



Regulación electoral de los sondeos a pie de urna en España: asignaturas pendientes y obsolescencia ante las nuevas formas de comunicación

Electoral regulation of exit polls in Spain: unfinished topics and obsolescence in the face of new forms of communication

Javier Sierra Rodríguez*

* Universidad de Murcia. javier.sierra@um.es

Abstract:

In European countries we have witnessed leakage of partial data in the latest elections during Election Day through social networks. The incorporation of new technologies in the counting process and the introduction of electronic voting cast doubts about the continuation of the exit polls due to the reduced time lag between the publication of electoral forecasts and the first data of votes counted. These new challenges and old outstanding issues on election polls are analyzed from the Spanish viewpoint.

Keywords: Exit polls, election survey, Election Day, predictions, blackout, electoral law.

Resumen:

En los países europeos hemos asistido en las últimas citas electorales a la filtración de datos parciales de estimaciones durante la jornada electoral a través de redes sociales. Por otra parte, la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de recuento y la eventual introducción del voto electrónico ocasionan dudas sobre la continuidad de las encuestas a pie de urna por la reducción del lapso temporal entre la publicación de los pronósticos electorales y los primeros datos de voto escrutado. Estos nuevos retos y viejas cuestiones pendientes sobre las encuestas electorales se analizan desde la óptica del caso español.

Palabras clave: encuestas a pie de urna, sondeos electorales, jornada electoral, publicación encuestas, régimen electoral.

Article info:

Received: 25/01/2013 / Received in revised form: 28/02/2013

Accepted: 01/04/2013 / Published online: 30/01/2014

DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/comunitania.75>

1. Introducción

El estudio de los retos actuales de los pronósticos electorales que se elaboran durante la jornada electoral y se difunden tras el cierre de los colegios electorales, no se puede analizar desde una óptica centrada exclusivamente en las encuestas a pie de urna, sino que es necesario llevarlo a cabo abarcando éstas pero sin dejar de lado el papel, características y regulación de las encuestas electorales en general. Desde esta perspectiva en este trabajo se realiza un análisis de las funciones y efectos de los sondeos, su regulación en el marco electoral y el tratamiento de las cuestiones que en la actualidad suscitan dudas o que se enfrentan a nuevos retos, finalizando con una serie de propuestas con repercusión normativa.

Antes de iniciar el análisis, conviene describir los elementos y características metodológicas básicas de los sondeos a pie de urna¹. En concreto, son un tipo de encuesta personal caracterizada porque se obtienen durante la jornada electoral y los resultados con pronósticos electorales se hacen públicos el mismo día, tras el cierre de los colegios electorales. Una característica básica que las diferencia respecto de otros tipos de encuesta a partir de las cuales se realizan estimaciones de voto, es que en las encuestas a pie de urna o *exit polls* se pregunta sobre el voto real recién emitido, a diferencia de las encuestas pre-electorales que se hacen antes de los comicios y que deben tener en cuenta una pluralidad de variables para llevar a cabo correctamente las predicciones del voto², entre ellas la intención de voto directa.

Los elementos clave de los sondeos a pie de urna, radican en el amplio despliegue de medios que es necesario para que en un solo día se realice una encuesta con un diseño solvente, se obtengan los datos y se tengan preparadas las proyecciones del voto antes del cierre de los colegios electorales, lo que requiere un esfuerzo amplio de coordinación y su combinación con el uso de nuevas tecnologías.

En las *elecciones generales de 2011*, los medios de comunicación públicos españoles³ encargaron a la empresa *TNS Demoscopia* un sondeo a pie de urna cuyo diseño muestral se realizó a través de un procedimiento complejo que combinaba mecanismos de selección de secciones y mesas electorales en función de su representatividad, acompañado de criterios aleatorios, es decir, que algunos aspectos eran

¹ Los sondeos realizados durante la jornada electoral son también conocidos como *encuestas israelitas*, *exit polls* o “*a boca urna*” en el ámbito hispanoamericano.

² Los modelos predictivos del voto, la denominada “cocina”, se elaboran a partir del análisis conjunto de variables diversas como el recuerdo de voto, la ubicación en la escala ideológica, la valoración retrospectiva y prospectiva sobre la gestión realizada, etc. Los institutos de investigación electoral manejan sus propios modelos predictivos y varían metodológicamente entre sí, aplicando cada uno el que mejor resultado le ofrece en función de la experiencia acumulada y el mayor acercamiento a los resultados finalmente obtenidos.

³ En concreto RTVE y la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA).

controlados y dentro de ellos se permitía la selección de secciones y mesas de forma aleatoria. De este procedimiento de diseño, uno de los aspectos más destacables es que previamente y a través de un histórico de resultados electorales, se contrastaba si los resultados obtenidos en las secciones y mesas analizadas se correspondían con los reales obtenidos en cada circunscripción a nivel porcentual (Sobrino 2012:42). Estas son algunas características metodológicas y técnicas cuyo análisis no es objeto de este artículo, pero que conviene conocer sucintamente, al margen de la distinta técnica y aplicación concreta que cada instituto de investigación aplica en función de su experiencia y *know how*.

2. Efectos o funciones de los sondeos electorales a pie de urna

Conviene plantearnos cuál es la utilidad y la función que cumplen los sondeos a pie de urna y los motivos que llevan a su realización. Este tipo de encuestas tienen una utilidad clara para los medios de comunicación audiovisuales y les permite adelantar los resultados electorales "*estimados*" al cierre de los colegios electorales. Es indudable la expectación que genera en la ciudadanía el conocimiento de los resultados electorales, constituyendo ésta su principal función, pero podemos cuestionar si tienen o no otras funciones que vayan más allá, para lo que conviene hacer un repaso de los principales aportes teóricos sobre los efectos y funciones de la publicación de encuestas electorales y de las campañas electorales, en tanto que poseen unos rasgos comunes que pueden ser asimilables, aunque también otros que las diferencian.

A las encuestas publicadas durante los periodos de campaña se les asignan múltiples y diferentes *efectos* en el comportamiento electoral. No obstante, Maarek (2012) describe los dos tipos de efectos principales: el correspondiente "a caballo ganador" o *bandwagon*⁴, que arrastra el voto hacia el partido que sale victorioso según las encuestas electorales, y el efecto *underdog* que surge como reacción contraria de apoyo al partido perdedor⁵. Sobre estos efectos es recurrente mantener que al acontecer simultáneamente se anulan entre sí, por lo que su importancia es reducida (Orosa 2009:126), aunque otros autores plantean que deben existir efectos sustantivos, pero que los actuales instrumentos de medición no permiten cuantificarlos por la existencia de una pluralidad de fuentes informativas que interaccionan tras la

⁴ También se hace alusión a este efecto como "*subirse al carro ganador*".

⁵ Otros tipos de efectos de la publicación de encuestas tienen relación con la "*proyección de voto*" que lleva a los electores a tener un comportamiento táctico en función del voto esperado; el efecto "*competición*" cuando se produce incertidumbre sobre el ganador y las elecciones están reñidas; la "*espiral del silencio*" que ocasiona que se sumen aparentemente a la opinión de la mayoría para evitar el reproche social escondiendo una intención de voto diferente; así como otros efectos en la estrategia de los partidos y la atención de los medios de comunicación y de los grupos de interés, entre otros.

publicación de una encuesta (Gálvez 1997a:807 y ss.). En el caso concreto de los sondeos a pie de urna, cuyos resultados se conocen al finalizar la jornada electoral, no se podrían producir esos efectos que se mencionan para la campaña electoral, salvo que una eventual filtración de predicciones electorales durante la jornada electoral originase algún efecto, situación que es un riesgo real actualmente, aunque no parece que pueda tener una influencia importante en los comicios hoy en día.

Agotada esta vía de asimilación entre los efectos de encuestas pre-electorales y las que se realizan el mismo día de la jornada, podemos preguntarnos si las encuestas a pie de urna podrían tener los efectos y funciones que se atribuyen a las campañas electorales. Si nos referimos a las encuestas pre-electorales en el periodo de campaña, éstas son un hito esperado en el contexto de la misma y constituyen un elemento de interrelación con otros eventos como los debates o los discursos de los partidos, entre otros (Martín y Criado 2007:2378). No es viable que los sondeos a pie de urna, precisamente por el momento en el que son publicados, puedan tener los principales efectos que se establecen para las campañas respecto al voto y que se corresponden con el *refuerzo*, *activación* y *conversión* (Lazarsfeld et al. 1944)⁶.

Sin embargo, y desde otra perspectiva, si nos referimos a las *funciones de las campañas electorales* respecto al sistema político, Moreno (2010:55) distingue entre persuasión, selección de las élites políticas y legitimación. La *primera* deriva directamente de la labor de los partidos para conseguir atraer a los electores, mientras que la *segunda* supone el proceso de selección de quienes deben de afrontar hábilmente el periodo de campaña. Estas funciones podrían tener cierta asimilación a las encuestas pre-electorales por cuanto influyen según los efectos *bandwagon* y *underdog*, sin embargo no serían aplicables a las encuestas publicadas tras el cierre de los colegios electorales.

