psicossociológicas específicas que lo hacen altamente inaccesible a este método de cuantificación. Estas cualidades convierten el ámbito del ruido en un cómodo exutorio proyectivo para toda insatisfacción, tanto de origen social como personal: ésta es la genuina capacidad del ruido para facilitar un dócil chivo expiatorio.

Es, por lo tanto, algo elemental al realizar un estudio sociológico sobre el ruido establecer de antemano si la persona que responde a las cuestiones vive personalmente una situación favorable o desfavorable. Porque las personas «que van bien» encajan, de hecho, sin parpadear contextos sonoros declarados inaceptables, tanto en el orden de los decibelios como en el de las significaciones de lo que se oye, por los que van menos bien. El verdadero problema en el estudio sociológico del ruido está pues en distinguir junto a la gente con buena salud según la famosa definición de la OMS (aquellos con una perfecta salud física, psíquica y social...) a los que acaban querellándose —y que, claro está, existen—: no teniendo necesidad de recurrir al ruido ¡como chivo expiatorio, sólo los primeros están en condiciones de escapar parcialmente a la ideología. Ahora bien, los sondeos no se preocupan de la personalidad de las personas interrogadas, ni de su bienestar o malestar actual, puesto que deben hacerse deprisa y cuentan con la ley de los grandes números para nivelar estadísticamente todas estas diferencias. No recogiendo los sondeos datos suficientes para establecer correlaciones necesarias al objeto de estudio, su única ambición ha sido siempre establecer «una instantánea de la opinión pública».

Existe en nuestros días una abundante literatura científica sobre los sondeos. Sólo los problemas de la elección de los individuos destinados a formar parte de una muestra, los de la formulación de las preguntas y su orden de colocación, así como los de la utilización de los resultados de un sondeo son ya por sí mismos bastante complejos.

Un ejemplo, breve pero rotundo, que pone claramente de manifiesto el problema de la inducción de las respuestas por la sola formulación de las preguntas lo da Yvonne Bernard (Bernard y Segaud, 1991: 13). En 1982 la SOFRES publicó dos sondeos con dos meses de intervalo. En *Express* la cuestión que aparecía era: «*Para usted y su familia, ¿cuáles son las preocupaciones más importantes en el momento actual?*». 'La inseguridad' quedaba en último lugar

con solamente un 6% de respuestas. En *Le Parisien*, la cuestión había aparecido de manera diferente: «Entre los problemas siguientes, ¿cuáles son los dos que más le preocupan a usted?». A continuación se presentaba una serie de problemas como 'el paro', 'la salud'... , apareciendo en último lugar 'la inseguridad', que aquí quedaba a la cabeza, ¡con un 56% de respuestas!

Otro ejemplo. En un trabajo reciente sobre el tema del ruido para la Dirección de la Construction (Periáñez, 1992), nosotros mismos hemos tenido en cuenta numerosos sondeos aparecidos en la prensa que presentan 'el ruido' como «el problema número uno de los franceses». Ahora bien, estos sondeos proponen a las personas interrogadas, como el segundo citado por Yvonne Bernard, una lista de problemas entre los cuales elegir... En las entrevistas libres donde se ha introducido el tema de «los problemas más importantes en el momento actual», sin inducir nada, 'el ruido' no era mencionado casi en ninguna ocasión, y, si lo era, únicamente en zonas habitadas muy ruidosas objetivamente.

Otra cuestión es que la práctica de la audiometría, es decir, la medida de la audiencia de los diferentes programas de televisión (y de la publicidad que las acompaña) ha dado lugar en muy pocos años a una nivelación por lo bajo (en lo que a calidad se refiere) de todos los programas y a la práctica desaparición de la financiación destinada a producciones de calidad: las subvenciones a la cadena ARTE eran regularmente rebajadas a causa del audímetro.

La publicación mediática de los sondeos ha transformado a éstos en un nuevo y central elemento del juego político.