En el *tercer caso*, la *legitimación* se concibe como el resultado de diversos procesos combinados entre los que destacan la exposición a la información política y el proceso de movilización que se produce durante la campaña electoral, que "*constituye el momento en que menos costoso resulta acceder a la información sobre los asuntos públicos*", de forma que "*este aluvión de contenidos informativos apela a las actitudes públicas de los ciudadanos*" (Ibíd:77), haciendo que se produzca "*una interacción entre los ciudadanos y el sistema político, en el que se legitime el sistema*" (Ibíd:78). Las encuestas electorales en general se podrían considerar que contribuyen a esta función de legitimación del sistema por cuanto favorecen la infor-

⁶ El *refuerzo* viene a suponer una reafirmación en la opción de voto, la *activación* se produce al favorecer el voto a un partido cuando la intención inicial era la abstención, el voto en blanco o bien no se sabía a quién votar, mientras que la *conversión* supone modificar el voto de un partido a otro. Adicionalmente la teoría señala el efecto de desactivación que llevaría a no votar o hacerlo en blanco cuando previamente existía una preferencia por un partido.

mación política y la exposición de las instituciones, partidos, líderes y temas a la opinión de los ciudadanos. Bajo esta perspectiva podemos considerar el papel que juegan los sondeos a pie de urna, que tras publicarse, siguen entroncados en la dinámica de información política y electoral.

Ya se ha mencionado que la finalidad principal de las encuestas realizadas el día de las elecciones es adelantar, aunque solo sea un periodo corto de tiempo, la previsión del resultado electoral tras el cierre de los colegios. Pero más allá, la mera existencia de los sondeos alimenta la cultura electoral, entendiéndose por tal, la sucesión de acontecimientos de la esfera electoral a la que se ha acostumbrado el electorado y que retroalimentan la expectación ciudadana sobre la política.

Además, a lo largo de las legislaturas y mandatos son pocos los momentos en los que la actividad política provoca una atención similar por la ciudadanía. Si nos referimos al ámbito televisivo, ni los debates sobre el Estado de la Nación, ni otros eventos a lo largo de la legislatura tienen, por lo general, más audiencia en televisión que acontecimientos deportivos o programas de entretenimiento, con la sola excepción de eventos específicos como los debates entre candidatos. De ahí la importancia de los sondeos a pie de urna, porque poseen una amplia visibilidad desde el cierre de los Colegios Electorales hasta que se hacen públicos los primeros resultados del escrutinio y son el contenido en torno al cual giran las tertulias y nuevas informaciones haciéndose eco de ellos en las cadenas de televisión mayoritarias.

Pero además, se mantiene que los procesos y actividades propias de la jornada electoral son parte de la mecánica que tienen esos efectos de *legitimación* del sistema político, enfatizando en el papel de los medios de comunicación al tratar en sus contenidos la información política y sobre los que Pippa Norris (2001:27) se refiere a su papel dentro de un "círculo virtuoso" por el cual el aprendizaje sobre las cuestiones de interés público reduciría las barreras al compromiso cívico.

Según lo expuesto, hemos de considerar que los sondeos a pie de urna tienen una función primordialmente informativa, dotando de contenido a los medios de comunicación, que generan sus contenidos en base a la información de los sondeos durante el lapso de tiempo –breve, pero fundamental– que separa el cierre de las urnas de la publicación de los primeros resultados de voto real. También se podría hablar de una función *preparatoria* en relación a los candidatos y a los partidos políticos, por cuanto disponen de información temprana que les ayude a preparar su modelo de reacción para valorar los resultados que se vayan conociendo sobre voto escrutado. Finalmente, respecto al sistema político hablaríamos de una función de *legitimación* porque permiten que se continúe la dinámica electoral y la producción de información política en un momento de máxima atención por el electorado, y por tanto, coadyuva a las funciones que distintos autores asignan en esta línea a la propia celebración de unos comicios competitivos como es la legitimación democrática del poder (Nohlen 2004:17) y la propia legitimación del sistema político (Torrens

1996:344) y no solo porque sean parte del engranaje que se activa a la hora de producir gobiernos, sino por su *“carácter ritual, simbólico, público y solemne”* (Borge 2006:245), algo de lo que forman parte, sin duda, las encuestas a pie de urna.

3. Régimen jurídico y doctrina de la Junta Electoral Central

Los antecedentes de la regulación actual de las encuestas electorales proceden de la Ley 14/1980, de 18 de abril, sobre Régimen de Encuestas Electorales⁷ cuyo breve contenido se traspasaría prácticamente igual a la LOREG⁸ (Soler 2001:196), en la que precisamente destaca lo exiguo de su tratamiento.

Su *artículo 69* es el que contempla la regulación principal de las encuestas electorales estableciendo condiciones respecto a los contenidos mínimos de la *“ficha técnica”*, la prohibición de falsificaciones y manipulaciones, así como procedimientos para la obtención de información adicional por la Junta Electoral, rectificaciones, recursos, acceso de los partidos políticos a los resultados de encuestas de Administraciones Públicas⁹ y el plazo en el que no se pueden publicar y que se fija durante los cinco días anteriores al día de la votación.

La LOREG establece el *alcance temporal* para el régimen del artículo 69, para aquellas encuestas cuya *publicación* tiene lugar *“entre el día de la convocatoria y el de la celebración de cualquier tipo de elecciones”*. De hecho, la verdadera relevancia de su regulación actual solo se proyecta sobre la publicación y difusión de los resultados (Rallo 2011:8), es decir, no prohíbe su diseño, el trabajo de campo, su análisis e incluso el conocimiento de las mismas por las élites políticas que tengan acceso a ellas, siempre y cuando no se publiquen.

Aparte, la LOREG hace referencia a los *delitos e infracciones* en materia de encuestas electorales. El artículo 145 regula específicamente los delitos estableciendo que *“quienes infrinjan la normativa vigente en materia de encuestas electorales serán castigados con la pena de prisión de tres meses a un año, multa de doce a veinticuatro meses e inhabilitación especial para profesión, oficio, industria o comercio por tiempo de uno a tres años”*; mientras que el artículo 153.2 regula las infracciones disponiendo multas de 3.000 a 30.000 euros por infringir lo dispuesto en la Ley. Estas previsiones han llevado a algunos autores a considerar que el artículo 145 se trata de una norma penal en blanco porque la conceptualización de encuestas electorales tiene naturaleza extrapenal (Todolí 2010).

En lo que respecta a su aplicación para comicios de ámbito infraestatal, los preceptos de la LOREG son de aplicación para las elecciones autonómicas, sin perjuicio

⁷ Esta ley fue derogada por la LOREG y se publicó en el BOE núm. 100/1980, de 25 de abril.

de la capacidad normativa de las autonomías en la legislación no reservada al Estado. En el caso concreto de las encuestas, solo el País Vasco ha contemplado en su norma electoral autonómica de 1990¹⁰ una regulación prácticamente igual a la LOREG¹¹, aunque destaca que en su artículo 87.7 realiza la referencia específica a que *“El día de la votación, quedará también prohibida la publicación y difusión de sondeos electorales o de resultados provisionales, antes de las veinte horas, en cualquier medio de comunicación”*, es decir, hace la previsión normativa respecto a la proscripción de publicar encuestas durante las votaciones¹² y que el legislador estatal no incluyó, ya que la prohibición de la LOREG se refiere a *“los cinco días antes al de la votación.”*

De esta forma, tal como afirma Soler Sánchez (2001:195), la regulación de las encuestas a pie de urna o *exit polls* fueron omitidas por el legislador electoral, dejando que fuese la Junta Electoral Central (JEC) la que dibuje a través de su doctrina las pautas para su realización y difusión¹³. No obstante, los temas tratados por la JEC y de los que se posee seguridad jurídica en torno a su doctrina son relativamente reducidos y recurrentes, centrándose en la proscripción de la realización de encuestas en las *“inmediaciones”* de los Colegios Electorales y en la controversia sobre su difusión una vez cerrados los Colegios Electorales peninsulares pese a la diferencia horaria con las Islas Canarias.

Respecto al *lugar de aplicación de las encuestas*, las principales dudas sobre los límites para la ejecución del trabajo de campo podrían venir por celos que pudiesen considerar que la aplicación de una encuesta pudiera incurrir en alguna de las situaciones descritas en el artículo 93 de la LOREG, que establece restricciones a la presencia de personas en los locales e inmediaciones donde se efectúan las votaciones en caso de *“formarse grupos susceptibles de entorpecer, de cualquier manera que sea, el acceso a los locales”* o *“la presencia en las proximidades de quien o quienes puedan dificultar o coaccionar el libre ejercicio del derecho de voto.”*

La aclaración viene dada de la doctrina de la Junta Electoral Central, que ha venido manteniendo reiteradamente que *“no es legalmente posible preguntar a los elec-*

⁸ Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio del Régimen Electoral General (BOE núm. 147/1985, de 20 de junio).

⁹ Básicamente la LOREG regula que los resultados de encuestas electorales realizados en periodo electoral por organismos dependientes de Administraciones Públicas deben ser un puestos en conocimiento de las fuerzas políticas si así lo solicitan.

¹⁰ Ley 5/1990, de 15 de junio, de elecciones al Parlamento Vasco (BOPV núm. 134/1990, de 6 de julio).

¹¹ El establecimiento del mismo contenido sobre la regulación es consecuente con la Disposición Adicional Primera de la LOREG que establece que las materias contenidas en su artículo 69 están reservadas al Estado y son de aplicación a las elecciones a las Asambleas Legislativas de las Comunidades Autónomas.

¹² Pese a ser materia reservada a la legislación estatal, se entiende que el Parlamento Vasco ha optado por introducir en su texto legal las pautas establecidas por la doctrina de la Junta Electoral Central.