El sondeo electoral constituye la vitrina, el escaparate de la investigación por sondeo: es ahí donde el método prueba su exactitud relativa, de donde extrae prestigio de cara a los clientes comerciales, puesto que sólo ahí el sondeo es seguido por el voto real, lo que permite una verificación inmediata. Un margen de error del 3% en un muestreo por cuotas, que en otras ocasiones parece tan leve, es, sin embargo, muy mal tolerado por la clase política. Los sondeadores franceses utilizan coeficientes de ponderación para las previsiones de voto que se elaboran basándose en las diferencias entre los anteriores sondeos y los resultados electorales reales; estos coeficientes tienen por finalidad redistribuir la 'no respuesta' de los sondeos preelectorales, ya que éstos siempre presentan un déficit de respuestas en relación con los votos reales que se producen en las elecciones (llegando así a producir efectos en la inhibición de respuestas políticas de rechazo electoral). Esta práctica supone una estabilidad de las relaciones ideológicas y políticas entre una y otra elección, lo que no siempre es cierto, sobre todo cuando se produce una evolución de la opinión. Se produce, por lo tanto, una paradoja: los sondeos miden y predicen tanto más finamente la opinión ¡cuanto más estable queda ésta al paso de los años!

El problema ético, muy raramente planteado, ya que es confundido con un problema técnico, no es sino el de la pseudo-democracia que la sondeomanía actual ha acabado por imponer en la conciencia colectiva desplazando a la verdadera (la del voto real de los ciudadanos). El hecho de que un grupo importante escape siempre a los sondeos, el grupo de individuos que los rechazan por principio, hace que 'la colectividad de ciudadanos' se encuentre reducida al segmento

social que los acepta, segmento que produce la pretendida «opinión pública». No se trata aquí de personas que responden que «no saben» a los encuestadores, es decir, no se trata del grupo de los «indecisos» (que plantea ya un problema interesante: el de la autenticidad de los indecisos frente a los que se adscriben ciegamente a lo convencional de las respuestas precodificadas), más bien se trata del grupo de personas que se encuentra todavía más allá de esta posición, que rechazan toda participación en un sondeo. Así pues, por definición, no se sabe nada sobre las gentes que rechazan los sondeos. Puede ser, y es la apuesta de los sondeadores, que se distribuyan aleatoriamente entre la población global, pero nada lo prueba, y es perfectamente posible que el grupo que rechaza los sondeos constituya un grupo socialmente coherente, teniendo importantes variables sociológicas o psicosociológicas en común, lo que hace que una o varias familias de opiniones tan aceptables como las otras ¡no sean jamás observadas por este instrumento! Hay pues un «agujero negro» en la pretendida opinión pública. En este caso, todos los sondeos son siempre falsos o por lo menos sólo válidos en tanto que «fotografía de la opinión» de, únicamente, los grupos sociales que aceptan los sondeos... Se consideraba, después de mayo del 68, que los sondeos daban la palabra a la «mayoría silenciosa», pero ignoraban una minoría todavía más silenciosa.

Pierre Bourdieu, en un brillante texto de 1973 sobre este tema (Bourdieu, 1973), adelantaba en el preámbulo su negativa a condenar los sondeos, porque *«pueden ser útiles a las ciencias sociales, a condición de ser tratados de manera rigurosa»*. Y seguidamente enunciaba tres postulados implícitos en los sondeos:

- 1) Las encuestas de opinión suponen que todo el mundo puede tener una opinión, que la producción de una opinión está al alcance de todos. Bourdieu rechaza este primer postulado.
- 2) Se supone que todas las opiniones vienen a ser lo mismo. Por lo tanto, *«acumular las opiniones que no tienen de ningún modo la misma fuerza real conduce a una profunda distorsión»*.
- 3) En el simple hecho de exponer una misma cuestión a todo el mundo se encuentra implicada la hipótesis de que hay un consenso sobre los problemas, un acuerdo sobre las cuestiones que merecen ser planteadas.

Bourdieu se muestra clemente en relación a los reproches técnicos más frecuentemente emitidos contra los sondeos: la constitución de la muestra, la formulación de las preguntas..., puesto que hay algo más importante. La demanda social de los sondeos está ligada a unas problemáticas de compromiso que derivan de preocupaciones políticas: *«los problemas que se plantean son problemas que se imponen como problema político»*, y esto sitúa a los institutos de sondeo lejos de los centros de investigación que construyen sus investigaciones *«si no en un cielo puro, en todo caso, a cierta distancia de la mirada de la demanda social bajo su forma más directa»*, lo que hace del sondeo de opinión un instrumento de acción política. *«Su función más importante consiste posiblemente en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como un conjunto meramente aditivo de opiniones individuales»*, lo

que permite legitimar una política pretendidamente adecuada a esta «opinión pública».

Bourdieu analiza entonces rápidamente las operaciones que permiten alcanzar el efecto de consenso sobre el que reposa esta práctica: la ignorancia deliberada de las no-respuestas (filosofía electoral impuesta a las ciencias humanas); la imposición de la problemática (¿a qué cuestión han creído responder los encuestados?); la competencia política (que varía *grosso modo* con el nivel de instrucción); «el ethos de clase» (que otros autores prefieren designar como «imaginarios sociales»); el error de interpretación de las respuestas (interpretación política de respuestas heterogéneas a las problemáticas planteadas). Bourdieu explica entonces, por una parte, el papel de las opiniones movilizadas, de las opiniones constituidas, de los grupos de presión y, por otra, la opinión en estado implícito o predisposiciones, que, por definición, no son la opinión.

Y concluye que no existe «*la opinión en el sentido de la definición social implícitamente admitida por los institutos de sondeo o por los que utilizan los resultados de los sondeos de opinión*».

## 2. APROXIMACIÓN PSICOANALÍTICA A LA SITUACIÓN DE SONDEO

En los textos de sociólogos, historiadores y filósofos consagrados a los sondeos resuenan por todas partes ecos de psicoanálisis. La problemática de los sondeos que aquí planteamos se esclarece un poco si se toma en cuenta la dimensión del inconsciente. Los autores citados parecen considerar al individuo literalmente como la parte más pequeña de la sociedad (individuo, lo que no es divisible). Lewin postuló en alguna ocasión que el individuo era «un átomo social». Esta idea, sin embargo, había nacido ya falsada, puesto que cuando fue enunciada el núcleo del átomo había podido ya, después de mucho tiempo, ser descompuesto en sus elementos constitutivos: ¡el «individuo» de la materia era divisible!

Lo mismo sucedía con el individuo humano, que se había reconocido, en múltiples aspectos, plural. Por una parte, la tripartición freudiana en Yo, Ello y Superyó (luego refinada por los sucesores de Freud en Ideal del Yo, estados del Yo, «visitadores del Yo», Yo-piel, etc.) viene a sembrar la duda con respecto al interlocutor en diálogo: ¿quién es, de hecho, éste cuando responde a una pregunta? Una de las numerosas escuelas psicoanalíticas posteriores a la psicología norteamericana clásica, la de Eric Berne y el «psicoanálisis transaccional», parte del principio de que los movimientos regresivos y progresivos del Yo en toda interacción humana dan lugar a unas coyunturas del Yo deudoras del hecho de que la palabra puede ser tomada por un Yo-niño, un Yo-adulto o un Yo-parental <sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Como se dice en el Website de la ITAA (International Transactional Analysis Association) : «*The Ego State Model (PAC Model): An ego state is a set of related behaviors, thoughts, and feelings, a way in which we manifest a part of our personality at a given time. Transactional analysis portrays three ego states: Adult (behaving, thinking, feeling in response to what is going on around me in the*

Entonces la cuestión de saber quién responde a un encuestador se complica un poco, y cierta precaución se hace indispensable en el establecimiento de la relación de entrevista para conseguir estabilizar al interlocutor. Particularmente, es indispensable que el encuestador esté suficientemente identificado por el entrevistado (y por tanto esté ya estable él mismo), y lo esté bajo las mismas categorías (cualquiera que os proponga una cuestión puede operar a partir de su Yo-niño, Yo-adulto o Yo-parental, ¡lo que crea nueve situaciones posibles entre dos personas!). El contenido de la pregunta puede ser tomado por la persona interrogada como procedente de su interlocutor (en el estado del Yo previamente localizado entre aquellas tres posibilidades), o como procedente de una instancia superior al interlocutor, por relación a la cual el interrogado puede imaginarse que el sondeador mantiene así con él complejas relaciones.