*tores sobre el sentido del voto dentro de los colegios electorales y en sus inmediaciones, entendiéndose por inmediaciones de los colegios electorales los espacios físicos donde se encuentren personas para ejercer el derecho de sufragio*¹⁴. Inicialmente la JEC estableció la limitación dentro de los colegios electorales y *“en sus inmediaciones”* sin especificar este último término¹⁵, lo que en una interpretación extensiva, podría llevar a que las encuestas no se pudieran realizar en los alrededores de los Colegios Electorales, por lo que ANEIMO¹⁶ y otras entidades solicitaron una aclaración a la JEC, que finalmente interpretó *“inmediaciones”* como *“los espacios físicos donde se encuentren personas esperando para ejercer el derecho de sufragio”*¹⁷.

Hoy en día, la experiencia práctica conlleva que los encuestadores realicen su labor en el exterior de los edificios que albergan los Colegios Electorales, pudiendo permanecer en el interior de un recinto, habitualmente de los centros de enseñanza donde se ubican los colegios electorales, tanto en el patio e incluso bajo los soportales de entrada, pero sin realizar las encuestas en el interior de la edificación en las que radican las mesas electorales.

En lo que respecta al *momento en el que se permite la publicación de las encuestas* electorales, la doctrina de la JEC mantiene la posibilidad de hacer públicos los resultados de los sondeos a partir de las ocho de la tarde.

“(…)Que los resultados de sondeos de voto o de escrutinio ya realizados en las Mesas electorales pueden hacerse públicos a partir de las 20 horas del día de las elecciones.” Expte. 02607/1986. Sesión de 18 de junio de 1986.

La JEC ha mantenido un criterio constante de permitir cualquier actividad el día de las votaciones siempre que no tenga incidencia las mismas. Para ello, utiliza como medida de juicio que la visibilidad o difusión generalizada a través de medios de comunicación y por tanto, su posible influencia en el comportamiento de los electores, se realice tras el cierre de los colegios electorales, dejando mientras tanto libertad para que *“las empresas privadas puedan realizar los sondeos que estimen convenientes”*¹⁸ a lo largo de la jornada.

¹³ Sin ánimo de exhaustividad se exponen algunos acuerdos de la JEC sobre encuestas electorales: expte. 34150/1991 y 34199/1991, sesión de 26/05/1991; expte. 300/31, sesión de 27/02/1996; expte. 300/38 y expte. 300/54, sesión de 07/06/1999; expte. 300/93, sesión de 7 de mayo de 2003; expte. 300/101, sesión 09/06/2004; expte. 415/57, sesión de 10/03/2005 y expte. 300/125, sesión 05/05/2011.

¹⁴ Expte. 0417/1987, sesión de 5 de junio de 1987.

¹⁵ Expte. 02607/1986, sesión de 18 de junio de 1986.

¹⁶ Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública.

¹⁷ Expte. 02702/1986, sesión de 20 de junio de 1986.

¹⁸ Expte. 300/37, sesión de 15 de marzo de 1999.

Esta posibilidad no está exenta de controversias debido a la diferencia horaria entre la península y las Islas Canarias, pudiendo por un lado entrar en colisión con el derecho fundamental de comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión que establece el *artículo 20* de la *Constitución Española* y por otro, con el principio general de igualdad en relación con el ejercicio de los derechos de sufragio activo que determina el *artículo 23 de la CE*, de modo que no se vulnere la igualdad entre los residentes en la península y las Islas Canarias por cuanto unos pueden tener acceso a la información de los sondeos electorales difundidos en la península mientras permanecen abiertos los colegios canarios una hora más. De hecho, el *artículo 8* de la LOREG hace mención expresa a la finalidad de la Administración Electoral para garantizar el principio de igualdad, además de la transparencia y objetividad del proceso electoral.

La doctrina de la Junta Electoral ha consolidado con el paso del tiempo una solución que no está exenta de contradicciones y que se basa en que la información sobre resultados de encuestas a pie de urna *no se emita* por los medios de comunicación en el ámbito de las Islas Canarias, de manera que se concilie su difusión con la diferencia horaria, es decir, no se prohíbe la difusión de los resultados de las encuestas antes del cierre de los colegios canarios, sino que se limita la emisión de esta información para el ámbito territorial de Canarias hasta que cierren los Colegios Electorales.

"... conforme tiene reiteradamente acordado esta Junta, trasladar que la información sobre resultados electorales o estimación de votos no debe emitirse en el ámbito de Canarias antes de las 21 horas, hora peninsular, correspondientes a las 20 horas en el Archipiélago Canario, hora del cierre de los colegios electorales" Expte. 339/77. Sesión de 9 de marzo de 2008.

En la actualidad, este planteamiento de la Junta Electoral es, a todas luces, insatisfactorio desde la perspectiva de los retos que plantea la comunicación hoy en día, ya que afecta únicamente a los medios de comunicación sujetos a legislación nacional y que tienen posibilidad de modificar la emisión en un espacio territorial concreto, pero que tiene una efectividad nula ante la posibilidad de acceder a medios de comunicación vía internet o a redes sociales en las que fluye la información libremente.

Para mayor abundamiento en la cuestión, se ha realizado un *doble tratamiento* que diferencia entre la difusión de pronósticos electorales basados en sondeos y la información correspondiente al escrutinio provisional, permitiendo los primeros a partir de las ocho de la tarde y los segundos a partir de las nueve de la noche. De este modo la JEC en reiteradas ocasiones se refiere de este modo a la información provisional sobre resultados electorales:

"La Junta acuerda comunicar al Ministerio del Interior que no debe publicarse la citada información (resultados provisionales) antes de las 21 horas,

hora Peninsular, interesando del Ministerio del Interior que por el mismo se dé la necesaria difusión a este acuerdo. Expte. 01604/1986. Sesión de 10 de marzo de 1986.

“... es criterio reiterado de esta Junta Electoral Central que, dada la diferencia horaria entre la península y Canarias, no puede publicarse o difundirse la información provisional sobre resultados electorales antes de las 21 horas de la península, hora de cierre de los colegios electorales en Canarias.” Expte. 336/19. Sesión de 13 de mayo de 2003.

Este tratamiento diferenciado, si bien podría suponer cierta incoherencia jurídica, es uno de los motivos por los que siguen existiendo los sondeos a pie de urna, ya que en caso contrario y al ritmo que se aceleran los recuentos debido a la incorporación de nuevas tecnologías, se pondría en duda su consideración como inversión por parte de los medios de comunicación y, por tanto, su continuidad.

En general, se observa un panorama regulatorio cuyo diseño inicial, posteriormente mantenido, está más enfocado a las encuestas de tipo pre-electoral y en el que ha sido la doctrina electoral la que ha configurado unos límites de actuación para las encuestas a pie de urna, residiendo su bondad en la capacidad para compatibilizar la normativa y la pervivencia de éstas con el hecho insular canario y los escrutinios provisionales, aunque el vacío regulatorio es manifiesto.

4. Problemas derivados del blackout ante las nuevas realidades

El término *blackout* o *apagón*, hace referencia al periodo de tiempo en el que se prohíbe la publicación y difusión de resultados de encuestas electorales (Sandoval 2012:9). Según algunos estudios de derecho comparado (Pacheco y Velásques 2006:67), la tendencia mundial se orienta a la liberalización de la publicación de resultados de encuestas. No obstante, en la mayoría de los países con un mínimo de regulación electoral existe algún tipo de limitación temporal, aunque se proyecte solo sobre el mismo día de la votación, sin perjuicio de casos como los Estados Unidos en los que no existen estas limitaciones.

En España, el *apagón* a la publicación y difusión de encuestas se establece desde los cinco días anteriores a la jornada electoral según el artículo 69.7 de la LOREG y la doctrina electoral, por lo que afecta no solo a los sondeos a pie de urna, sino también de aquellos con datos recientes que no hayan sido publicados en el plazo en el que se prohíbe.

En la actualidad, estos límites que impone el *blackout* están siendo fácilmente transgredidos, ya que la universalización de la comunicación a través de internet

como espacio que no entiende de fronteras nacionales, permite que los electores consulten la información electoral que se publica sobre su país en los medios de comunicación extranjeros o que se genere un eco de esas informaciones a través de las redes sociales. Esto provoca que las prohibiciones de publicación de encuestas electorales queden en papel mojado, evitando en todo caso que sean receptores de la información la parte del electorado que no tenga la iniciativa de acudir a las fuentes de información, pero sin que quepa esa limitación ante quienes sepan y quieran buscar una información que es fácilmente accesible, pero que al tratarse de información específicamente política y en internet, *“exige una actitud más proactiva que en otros medios tradicionales como la televisión”* (Anduiza 2009:9).

Los argumentos que se esgrimen contra el mantenimiento del *blackout* pasan por considerarlo un veto al derecho a comunicar y recibir libremente información veraz que rozaría la inconstitucionalidad (Gálvez 1997b:87 y ss., 2002b), una discriminación respecto a las élites políticas que pueden tener acceso a los resultados porque no se prohíbe su realización sino su publicación, así como por representar una discriminación de los medios de comunicación españoles frente a los extranjeros que si pueden informar de estos sondeos.

En 2011 con la reforma de la LOREG operada por la Ley Orgánica 2/2011, de 28 de enero¹⁹ se mantuvo intacto el plazo de cinco días antes de las votaciones en los que no se pueden publicar sondeos electorales, aun siendo objeto de modificación el artículo 69.7 que lo regula. Esta postura ha sido cuestionada desde la doctrina y contestada reiteradamente desde el sector de las empresas de estudios de opinión y colectivos profesionales²⁰. Pero a su vez, muestra que el legislador *“desconoce el alcance que hoy tiene en la información/formación de la opinión pública el flujo de información en internet”* (Rallo 2011:9). De este modo, el legislador también desatendía al Consejo de Estado, que en su *INFORME DE PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN DEL RÉGIMEN ELECTORAL GENERAL* fechado el 24 de febrero de 2009, abogaba por la supresión de la prohibición de la publicación de encuestas los cinco días antes de la jornada electoral por cuanto no está clara la influencia de las encuestas en el comportamiento electoral o en la atención de los electores y por la controversia jurídica que ocasiona respecto a los principios de igualdad y libertad de voto, entre otros motivos.

En todo caso, esta oportunidad perdida en la reforma de 2011 es un reflejo del escaso interés de los principales partidos políticos por modificar este aspecto, por lo que previsiblemente perdure la situación en el tiempo (Gálvez 2002a:73) y de lugar a conductas esquivas de la normativa.

¹⁹ Ley 2/2011, de 28 de enero, por la que se modifica la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (BOE núm. 25/2011, de 29 de enero).

²⁰ Concretamente ANEIMO ha expresado en múltiples ocasiones su oposición a la prohibición de publicación y difusión de encuestas en los 5 días anteriores a la votación.

A este respecto, uno de los casos más llamativos para sortear el *blackout* de nuestro derecho interno corresponde a *EL PERIÓDICO DE CATALUÑA*, que ante la imposibilidad de publicar sondeos electorales en los días previos a las jornadas electorales por estar sometido a la legislación española, suele recurrir a publicar con total transparencia la referencia sobre la posibilidad de acceder a la información de los sondeos en su homólogo *EL PERIODIC D'ANDORRA*.

“En cumplimiento de la ley electoral española, que prohíbe la difusión a partir de mañana de encuestas sobre intención de voto, EL PERIÓDICO DE CATALUNYA no publicará más sondeos en lo que resta de campaña. Sin embargo, y dado que este diario considera que la norma –que la totalidad de los partidos políticos aceptaron modificar tras las elecciones generales del 2008– es obsoleta, informará a sus lectores de la posibilidad de acceder, como ya hizo entonces, a la encuesta diaria que colgará en su web El Periòdic d’Andorra (www.elperiodicdandorra.ad), sujeto a la legislación de otro país”²¹.



FIGURA 1. Banner de El Periòdic d’Andorra anunciando los sondeos de las elecciones a la Generalitat de Cataluña de 2010 durante el plazo de prohibición de la publicación de nuevas encuestas en España²²

Una actuación similar ha sucedido los días previos a las elecciones generales de 2008 y 2011, en las que el diario *EL MUNDO* referenciaba que el rotativo *THE TIMES* publicaba sondeos electorales la empresa de *SIGMA DOS*, habitual proveedor de estos estudios para *EL MUNDO*. A su vez, el Director de este periódico, Pedro J. Ramírez, ha utilizado en diversas ocasiones su cuenta de twitter para hacer alusión a esta información y a las restricciones de la ley electoral:

“Veo que según algunos tuiteros el Times publica que Sigma 2 dice que la distancia entre PP y PSOE se acerca a 20 puntos. ¿Qué os parece?”

“Debo recordar que la LOREG castiga con penas de prisión la publicación, difusión o reproducción de sondeos estos días. No puedo hacer más.”

²¹ Extracto de la noticia titulada *“El Periòdic d’Andorra ofrecerá encuestas diarias en su web”* publicada en www.elperiodico.com el 22 de noviembre de 2010 en referencia a las Elecciones al Parlamento de Cataluña celebradas el 28 de noviembre de 2010.

²² Extraído de la página web de El Periòdic d’Andorra (www.elperiodicdandorra.ad).

“¿Qué os parecen los resultados del tracking de Sigma 2 que hoy publica el Times? ¿Y la prohibición de difundir sondeos en España?”.

FIGURA 2. Capturas de pantalla de la cuenta de twitter del Director de EL MUNDO²³



Ante esta situación, el principal planteamiento es la necesidad de dotar de coherencia al sistema y evitar que el régimen jurídico quede destinado a su incumplimiento o al escapismo sobre lo que establece. Para ello las posturas nos llevarían a adoptar medidas activas para asegurar el cumplimiento de las normas o a cambiarlas para adaptarlas a la realidad imperante. En el *primer caso*, el reto no está exento de dificultad por las complicaciones que conlleva al tener que superar necesariamente el descontrol de redes sociales que permiten el anonimato o la influencia sobre ámbitos territoriales que escapan de nuestras fronteras nacionales. La posición contraria conllevaría la **eliminación de las prohibiciones** de los plazos para la publicación de encuestas, algo que iría en sintonía con diversas recomendaciones

²³ Cuenta oficial de Pedro J. Ramirez en la red social twitter del 16 de noviembre de 2011.

del Consejo de Europa en las que recuerda a los Estados que cualquier restricción en la materia debe ser compatible con el derecho a la información, pero que al mismo tiempo recomienda que se limite la difusión de las encuestas a pie de urna hasta el cierre de los colegios electorales²⁴.

En *Francia y en Alemania*, la tendencia apuntada es la de articular mecanismos preventivos y disuasorios para evitar el conocimiento de los sondeos mediante sanciones ante las filtraciones de sondeos electorales durante la jornada electoral y en colaboración con los institutos de investigación para que no se ofrezcan datos a los medios de comunicación internacionales²⁵. Estas actuaciones para prevenir las filtraciones internas o externas de resultados antes del cierre de los Colegios Electorales se han articulado porque existe un organismo especializado, la "Comisión de sondages", que tiene un funcionamiento proactivo hacia el respeto a las normas electorales establecidas. Sin embargo, estas medidas puestas en marcha por la Comisión de Sondeos francesa siguen sin evitar que a través de las redes sociales y los diarios de países vecinos se publiquen, antes del cierre de los Colegios Electorales, los resultados de encuestas a pie de urna, tal como sucedió en las elecciones presidenciales francesas de 2012²⁶. Es esperable que en el caso de personas de nacionalidad o residentes en Francia, la difusión de datos de sondeos el día de las votaciones se vea minorada si se aplican mecanismos sancionadores, pero sigue sin darse una respuesta efectiva a la situación de globalización de la información.

Este dinamismo en la actuación de la *Comisión de Sondeos francesa* contrasta con la atonía mostrada por la Junta Electoral Central ante situaciones análogas ocurridas en España donde su inactividad es manifiesta. De hecho, el diario *EL PAÍS* en una noticia de 2008²⁷ hace referencia a que la JEC manifestaba que "*el organismo no actúa de oficio, solo toma decisiones si alguien plantea reclamaciones*" en referencia a la publicación en Reino Unido de una encuesta realizada por una empresa de sondeos española en el plazo que la ley prohibía su difusión.

²⁴ Recomendación CM/Rec(2007)15 sobre medidas relativas a la cobertura de los medios de comunicación de las campañas electorales, adoptada por el Comité de Ministros el 7 de noviembre de 2007.

²⁵ En 2009 EL MUNDO publicaba la noticia titulada "*Alemania investigará los sondeos electorales filtrados en Twitter*" sobre las medidas que iba a poner en marcha la autoridad electoral para evitar las filtraciones de sondeos a pie de urna que se habían ido sucediendo en varios comicios. En el caso francés, los anuncios realizados por la Comisión de Sondeos ante la celebración de las elecciones presidenciales sobre las consecuencias de filtrar resultados electorales antes del cierre de los Colegios Electorales tuvieron una amplia visibilidad en la prensa nacional e internacional, entre ellas se citan la noticias publicadas el 20 de abril de 2012 en El País "*Mordaza a los sondeos a pie de urna*" o por Liberation "*La Comisión de sondages joue la dissuasion massive*".

²⁶ En relación a las elecciones francesas se podían encontrar titulares como "*Internet se salta la ley y arroja los primeros sondeos en Francia*" (Heraldo de Aragón 22/04/2012) en referencia a las filtraciones de datos de sondeos en las redes sociales.

²⁷ Noticia publicada el 7 de marzo de 2008 bajo el título "*Los sondeos rompen el corsé*".

La solución a la publicación de sondeos fuera de las fronteras nacionales podría venir dada a través de dos alternativas incluso combinadas. Una de ellas pasaría por establecer una *autoridad europea* que, al menos en territorio comunitario, evitase las conductas esquivas de los medios de comunicación de otros países o grupos de comunicación con presencia internacional, sancionando la práctica de estas conductas. Por otra parte, el establecimiento de la necesidad de autorización previa y control para la realización del trabajo de campo de encuestas electorales en el territorio nacional el día de las elecciones, podría conllevar corresponsabilizar a los institutos de investigación en la custodia y no difusión de datos de sondeos, evitando de este modo que se produzcan *filtraciones* a través de redes sociales²⁸ o medios extranjeros, pero sin solucionar la situación si dicha publicación de resultados por medios foráneos no es fruto de una filtración, sino de un encargo.

En definitiva, esta situación no es un problema exclusivo de España o de los países de la Unión Europea, sino que cada vez se escucha con mayor intensidad en el resto de países, por lo que cabe preguntarse si finalmente agonizarán las legislaciones nacionales que mantienen restricciones temporales a la publicación de resultados de encuestas ante una realidad que camina hacia la liberalización.

5. Calidad de las encuestas y legitimación del sistema político ¿necesidad de una regulación?

Anteriormente ya se ha hecho alusión a la contribución que las encuestas a pie de urna realizan al afianzamiento del compromiso cívico de la ciudadanía con la política y su efecto de legitimación del sistema. De ahí que se pueda enfatizar sobre la garantía y rigor en la elaboración de encuestas y predicciones electorales como un elemento necesario porque las mismas contribuyen a la legitimación del sistema.