No existe, que nosotros conozcamos, ninguna investigación que apunte a establecer «a quién» cree hablar una persona que se encuentra bruscamente confrontada a una situación de investigación por sondeo, como generalmente sucede (en la calle o por teléfono, al paso o puerta a puerta). La interrupción de toda actividad en curso para participar en un sondeo se parece, desagradablemente según nosotros, al famoso «¡Policía! ¡sus papeles!» de una interpe-lación en la vía pública, por la cual la sociedad ejerce su legítimo derecho de control social institucional; y este parentesco va acompañado de repercusiones psíquicas específicas según el tipo de personalidad del interpelado, por no decir de la víctima. Por supuesto, en lo que sigue, la persona se ve tranquilizada: no es más que un sondeo, en donde solamente se le demanda contribuir anónimamente a una fotografía del estado de la opinión pública sobre tal o cual tema... No obstante, la interpe-lación captativa, del orden del abordaje, provoca un cierto estado mental.

### 3. HIPNOSIS Y AUTORIDAD

Algunos autores modernos (Roustang, Chertok, Stengers) cuestionan el psicoanálisis por su origen derivado de la hipnosis (Roustang, 1994). La propuesta de esta línea de investigación, apasionante por lo demás, es la de purificar el psicoanálisis de lo que le queda de abuso hipnótico de los tiempos de Charcot y sus famosas presentaciones de enfermas en la Salpêtrière, a las cuales asistía un joven Freud, asimismo fascinado. Roustang sigue en sus escritos, a menudo implícitamente, las investigaciones de Ferenczi de los años 20, en las que teoriza la hipnosis inscribiéndola en dos tipos, que él llama «hipnosis maternal» (por la seducción, la dulzura, la envoltura) e «hipnosis paternal» (por la autoridad, la brutalidad de tono, la violencia verbal, incluso física). Si ya es difícil escapar enteramente a todo fenómeno hipnótico en los intercambios

---

*here and now), Parent (behaving, thinking, feeling in ways that are a copy of one of my parents or other parent figures), and Child (behaving, thinking, feeling that I used when I was a child). When we use the ego-state model to understand personality, we are employing structural analysis».*

humanos extremadamente vigilantes, como los que se producen en el curso de la cura psicoanalítica, se observa fácilmente cómo un conjunto variable de estos mismos fenómenos son moneda corriente en la vida cotidiana y cómo la relación de investigación súbita apunta claramente, en lo relativo a esto, hacia un tipo de hipnosis paternal en la fase de abordaje del entrevistado, fase inmediatamente seguida por una de hipnosis maternal tranquilizante y propicia a establecer un mínimo de cooperación: en este segundo momento, debe uno preocuparse de las condiciones psíquicas a partir de las cuales se consentirá esta cooperación.

Para acercarnos a nuestro tema, reemplacemos ahora la expresión «investigación súbita» por la de «investigación inopinada». Este sinónimo aparentemente inocente introduce una dimensión importante: la de la abolición de las opiniones personales por la relación de hipnosis contenida en la situación de sondeo. No llegamos de ninguna manera a sostener que el entrevistado se encuentra ante el entrevistador como el conejo ante la serpiente..., pero hay, sin lugar a duda, algo de eso. Como mínimo, el entrevistado tendría necesidad, para responder en tanto que sujeto y revelar válidamente una opinión personal, de recobrar el dominio de sí mismo [*'reprendre ses esprits'*], como bien dice el lenguaje corriente. El entrevistador trabaja a destajo, no puede perder el tiempo. No es azaroso que, en asuntos difíciles, el método de entrevista semi-directiva que da más resultado es aquél en el que el cuestionario es enviado al futuro entrevistado con unas semanas de adelanto, para que reflexione pausadamente sobre las cuestiones que le serán planteadas.