Desde el punto de vista jurídico, la necesidad de garantizar la profesionalidad y el rigor en la realización de los sondeos está relacionada por un lado con la previsión contenida en el artículo 68 de la LOREG al atribuir a la JEC la misión de velar para que la información relativa a sondeos electorales “no contengan falsificaciones, ocultaciones o modificaciones” deliberadas, pero hay una mayor trascendencia si lo relacionamos con el artículo 20.1.d que reconoce y protege el derecho a recibir información veraz.

²⁸ Durante la jornada electoral de las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011, algunos medios de comunicación digitales alertaron que se estaban comentando los resultados de sondeos a pie de urna en las redes sociales antes del cierre de los Colegios Electorales, tanto por usuarios desconocidos como por periodistas reconocidos como Pedro J. Ramírez: “*Filtran en Twitter los sondeos a pie de urna*” (Libertad Digital 20/11/2011), “*Se filtra a Twitter la encuesta de TVE: PP 181-185, PSOE 116-120, IU entre 9 y 11 diputados*” (Vigoalminuto.com 20/11/2011).

Tanto las encuestas pre-electorales, como los sondeos a pie de urna, no escapan de las posibilidades de error y a lo largo de la historia de las mismas han existido episodios en los que se criticaba abiertamente los errores cometidos en las estimaciones de resultados. Entre las situaciones de nuestro entorno en las que se han producido errores en lo apuntado por encuestas electorales podemos citar las expectativas ante las elecciones generales de 1993²⁹ (Fernández 2000:7) y 1996³⁰ (González 1998, Varela et al. 1998:274-275) o las recientes elecciones al Parlamento de Cataluña de 2012³¹, mientras que en países cercanos es recurrente mencionar las predicciones electorales de la primera vuelta de las elecciones francesas de 2002 porque no previeron el avance del Frente Nacional de Jean-Marie Le Pen y su entrada en la segunda vuelta.

Esto ha llevado a diversos autores a plantear la conveniencia o no de este tipo de sondeos, alimentando la controversia sobre el riesgo que asumen los medios de comunicación en caso de error en las predicciones (Díez Nicolás 2005:91), aunque se evidencia que las situaciones de crítica son efímeras y que se tiende a obviar el elenco de comicios en los que las predicciones han sido satisfactorias, especialmente en elecciones de segundo orden que no están tan expuestas a los efectos del clima de opinión (Wert 2002:241).

Los sondeos a pie de urna no están tan expuestos a problemáticas propias de los pre-electorales como la variación de la participación, el lapso de tiempo entre la realización del trabajo de campo y la emisión del voto, o la paradoja relacionada con el *blackout* porque a consecuencia de su publicación se produzca el efecto *bandwagon* o *underdog*, dejando sin validez un sondeo que haya acertado en su radiografía (López 2004:105). Sin embargo, tienen condicionantes específicos que también afectan a la generalidad de sondeos electorales, debido a efectos como la *espiral del silencio* (Neumann 1995) por el que la persona encuestada evite el posible reproche social por disentir de la opinión mayoritaria, haciendo que el voto expresado en la encuesta no se corresponda con la intención real o con el voto efectuado. A ello se suman problemas derivados de la propia calidad de las encuestas por la metodología o trabajo de campo efectuado (diseño muestral, selección de individuos, labor de los encuestadores, etc.), así como del propio análisis y modelo de estimación de

²⁹ En ellas se pronosticaba una derrota de Felipe González que finalmente no se produjo.

³⁰ En 1996 se preveía un escenario de amplia ventaja para el PP, aunque los resultados electorales que finalmente se obtuvieron dibujaron una situación más igualada entre el PP y el PSOE.

³¹ En este caso las encuestas no adelantaron la debacle electoral de CIU, que pese a ganar las elecciones bajó de un 38,43% de votos en 2010 al 30,68% en 2012. A este respecto, ANEIMO emitió una nota de prensa fechada el 28 de noviembre de 2012 en la que achacaba esta falta de precisión al fenómeno de la espiral del silencio, conjugada con el aumento de la participación, la reducción en la disposición de recursos económicos para la realización de las investigaciones y la influencia de los acontecimientos sucedidos en los últimos días dentro del plazo de prohibición de publicación de sondeos (en alusión a las acusaciones de corrupción del candidato de CIU), entre otros.

voto (consideración de factores cruciales de los comicios, tratamiento de la no respuesta etc.).

Desde el punto de vista jurídico se puede reflexionar si la comisión de errores en las predicciones electorales y por extensión su difusión como información, podría suponer una vulneración de la previsión constitucional del artículo 20. Sin embargo, el derecho a dar información veraz conlleva la obligación innata de contrastar la información, lo que se proyectaría sobre la labor de los periodistas que tratasen la información y la autorregulación de quienes elaboren la encuesta, "aunque luego pueda contener errores o inexactitudes" (Espín 1997:268).

Sin embargo, como método científico o que aspira a ello, se va retroalimentando y enriqueciéndose metodológicamente, surgiendo alternativas a las encuestas a pie de urna basadas en las proyecciones a través del recuento de las primeras papeletas en colegios electorales (Pavía et al. 2001).

Aun así, aparte de esta posibilidad de error que se pueda cometer en el marco de un proceso caracterizado por la solvencia técnica y rigor metodológico, nos encontramos con una problemática que va más allá de los sondeos a pie de urna y tiene relación con las garantías de las encuestas electorales en general. La regulación de la LOREG respecto a defectos en las encuestas electorales apenas supera el contemplar una serie de aspectos formales o limitaciones, como la publicación de unas especificaciones técnicas, la posibilidad de la JEC de requerir información adicional, un procedimiento de rectificación para los medios de comunicación que publiquen encuestas, entre otros. En lo que respecta al contenido y rigor metodológico de las encuestas, el artículo 69.2. realiza un mandato genérico a la JEC de velar para que "*los datos e informaciones de los sondeos publicados no contengan falsificaciones, ocultaciones o modificaciones deliberadas*", pero tal y como observamos, más allá del régimen de delitos e infracciones electorales, tampoco establece mecanismos activos que garanticen la solvencia técnica y la calidad de las mismas, más aun cuando la propia JEC en su doctrina ha establecido que las Juntas Electorales no actúan de oficio, ni tienen una actuación inspectora, sino que la misma se realiza solo tras una denuncia:

"Las Juntas Electorales no desarrollan una actuación inspectora de las irregularidades que pudieran estarse cometiendo en el proceso electoral, sino que, previa denuncia, corrigen dichas irregularidades, salvaguardando, en todo caso, los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y el principio de igualdad entre los actores electorales." Expte. 120/76, sesión de 7 de junio de 1999.

Esta omisión deja espacio a que medios de comunicación difundan encuestas de institutos de investigación sin que haya garantías de solvencia técnica, dejando al libre mercado la realización de una actividad que puede tener consecuencias negativas en la legitimidad del sistema político, motivo por el cual existe una inquietud

por esta u otras razones que tiende a plantear la necesidad de establecer requisitos en la materia de modo que *“garanticen su fiabilidad técnica y confiabilidad ciudadana”* (Lazarte 2007:842).

No obstante, la realidad en España ha llevado a que sean empresas de una larga trayectoria como TNS-Demoscopia las que principalmente realicen los últimos sondeos a pie de urna, aunque es cierto que se observan casos de otros tipos de estudios electorales sin aparente confiabilidad³² o situaciones en las que existen presuntas apropiaciones de datos de sondeos a pie de urna que son presentados por medios de comunicación fruto de filtraciones sin respetar la propiedad de los mismos o sin transparencia o con ambigüedad sobre su autoría³³, por lo que en todo caso se plantea como necesaria la existencia de una regulación al respecto.

De hecho, el propio Consejo de Estado ha ido en esta línea en su informe citado de 2009 al afirmar sobre las encuestas electorales que *“es fundamental asegurar un mínimo rigor metodológico en su realización, que garantice la calidad de la información obtenida”* añadiendo que este debe operar *“con independencia del margen de error natural que comporta toda encuesta, el principal riesgo que existe es el de su manipulación ... de ahí la necesidad de articular un régimen jurídico aplicable a los sondeos electorales, cuya principal finalidad es la de garantizar su fiabilidad”*.

Las principales alternativas para incorporar en la regulación normativa una serie de exigencias relacionadas con la solvencia técnica y profesional de las entidades que realizan sondeos a pie de urna no son sencillas de abordar, ya que al mismo tiempo debería existir un organismo o institución de control que realmente supervise por iniciativa propia si se cumple cualquier regulación que quiera establecerse y supervise las condiciones de acreditación o registro previo³⁴ de las entidades que realizan estudios electorales.

³² En este caso se puede citar la aparición de algunas encuestas políticas en el diario La Razón que se atribuían a una empresa denominada NC Report que no disponía de trayectoria conocida al respecto o ni siquiera página web en el momento de ser publicadas sus encuestas. Las referencias críticas a la falta de transparencia respecto a esta empresa y a los errores en los datos aportados han dejado múltiples referencias en la blogosfera y diarios digitales con titulares como *“Las encuestas de La Razón: ¿estudios demoscópicos ... o indicaciones de deseos?”* (Elplural.com 29 de agosto de 2011).

³³ Entre estos últimos, citamos la controversia desatada tras las elecciones generales de 2011, cuando al cierre de los Colegios Electorales, La Sexta e Intereconomía anunciaron datos de encuestas a pie de urna, a partir de las cuáles se produjo un cruce de acusaciones sobre la posible filtración temprana de los resultados de la encuesta de RTVE-Fortea a La Sexta antes que a otros medios de comunicación y respecto a Intereconomía por exponer unos datos cuya fuente se señalaba que era un sondeo interno a pie de urna del Partido Popular al que habría tenido acceso esta cadena, pero sin que existiese transparencia sobre el instituto de investigación responsable.

³⁴ Existen precedentes en España como el *“Registro de Empresas de Encuestas de Opinión”* que estableció el Decreto 2951/1975, de 31 de octubre, por el que se regula el régimen de las empresas dedicadas a encuestas de opinión (BOE núm. 284/1975, de 26 de noviembre).

El *Consejo de Estado* propone en el informe citado que esta labor se lleve a cabo por la propia Junta Electoral Central potenciando su papel y sus funciones, pero ello obligaría a dotarla de atribuciones para actuar de oficio y con dinamismo, así como a reforzar en su composición la presencia de integrantes procedentes de la politología y la sociología con mayor conocimiento sobre la investigación de la opinión pública³⁵. En todo caso, otras entidades podrían colaborar en la conformación de un nuevo organismo regulador y supervisor de la materia, entre las que podríamos citar al propio Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) dependiente del Ministerio de la Presidencia; la patronal del sector, la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión (ANEIMO) o a los Colegios Profesionales que agrupan a los politólogos y/o sociólogos, así como a las Universidades que poseen un área específica de Ciencia Política y/o Sociología.

En países vecinos existen organismos que no son novedosos, pero que vendrían a paliar la carencia existente en España si se incorporan como garantes del interés público en que se asegure el rigor y solvencia profesional en los sondeos electorales. En concreto nos referimos a la *Comisión de Sondeos* francesa creada en 1977³⁶ y entre cuyas atribuciones se incluyen aspectos que se inmiscuyen en la profesionalidad de los institutos de investigación, con funciones y facultades previstos para asegurar la objetividad y la calidad de los sondeos publicados o difundidos, siendo sus acuerdos adoptados mediante decreto del Consejo de Estado.

De hecho, este tipo de organismos también existe en Italia (Departamento de Información y Publicaciones de la Presidencia del Consejo de Ministros) y en Portugal (Alta Autoridad para la Comunicación Social) o bien estas funciones las asume directamente la Administración Electoral como sucede en Argentina, Brasil, Costa Rica, México, Perú o Venezuela, entre otros (Sandoval 2012).

En concreto y al margen del organismo regulador, otras propuestas que se pueden formular para su incorporación a la normativa española, pasan por exigir como requisito que las empresas que realicen este tipo de estimaciones electorales sigan algún tipo de norma deontológica y/o profesional como el Código Internacional

³⁵ La composición habitual de la JEC es principalmente jurídica, la LOREG en su artículo 9 regula su composición con ocho vocales magistrados del Tribunal Supremo entre los que se elige al Presidente y Vicepresidente, mientras que el puesto de secretario corresponde al Secretario General del Congreso de los Diputados. El resto de integrantes son cinco vocales catedráticos de derecho o ciencias políticas y de sociología, pero en la práctica proceden del campo jurídico, estando muy limitada la presencia de académicos de la politología y la sociología. Del último nombramiento de los cinco vocales de procedencia no judicial efectuado por el RD 1106/2012, de 16 de julio (BOE 171/2012, de 18 de julio), solo uno de ellos, Alfonso de Esteban Alonso es Catedrático de Sociología, perteneciendo el resto a la rama jurídica.

³⁶ Loi 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion (JORF de 20 de julio de 1977).

ESOMAR³⁷ o bien posean alguna certificación por entidades acreditadas como AENOR³⁸. El abanico de posibilidades es amplio, pero en todo caso deben guardarse algunas cautelas: la *primera* de ellas tiene relación con el mantenimiento de competencia en el sector, de modo que los requerimientos o acreditaciones no se conviertan en facilitadores de oligopolios que rompan el libre mercado por impedir a nuevos competidores su entrada al mismo; mientras que la *segunda* tiene relación con el exceso de énfasis en cuestiones de forma y no de contenido, haciendo con ello alusión a determinadas acreditaciones de solvencia o calidad como por ejemplo la clasificación empresarial que otorga la Junta Consultiva de Contratación Administrativa del Estado³⁹ o las propias normas de calidad que enfatizan para su concesión en aspectos normalizados, procedimientos o justificaciones documentales que, sin restar su importancia, no siempre se corresponden con la calidad bien entendida o con el saber hacer de las empresas.

Finalmente, cabe mencionar que todas estas interpretaciones y propuestas no son nuevas. De hecho, el profesor Gálvez Muñoz en sus artículos "*Encuestas de opinión pública y derecho a la información veraz*" (2000a:484-486) y "*Organismos de sondeos, encuestas electorales y derecho*" (2000b), ya realizaba diversos aportes sobre las necesidades de una regulación legal de las encuestas electorales estando en relación con las garantías aquí aludidas, como la creación de un organismo público a imitación de la *Commission des Sondages* francesa, la creación de un registro público de institutos de investigación que reúnan unos mínimos que aseguren su solvencia técnica y profesional o la introducción de normas y principios metodológicos de obligado cumplimiento para las encuestas de opinión, entre otras.

6. Desafíos de las nuevas tecnologías a los sondeos a pie de urna

La incorporación de nuevas tecnologías ha supuesto una revolución en el sector de los estudios de opinión por cuanto permiten una mayor sistematización y facilidad en la comunicación de los datos obtenidos por los encuestadores. Sin embargo, estos avances también han tenido su reflejo en la celeridad del recuento de votos una vez cerrados los colegios electorales en elementos complementarios al conteo manual de votos y que están relacionados con la automatización de la emisión de

³⁷ ESOMAR es la Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados y posee unas normas de autorregulación para la práctica de la investigación social y de mercados conocida como el Código Internacional CCI/ESOMAR.

³⁸ En la actualidad las empresas de investigación social y estudios de opinión pueden obtener la certificación de calidad en función de lo establecido en una norma específica para el sector, la UNE-ISO 20252.

³⁹ La clasificación empresarial dentro del Grupo L correspondiente a servicios *administrativos*, posee el subgrupo específico número 3 relativo a *encuestas, tomas de datos y servicios análogos*.

actas, informes y envío de resultados de las mesas de forma telemática el Centro de Recogida de Información⁴⁰

La rapidez de los recuentos y la previsible difusión de avances de resultados nos puede llevar a pensar que se generen dudas sobre la inversión en la realización de encuestas a pie de urna, ya que el lapso de tiempo entre el cierre de los colegios electorales y el conocimiento de los primeros avances de resultados puede ser muy reducido.

Los medios de comunicación difunden públicamente la información sobre el voto escrutado hasta las 21 h. del día de la votación, siguiendo lo establecido por la doctrina electoral en relación al hecho insular. En el caso de las elecciones generales de 2011, los primeros avances del recuento a las nueve de la noche se hicieron con menos del 10% del voto escrutado, pero sobre las 21:30 h. ya se llegaba al 40% y a las 22:00 h. hasta el 75%.

Un paso más allá de la mera introducción de nuevas tecnologías consistiría en facilitar el voto electrónico presencial, que como apunta Gálvez (2009:262) ofrece "indudables ventajas respecto al voto tradicional, como facilitar el recuento de los sufragios"; mientras que otros autores (García 2007:26) plantean que la ventaja de los recuentos automáticos tendría mayor sentido con listas abiertas porque el adelanto de estos sistemas ante listas cerradas solo puede adelantar los resultados algunos minutos.

En todo caso, mientras se producen o no los cambios necesarios para su llegada, podríamos especular que el voto electrónico presencial permitiría conocer en un solo *click* los resultados electorales de los colegios electorales en los que no se hubiesen producido incidencias nada más cerrar y a excepción del voto de los no residentes si no utilizan el mismo sistema y de los colegios canarios. En este sentido, nos encontraríamos con un contexto en el que se podría prescindir de los sondeos a pie de urna, porque la principal justificación de la inversión y que es la realización de pronósticos electorales para su difusión en *prime time*, ya podría estar cubierta por el escrutinio del voto real en una amplia proporción.

Además, sería poco probable que los partidos políticos u otras organizaciones realizaran sondeos a pie de urna para conocer a lo largo de la jornada la evolución de los sufragios y resultados esperados, inclusive ante la necesidad de tener un mayor conocimiento sobre las razones del voto o el comportamiento electoral, ya que este espacio lo viene cubriendo el CIS a través de sus encuestas post-electorales que incluyen multitud de variables para analizar los razonamientos del voto.

⁴⁰ En las mesas administradas electrónicamente los principales procedimientos que se contemplan y que dan una mayor agilidad al proceso con unas menores posibilidades de error son los siguientes: confección automatizada e impresión de la lista de la lista de votantes, acta de escrutinio y acta de sesión.

Aparte quedaría otro posible motivo de permanencia de los sondeos a pie de urna como pudiese constituir el conocimiento del comportamiento electoral en función de variables que no se conocen a través de los resultados electorales, siendo en concreto algunas como el sexo, la edad, la ocupación, entre otras. Sin embargo, esta segmentación es la que se ofrece nítidamente en las fases post-electorales de las encuestas del CIS, motivo por el cual se pone en duda la pervivencia de este tipo de encuestas a pie de urna en caso de articular el voto electrónico y más que por la propia utilización del sistema, por el hecho de tener acceso a un recuento cuasi-inmediato.

Sin embargo, el caso canario y la configuración conformada por la JEC, es la mejor protección que tienen los sondeos a pie de urna hoy en día, ante el riesgo de ser sustituidos por la información real de los recuentos, bien por una mayor celeridad debido a las nuevas tecnologías o en el caso de la incorporación del voto electrónico.