Yo, personalmente, como ciudadano, siempre he participado en los sondeos que, al cabo de muchos años, el azar ha puesto en mi camino, a la vez por curiosidad, por echar una mano al pobre y diligente entrevistador y por deformación profesional (o placer malicioso, si se prefiere). Jamás he visto un entrevistador que acepte cuestionar las categorías cerradas para las respuestas, siempre insuficientemente sutiles para tener en cuenta lo que querríamos comunicar. Si uno se resiste, el entrevistador alza el tono: ¡obliga de modo imperioso a elegir una u otra de sus respuestas! Si uno persiste en el trapaceo, acaba por anotar, a nuestra espalda, el caso que él mismo decide como más adecuado al rígido personaje que ha tenido la mala suerte de encontrar (procede entonces, así lo cree, a una «interpretación»...). Ésa es la suerte de aquellos que resisten a la hipnosis.

#### 4. IDENTIDAD, HIPNOSIS Y FORMULACIÓN DE OPINIONES

Pero en los que no resisten, que son los más, ¿no será que el personaje interior habla en ellos sólo por quitarse de encima lo más rápido posible al entrevistador? Convertidos en «inopinados» por la situación de abordaje, aceptan la mayoría de las veces respuestas que no convienen más que a ese 'interface' social de su personalidad que Winnicott (1964a, 1964b) ha llamado el *falso-yo*, que, de golpe, se encuentra promovido a ciudadano: el sondeo acaba siendo una votación más que una investigación científica. Ahora bien, si ellos mantienen su

*verdadero-yo*, entonces no responden, y van a engrosar la categoría de los «sin respuesta» (para lo cual hace falta tener coraje: se nos hace sentir que sólo los idiotas quedan sin respuesta). La categoría «sin respuesta» es, de hecho, sin duda la más interesante que producen los sondeos, y la que merece realmente una investigación, tanto como la negación a participar en los sondeos que ya hemos mencionado. El efecto perverso más evidente, y jamás descrito por los institutos de sondeo, y con razón, es, pues, el de reemplazar la sociedad real por la constituida por la adición de todos los falsos-yoes sociales que aceptan con agrado dejarse fotografiar en la calle.

Es aceptable preguntarse si la minoría antiautoritaria, que se rebela cuando detecta veleidades de manipulación (y la hipnosis es una de ellas), no constituye un grupo sociológicamente homogéneo, ¡lo que falsearía todas las muestras! Por otra parte, estas personas ¿no son las más conscientes de ser verdaderos ciudadanos? El peso de su opinión ¿no sería considerable comparado con el de las personas que responden ligeramente a un encuestador, como el que participa bajo los efectos de un pase magnético? Brevemente y así de simple: la opinión recogida por sondeo ¿es seria?

Los sondeadores, si comparamos su actividad con la fotografía, ignoran lo que Barthes ha dicho de ésta en *La cámara lúcida* (Barthes, 1980), a saber: el efecto de mortificación que se produce en el sujeto al ser atrapado en la foto, la complaciente pose del sujeto ante el fotógrafo. Para obtener una fotografía que capte la vida del sujeto, es necesario tomarla sin que él lo sepa: éste es el caso de todas las grandes fotos de los Lartigue, Doisneau y los otros grandes de la fotografía popular, que son artistas y no unos técnicos. Barthes escribía que la foto «*es co-natural a su referente*», lo que traducido de la jerga filosófica a la psicoanalítica encaja bastante bien con nuestra idea de una pseudo-realidad que sería el campo de acción del falso-yo vanidoso.

## 5. IDENTIFICACIÓN CON EL AGRESOR Y SONDEOS DE OPINIÓN

Otro mecanismo sacado a la luz por ese gran pionero bastante olvidado que fue Ferenczi es el que se refiere a «la identificación con el agresor». Brevemente podemos decir que se trata de una defensa contra un Superyó muy sólido, incluso sádico, que consiste... en apropiarse de sus características, la mayor parte de las veces agravándolas además. Así, la hipnosis paternal deviene familiar, conocida desde el interior, y deja de ser angustiante (al modo de la defensa contra-fóbica). Algunas perspectivas fantasmáticas de venganza no son extrañas a esta maniobra magistral (Ferenczi, 1933).

En este registro, la situación sondeador-sondeado alcanza lo cómico: ¿quién va a hipnotizar a quién? El encuestado de personalidad así estructurada será mucho menos interesante para el sujeto que realiza el sondeo que para la confrontación de poder que le ofrece la situación. Él confisca la encuesta, toma la actitud que podría tener el jefe de la oficina del encuestador, elige violentamente las respuestas más conformistas que caen por su peso y hace sentir con



claridad al encuestador lo inútil de perturbar a las personas para unas perogrulladas miles de veces constatadas. El encuestador, regador-regado, farfulla y se excusa por haberle molestado. Pero la naturaleza artificial de los resultados del sondeo presume otra cosa...