7. Conclusiones y propuestas

Los sondeos electorales en general tendrían la función de alimentar el interés y la información política, por lo que suponen un elemento *“facilitador”* de la interacción entre los ciudadanos y el sistema político, de modo que colaboran en el proceso de legitimación del mismo. En el caso de los sondeos a pie de urna, pese a publicarse con posterioridad a las votaciones, juegan un papel que entra dentro del imaginario esperado de unas elecciones y mantienen la atención del electorado tras el cierre de los Colegios, por lo que se les puede atribuir esa función de apoyo a la legitimación del sistema político en el marco de unos comicios electorales y se justifica que se preserve un espacio a este tipo de sondeos con las mayores garantías posibles.

La regulación actual de las encuestas electorales es escasa y sería deseable un mayor tratamiento de esta materia por la importancia que tienen sus potenciales efectos. Sobre los sondeos a pie de urna, ha sido la Junta Electoral Central la que ha establecido los condicionantes y límites que se deben respetar, pero dicho tratamiento ha sido mínimo y principalmente centrado en las restricciones sobre el lugar de realización de las encuestas y el momento de su publicación.

Sería deseable una incorporación a la LOREG de una mayor regulación de las labores que rodean a los sondeos, tanto en la realización del trabajo de campo, como sobre la publicación de los resultados, dotando a la materia de una mayor seguridad jurídica y elevando a rango de ley lo que ahora es doctrina de la JEC, como ya hizo parcialmente la ley electoral vasca al incluir expresamente la prohibición de publicación de encuestas hasta la finalización de las votaciones. También convendría que la LOREG ampliase su alcance a las encuestas electorales que se publican tras el cierre de los colegios electorales en lo que se refiere a la transpa-

rencia en su confección, autoría, así como un régimen para sancionar las filtraciones a otros medios de comunicación o que se utilice la información gratuitamente sin previa autorización.

Respecto a la limitación de la publicación y difusión de resultados de encuestas electorales, este es el aspecto más débil de la regulación, por cuanto los nuevos fenómenos como el acceso a medios de comunicación a través de internet o las filtraciones a redes sociales, hacen que se trasgreda esta prohibición. Uno de los elementos principales a la hora de plantearse la fundamentación de las prohibiciones durante los días previos es que se da por hecho que la publicación de encuestas tiene efectos en el comportamiento de los electores. Sin embargo, hasta el momento la literatura científica no tiene una postura consensuada respecto al sentido de dicha influencia, es decir, se conoce la existencia de algunos efectos y se establecen tipologías de los mismos, pero sin conocer cuál es realmente el más importante e incluso encontrando reiteradamente alusiones a que los principales que se conocen (*bandwagon* y *underdog*) se anulan entre sí. Por este motivo, cabría preguntarse si las prohibiciones de publicación de encuestas a lo largo de la jornada electoral tienen algún sentido más allá de permitir que los electores voten en un plano de igualdad respecto a la información sobre pronósticos a la que hayan podido tener acceso antes del inicio de la prohibición, porque en caso contrario, se estaría vulnerando el derecho a comunicar y difundir libremente información veraz y además se estaría evitando que los electores adopten su decisión bajo criterios fundamentados en el mayor nivel de información posible y por tanto más racionales. Cuestión diferente es que se quiera preservar la posibilidad de que haya tiempo para la rectificación de encuestas publicadas o que se planteen temores sobre la calidad de las mismas o su posible manipulación, pero esto ya formaría parte de otro debate vigente.

En lo que respecta al **plazo de prohibición de publicación previo a la jornada electoral** hay dudas más que evidentes sobre su mantenimiento, ya que se compromete el derecho fundamental a comunicar y recibir libremente información veraz, pone en situación de inferioridad a los medios de comunicación españoles en relación a los extranjeros y rompe la igualdad en el acceso a la información entre las élites políticas que puedan tener acceso a las estimaciones y el resto de los ciudadanos. En base a algunas de estas consideraciones la doctrina, el Consejo de Estado y diversos organismos como el Consejo de Europa apuestan por la supresión de esa restricción temporal, situación que además se erige como una tendencia mundial en el ámbito del derecho electoral, por lo que sería aconsejable la eliminación de dicha prohibición que establece la LOREG.

Sobre la **prohibición de publicación de encuestas a lo largo de la jornada electoral**, las opciones serían mantener la prohibición o tender hacia el modelo norteamericano y liberalizar completamente la posibilidad de publicación en base a lo expuesto sobre el desconocimiento de los efectos reales de la publicación de encuestas. El Consejo de Europa ha adoptado la primera de las posturas, pero en

caso de mantenerla como está ahora, se sigue sin dar respuesta a las posibles situaciones de escapismo a la normativa como la publicación de datos de encuestas en diarios extranjeros accesibles por internet o su filtración a través de redes sociales. En los últimos años se ha evidenciado que la libertad de expresión se pone por encima de las limitaciones impuestas por las reglas electorales o los criterios de la JEC, como ha sucedido con las manifestaciones públicas de amplio calado político durante la jornada de reflexión y día de las votaciones que acontecieron en el contexto de las elecciones generales de 2004 tras los atentados del 11 de marzo en Madrid, o más recientemente, con el movimiento 15-M en los comicios autonómicos y generales celebrados en 2011. Parecería por tanto más pragmático que se vayan eliminando las reglas que no son estrictamente necesarias, como se puede considerar la prohibición de publicación de encuestas durante la misma jornada electoral. Para ello, hoy en día bastaría con un cambio en el criterio de la JEC, permitiendo la difusión de sondeos en la jornada electoral, ya que la literalidad de la LOREG no prohíbe la publicación el mismo día de las elecciones, salvo que se aplique una interpretación finalista de la norma o que se incluya la prohibición expresa el día de las votaciones, como se ha sugerido a los meros efectos de dotar de seguridad jurídica a la materia.

En todo caso, si se toma la postura de mantener el *blackout*, antes de la jornada electoral y/o durante la misma, por una cuestión meramente de coherencia se tornaría necesario introducir en la LOREG que dicha prohibición no solo abarcara a la publicación, difusión o reproducción de sondeos, sino también a la *realización de referencias o la derivación* hacia los medios de comunicación que no están sujetos a legislación española, evitando así conductas como las mencionadas de *EL PERIÓDICO DE CATALUÑA* o el diario *EL MUNDO*.

Pero a su vez, cualquier prohibición queda en papel mojado si no se articulan mecanismos activos para impedir o sancionar las conductas que las infrinjan, lo que nos lleva a la propuesta de dotar de mayor proactividad a la Junta Electoral Central, cuya pasividad se hace reprochable según su trayectoria reciente, y que además conecta con el deseable papel que debería tener en la supervisión y control de las actividades demoscópicas.

Al igual que se considera que las encuestas contribuyen indirectamente a la legitimación del sistema político, la mala praxis más allá del error admisible, puede ocasionar el descrédito sobre las mismas. Esto nos lleva a la propuesta de creación de un organismo, o ampliación de las funciones y estructura de alguno de los actuales (JEC, CIS, etc.) que tenga una mayor preocupación por la materia y realice realmente una función de supervisión y garantía del trabajo demoscópico y bajo cuyo paraguas, se establezca un procedimiento eficaz y no solo formal de acreditación y registro previo de las empresas que quieran realizar sondeos electorales e incluso de encuestas de ámbito político en general y cuya regulación podría incardinarse en la LOREG o en la regulación actual del CIS.

Finalmente, cabe mencionar que las principales incertidumbres sobre el futuro de los sondeos a pie de urna derivan del reducido margen de aprovechamiento de sus resultados que se limita a una hora, desde que se cierran los colegios electorales a las ocho de la tarde, hasta que se difunden los primeros recuentos de voto a las nueve de la noche. En caso de un cambio de criterio por la JEC que permitiese difundir el escrutinio provisional desde las ocho de la tarde, se pone en duda la continuidad de este tipo de estudios a medio plazo. Esto se mantiene porque las nuevas tecnologías aplicadas al proceso de recuento o la eventual incorporación del voto electrónico, puede acelerar el proceso y llevar a que los resultados de encuestas solo sean viables durante algunos minutos, poniendo en duda su consideración como inversión ante su alto coste.

En conclusión de todo el análisis realizado, se hace necesario un replanteamiento de la regulación de las encuestas electorales en general y se evidencia la necesidad de extender su regulación a la casuística de los sondeos a pie de urna para dotar a los mismos de seguridad jurídica, así como a aspectos que permitan profundizar en las garantías sobre los institutos de investigación y el trabajo que realizan, planteando además la conveniencia de suprimir los plazos en que se prohíbe la difusión de sus estimaciones, la necesidad de un organismo que asuma funciones activas de supervisión y control de calidad de los sondeos y de velar por el cumplimiento de la normativa, y que toda esta regulación esté impregnada de una orientación tendente a permitir la pervivencia y viabilidad de los sondeos a pie de urna, como parte de los elementos que rodean a una cita electoral y que coadyuvan a la función de legitimación del sistema político que tienen las elecciones.

8. Referencias bibliográficas

Bibliografía

Anduiza, E. 2009. "Internet, campañas electorales y ciudadanos: el estado de la cuestión". *Quadernos del CAC*, 33:5-12.

Borge, R. 2006. "Elecciones, sistemas de partidos y comportamiento electoral." Pp. 239-318 en *La democracia española: realidades y desafíos. Análisis del sistema político español*, coordinado por M. Barreda y R. Borge. Barcelona: UOC.

Consejo de Estado de España. 2009. *Informe de propuestas de modificación del régimen electoral general* (24 de febrero de 2009).

Díez Nicolás, J. 2005. "La solvencia de los sondeos electorales". *Cuadernos de Periodistas. Revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 4: 79-91.