## 6. DIEZ ENTREVISTAS CONTRA UN SONDEO

Nosotros recientemente hemos tenido que realizar el contra-informe de un sondeo para el Plan Construction (Periáñez, 1995). En este estudio, hemos comenzado por exponer los resultados de dos sondeos SOFRES e IPSOS que han motivado este contra-informe, después hemos pasado revista a algunos textos de entre los más importantes de los cientos que existen actualmente sobre el tema de los sondeos y que ilustran las diferentes facetas de la discusión científica sobre este tema. A continuación hemos formulado algunas observaciones de orden psicoanalítico, como las expuestas aquí más arriba, antes de efectuar la demostración de las diferencias más destacables entre los resultados obtenidos por sondeo y por el método clásico de la entrevista semi-directiva.

El método consiste en volver a pasar el cuestionario del sondeo del IPSOS de 1992, volviendo a recoger las respuestas dadas a estas cuestiones para explorar en ellas tranquilamente de modo semi-directivo la manera de reducción de representaciones a la cual ha recurrido la persona «sondeada» con el fin de considerarse en condiciones de proporcionar una «opinión» a la instancia inquisitiva inicial. Un magnetófono recogía, durante el «sondeo», todos los movimientos, vacilaciones y críticas realizadas por la decena de «sondeados» a las respuestas cerradas obligatorias que le son propuestas.

El objetivo no era, pues, verificar las estadísticas de éste sondeo (los «resultados»), sino iluminar los procesos de construcción de la respuesta, es decir, inventariar diversas modalidades de renuncia del sondeado a su visión privada con el fin de expresarse sobre la escena «pública» a través de la elección de las opiniones prestadas que se le han propuesto.

Después hemos confrontado el resultado del sondeo con el que suministra el método cualitativo de la entrevista semi-directiva y hemos procedido a una demostración de las diferencias más destacables entre los resultados obtenidos por sondeo y por el clásico método de la entrevista semidirectiva, repitiendo ahí exactamente las cuestiones del sondeo IPSOS, para explorar seguidamente las respuestas dadas por una decena de personas.

Este procedimiento se concreta en la tabla que aparece más abajo, en donde hemos anotado si las respuestas dadas durante la segunda fase semi-directiva confirmaban, matizaban significativamente o contradecían totalmente las respuestas dadas durante la fase de sondeo a las cuestiones del IPSOS.

Esto se ha hecho eligiendo como variable de clasificación el grado de cultura arquitectónica, separando a nuestros diez entrevistados en tres grupos (de grande, media y escasa cultura arquitectónica). Después hemos afinado estos resultados y llegado a una oposición clara entre los entrevistados de gran y escasa cultura arquitectónica.

**Contraste entre las respuestas al sondeo IPSOS y a la encuesta semidirectiva**

	Cultura arquitectónica		
	Alta	Media	Baja
<b>No cambian su opinión</b>	5 confirmaciones	2 confirmaciones	2 confirmaciones
<b>Matizan significativamente su opinión</b>	5 cambios parciales	4 cambios parciales	4 cambios parciales
<b>Cambian radicalmente su opinión</b>	ningún cambio total	2 cambios totales	5 cambios totales

Claramente puede observarse que las opiniones cambian en mayor grado cuando el entrevistado es incompetente en el dominio concernido.

Este resultado nos parece natural para mostrar la inadecuación de los sondeos, no solamente en lo que concierne a la estética arquitectónica, sino igualmente en lo que concierne a las ciencias sociales en su conjunto. Partimos de una hipótesis simplicísima: la «cultura arquitectónica» interviene en la opinión sobre la arquitectura. Y por ello elegimos una metavariante que clasifica a nuestros entrevistados en tres clases de «cultura arquitectónica», obteniendo el resultado expuesto en la tabla. Ningún instituto de sondeo opera así, puesto que la construcción de variables intermedias de orden psicosociológico no forma parte de sus preocupaciones.

**CONCLUSIONES**

En conclusión, diremos que los límites de validez de los sondeos en ciencias sociales son los de la preexistencia de una opinión consciente socialmente estable.

La única ambición de los sondeos, tantas veces reiterada, es la de constituir una instantánea de la opinión pública. Pero cada vez más los sondeos son aplicados a unas problemáticas sobre las cuales no existe ninguna opinión propiamente dicha. Éste es todo el problema. Está claro que los individuos se comunican entre sí a propósito de sus actividades y sus percepciones humanas y sociales, y esta comunicación crea la vida social y política. Ahí las opiniones existen, y pueden ser sondeadas. Pero para un inmenso campo de la experiencia humana, esta comunicación y este proceso de emergencia y maduración de opiniones no ha tenido jamás lugar. Por esta razón el psicoanálisis ha tenido en este siglo un consabido éxito. Hace falta sobre todo el talento de escritores, de un Proust o de un Flaubert, para explorar no sólo los matices de tal o cual emoción humana (por ejemplo, ante una obra de arte) sino igualmente las reflexiones humanas aun vacilantes ante nuevos acontecimientos y problemas sociales. Estas reflexiones incipientes no constituyen una opinión, todo lo más, como hemos propuesto aquí, una «opinión privada», que espera ser contrastada en la discusión socializada. Hacer pasar estas

opiniones privadas al dominio público por una técnica tan violenta de recogida de datos constituye desde luego un abuso.

Como conclusión diremos que los límites de validez de los sondeos en ciencias sociales son los de la preexistencia de una opinión consciente socialmente estable (concerniendo esencialmente al campo político).

## BIBLIOGRAFÍA

- ACHARD, P. (1990): «La structure énonciative du discours d'opinion», *MOTS*, n.º 23, pp. 39-59.
- BARTHES, R. (1980): *La Chambre Claire*, Paris, Seuil.
- BÉAUD, P. y QUÉRÉ, L. (1990): *La formation de l'opinion comme phénomène intersubjectif*, Rapport CNET/MSH, París.
- BERNARD, Y. y SEGAUD M. (dir.) (1991): *La ville inquiète*, París, Éditions de l'espace européen.
- BLACK, J. (1982): «Opinion Leaders: Is Anyone Following?», *The Public Opinion Quarterly*, n.º 2, pp. 169-176.
- BOURDIEU, P. (1973): «L'opinion publique n'existe pas», *Les Temps Modernes*, n.º 318, pp. 1292-1309.
- BOURDIEU, P., CHAMBOREDON, J.-C., PASSERON, J.-C. (1968), *Le métier de sociologue*, París, Mouton/Bordas.
- CHAMPAGNE, P. (1990), *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit.
- DROESBEKE, J.-J y THOVERON, G. (1988), *Les multiples facettes des sondages*, Bruxelles, Université Libre de Bruxelles.
- ERZBERGER, C., DERIVAUX, J., RUHSTRAT, E. (1989): «Der zufriedene Patient? Die auffallend positive Bewertung von Krankenhausleistungen durch die Patienten. Ein Erklärungsversuch aus sozialpsychologischer Sicht», *Medizin Mensch Gesellschaft*, vol. 14, n.º 2, pp. 140-145.
- FERENCZI, S. (1933): «Confusion de langue entre les adultes et l'enfant», *Œuvres Complètes*, t.4, Paris, Dunod, pp.180-195.
- GOSSELIN, G. (1988): «La société statistique, le pouvoir et l'imaginaire», *Cahiers de l'Imaginaire*, n.º 2, pp. 55-67.
- GROUPE DE RECHERCHES SÉMIO-LINGUISTIQUES (1980): *L'Opinion publique et ses porte-parole*, París, École des hautes études en sciences sociales.
- GIRARD y MALINVAUD (dir.) (1988): *Les enquêtes d'opinion et la recherche en sciences sociales, Hommage à Jean Stoetzel*, París, L'Harmattan.
- ILIAKOPOULOS, A. (1988), *Etude de l'opinion et enquêtes de référence - Aspects théoriques, méthodologiques et informatiques.*- París, Université Paris IX-Dauphine.
- KLINGEMANN, H. (1987), «Alltagswissen über soziale Probleme. Strukturmerkmale und Bestimmungsgründe am Beispiel von Laien-konzepten», *Zeitschrift für Soziologie*, vol. 1, n.º 2, pp. 106-126.
- LIVET, P. (1989): «Médias et limitations de la communication», *Hermes*, n.º 4: pp. 67-76.
- MASSER, I. y FOLEY, P. (1987): «Delphi revisited: expert opinion in urban analysis», *Urban Studies*. vol. 24, n.º 3, pp. 217-225.
- OZOUF, J. (1974): «L'opinion publique: apologie pour les sondages», en Le Goff, J. y Nora, P. (eds.) (1974): *Faire de l'histoire, nouveaux objets*, Gallimard, 1974, pp.220-235.
- PADIOLEAU, J.-G. (1973), *L'analyse secondaire des sondages d'opinion*, París, CES.
- (ed.) (1981): *L'Opinion publique: examen critique, nouvelles directions*, París, École des hautes études en sciences sociales.