Espín, E. 1997. "Los derechos de libertad. Libertades de expresión e información." *Límites*. Pp. 259-286 en *Derecho Constitucional, Vol. I, El ordenamiento constitucional. Derechos y deberes de los ciudadanos*, editado por L. López Guerra et al. Valencia: Tirant Lo Blanc.

Fernández Mellizo-Soto, M. 2000. *¿Para qué sirven las campañas electorales? Los efectos de la campaña electoral española de 1993*. Working Paper 2000/148. Madrid: Fundación Juan March. Consulta 26 de diciembre de 2012.

(http://www.march.es/ceacs/publicaciones/working/archivos/2000_148.pdf)

Gálvez Muñoz, L.A. 1997a. "La influencia de las encuestas electorales sobre los electores". Pp. 797-818 en Estudios de Derecho Constitucional. Homenaje al Profesor Rodrigo Fernández-Carvajal. Vol. II. Murcia: Universidad de Murcia.

Gálvez Muñoz, L.A. 1997b. "La prohibición de difundir encuestas electorales ¿Una norma inconstitucional?". *Revista de las Cortes Generales*, 41: 46-89.

Gálvez Muñoz, L.A. 2000a. "Encuestas de opinión pública y derecho a la información veraz". *Revista de Derecho Político*, núms. 48-49: 455-486.

Gálvez Muñoz, L.A. 2000b. "Organismos de sondeos, encuestas electorales y derecho". *Revista de Estudios Políticos*, núm. 110:97-121.

Gálvez Muñoz, L.A. 2002a. *El régimen jurídico de la publicación de las encuestas electorales*. Madrid: Congreso de los Diputados.

Gálvez Muñoz, L.A. 2002b. "Un hito en la lucha contra la prohibición temporal de publicar encuestas electorales: la sentencia 5302, de 4 de septiembre de 2001, de la Corte de Casación Francesa". *Anuario de Derecho Constitucional y Parlamentario*, 14: 171-196.

Gálvez Muñoz, L.A. 2009. "Aproximación al voto electrónico presencial: estado de la cuestión y recomendaciones para su implantación". *Teoría y Realidad Constitucional*, 23: 257-270.

García Soriano, M.V. 2007. "Una reconsideración de las garantías electorales ante las nuevas modalidades de (e-)votación". *Revista de Derecho Electoral*, 4:1-28.

González, J.J. 1998. "Política y demoscopia. Los sondeos y las elecciones generales de 1996". *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 1:181-199.

Lazarsfeld, P.F. (et al.). 1944. *The People Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce.

Lazarte, J. 2007. "Encuestas y sondeos durante el proceso electoral". Pp. 836-842 en Tratado de derecho electoral comparado de América Latina, editado por D. Nohlen (et al.). México: Fondo de Cultura Económica.

López García, G. 2004. *Comunicación electoral y formación de la Opinión Pública. Las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. Valencia: Universidad de Valencia.

Maarek, P.J. 2012. *Campaign Communication & Political Marketing*. Malden: Wiley-Blackwell.

Martín Velicia, F.A. y F. Criado García-Legaz. 2007. "Contrastación de la Representatividad de las Secciones Electorales: 1990-2004". Pp. 2377-2388 en Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro, coordinado por J.C. Ayala Calvo. Logroño: Universidad de la Rioja.

Moreno Martínez, C. 2010. "El efecto de la campaña para las elecciones generales españolas de 2008 sobre la información política y la participación electoral de los votantes: ¿Se puede hablar de una función de legitimidad de las campañas electorales?". *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 24: 53-81.

Neumann, E. 1995. *La Espiral del Silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Nohlen, D. 2004. *Sistemas Electorales y Partidos Políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.

Norris, P. 2001. "¿Un círculo virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post-industriales". *Revista Española de Ciencia Política*, 4: 7-33.

Orosa González, J.J. 2009. *El marketing de los partidos políticos. La lucha por el poder*. Barcelona: Erasmus Ed.

Pacheco Luna, C. y M. Velásques Posada. 2006. "Las encuestas electorales y su regulación". *Derecho Comparado de la Información*, 53-74.

Pavía Miralles, J.M. (et al.). 2001. "Proyecciones en la noche electoral". *Revista Estadística Española*, 43, Núm. 148: 225-239.

Rallo Lombarte, A. 2011. "Neutralidad y pluralismo de los medios de comunicación en las campañas electorales en España: la reforma de la LOREG por la Ley Orgánica 2/2011". IV Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral. México: Tribunal Electoral.

Sandoval Agüero, C. (et al.). 2012. *Encuestas electorales. Experiencia Comparada*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

Sobrino, V. 2012. "Los avances de resultados en una jornada electoral". *Revista Mas Poder Local*, 13: 42-44.

Soler Sánchez, M. 2001. *Campañas electorales y democracia en España*. Castellón de la Plana: Universidad Jaime I.

Todolí Gómez, A. 2010. "La actualidad de los delitos electorales". Noticias Jurídicas. Artículos doctrinales: derecho penal. Consulta 27 de diciembre de 2012 (<http://noticias.juridicas.com/articulos/55-Derecho%20Penal/201010-10843930765328.html>)

Torrens, X. 1996. "Los sistemas electorales". Pp 341-369 en Manual de Ciencia Política, coordinado por M. Carminal Badia. Madrid: Tecnos.

Varela Malleo, J. (et al.). 1998. "Estimación de la respuesta de los «No sabe/No contesta» en los estudios de intención de voto". *Revista de Investigaciones Sociológicas*, 98: 269-287.

Wert, J.I. 2002. "No le contéis a mi madre que hago encuestas políticas. Ella cree aún que soy pianista en un burdel". *Revista Española de Investigación Sociológicas*, 99: 237-245.

Normativa y textos jurídicos

Consejo de Europa 2007. Recomendación CM/Rec(2007)15 sobre medidas relativas a la cobertura de los medios de comunicación de las campañas electorales, adoptada por el Comité de Ministros el 7 de noviembre de 2007.

España. 1975. "Decreto 2951/1975, de 31 de octubre, por el que se regula el régimen de las empresas dedicadas a encuestas de opinión". BOE núm. 284/1975, de 26 de noviembre.

España 1980. "Ley 14/1980, de 18 de abril, sobre Régimen de Encuestas Electorales". BOE núm. 100/1980, de 25 de abril.

España 1985. "Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio del Régimen Electoral General". BOE núm. 147/1985, de 20 de junio."

España 1995. "Ley 39/1995, de 19 de diciembre de organización del Centro de Investigaciones Sociológicas": BOE 303/1995, de 20 de diciembre.

España 2011. "Ley 2/2011, de 28 de enero, por la que se modifica la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General": BOE núm. 25/2011, de 29 de enero.

España 2012. "Real Decreto 1106/2012, de 16 de julio, por el que se nombran Vocales de la Junta Electoral Central": BOE 171/2012, de 18 de julio.

Francia 1977. "Loi 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion": JORF de 20 de julio de 1977.

País Vasco 1990. "Ley 5/1990, de 15 de junio, de elecciones al Parlamento Vasco": BOPV núm. 134/1990, de 6 de julio.

ARTICULOS/ARTICLES

- La participación de las mujeres en las Fuerzas Armadas españolas: de la incorporación a la integración / Women's participation in the Spanish Armed Forces: from incorporation to integration
Yolanda Agudo Arroyo Págs 9-27
- Estudio comparativo del consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes españoles y europeos / Comparative study of psychoactive substances in Spanish and European adolescents
Francisco Javier García Castilla y Laura Ponce de León Romero Págs 29-49
- La práctica del Trabajo Social en salud desde la perspectiva de los modelos de intervención / The practice of Social workers in health care from the perspective of intervention models
Silvia Vázquez González, Blanca Guadalupe Cid de León Bujanos y Josefina Pimentel Martínez .. Págs 51-67
- El derecho fundamental a la protección de datos personales y los ficheros privados: el interés legítimo en el tratamiento de datos / The fundamental right of personal and private files protection: the legitimate interest in the data processing
M^a Carmen Plana Arnaldos Págs 69-89
- Regulación electoral de los sondeos a pie de urna en España: asignaturas pendientes y obsolescencia ante las nuevas formas de comunicación / Electoral regulation of exit polls in Spain: unfinished topics and obsolescence in the face of new forms of communication
Javier Sierra Rodríguez Págs 91-118
- Evolución de la incidencia y preferencia de recursos por parte de los usuarios Dependientes desde 2007 hasta 2013 / Evolution of the incidence and preference of resources by Dependent users from 2007 to 2013
Luis Manuel Rodríguez Otero Págs 119-146

RESEÑAS/REVIEWS

- Francisco Gorjón Gómez y Antonio López Peláez (coords.). Estado del arte de la mediación / State of the art of mediation (por Juan Carlos De Peralta Ortega) Págs 147-150
- Rubén Darío Torres Kumbrián. Comunidades y Mujeres Musulmanas: Diagnósticos sectoriales y premisas epistemológicas y hermenéuticas islámicas reformistas para el Trabajo Social Comunitario / Communities and Muslim Women: Sectorial diagnostics and epistemological, hermeneutics reformist and islamic premises for Community Social Work (por Laura Martínez Murgui) Págs 151-154
- Rubén Darío Torres Kumbrián. Trabajo Social con Comunidades y Mujeres Musulmanas: Premisas de la Intervención para la Plena Pertenencia Social / Social Work with Communities and Muslim Women: Intervention Assumptions for Full Social Membership (por Eloy Vírveda Sanz) Págs 155-157