- PERIÁÑEZ, M. (1992): *Articulation entre les données issues des sciences humaines et l'élaboration de la réglementation technique en matière de bruit*, París, Ministère de l'Équipement, du Logement et des Transports, Direction de la Construction.
- (1995), *Étude sur la validité des sondages d'opinion dans le domaine de l'esthétique architecturale*, París, Plan Construction et Architecture.
- REUBAND, K. (1989): «Wechselnde Mehrheiten bei Fragen zum Rechtsbewusstsein. Was die «Meinungswechsler» von den «Stabilen» unterscheidet», *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, vol. 41, n.º 4, pp. 690-700.
- ROUSTANG, F. (1994): *Qu'est ce que l'hypnose?*, París, Minuit.
- TAYLOR, M. (1983): «The Black-and White Model of Attitude Stability: A Latent Class Examination of Opinion and Nonopinion in the American Public», *The American Journal of Sociology*, vol. 89, n.º 2, pp. 373-401.
- TROPMAN, J. y STRATE, J. (1983): «Social Characteristics and Personal Opinion: Notes Toward a Theory», *California Sociologist. A Journal of Sociology and Social Work*, vol. 6, n.º 1, pp. 23-38.
- WINNICOT, D. W. (1964a), «Ego distortion in Terms of the True and False Self», editado en francés en *Procesus de maturation chez l'enfant*, París, Payot, 1970, p.115-132.
- (1964b), «The Concept of the False Self», editado en francés en *Conversations ordinaires*, París, Gallimard, 1988, p. 73-78.

## RESUMEN

Los sondeos permiten con frecuencia estudios altamente pertinentes y de calidad, pero numerosos asuntos no pueden ser válidamente explorados por ellos. Obtener 'una instantánea de la opinión pública' es su única ambición, pero, como ya decía Bourdieu en 1973, «la opinión pública no existe».

Una aproximación psicoanalítica a la situación de sondeo nos permite poner en cuestión la identidad del sujeto entrevistado. Las opiniones personales quedan abolidas por la relación hipnótica que se da en la situación de sondeo.

El efecto perverso más evidente que producen los sondeos es el de reemplazar la sociedad real por la constituida por la adicción de todos los 'falsos-yoes' sociales que aceptan con agrado dejarse fotografiar en la calle.

La preexistencia de una opinión consciente socialmente estable define los límites de validez de los sondeos en ciencias sociales.

## ABSTRACT

*Opinion polls allow, frequently, high quality studies but, unfortunately, many subjects fall beyond its scope. Getting 'a photograph of public opinion' is, actually, its main and unique ambition, but —as Bourdieu said in 1973— «public opinion doesn't exist».*

*A psychoanalytical approach to the actual inquiry situation allow us to call into question the interviewer's identity. The personal opinions vanish into the hypnotical relationship that pervades any inquiry situation.*

*The most evident methodological perversion induced by opinion polls is the change of real society by summing up whole of «false selfs» who accept, pleasantly, to be photographed in the street.*

*The pre-existence of a conscious opinion socially stable define the validity limits of opinion polls in social sciences.*