

ENCUESTAS: ENTRE EL VILIPENDIO A LA ALABANZA

Abstract

Vilipendiadas by, used over and over again by others, the electoral surveys receive protagonism in our political life more and more. Ayudan to deepen the democracy? Sirven for propagandistic aims? The controversy is served.

Resumen

Vilipendiadas por unos, utilizadas hasta la saciedad por otros, las encuestas electorales cobran cada vez más protagonismo en nuestra vida política. ¿Ayudan a profundizar la democracia? ¿Sirven para fines propagandísticos? La polémica está servida.

Esta semana, el precandidato presidencial conservador Juan Camilo Restrepo envió una carta a las autoridades electorales y al directorio nacional de su partido protestando por lo que consideraba una “inexplicable y constante” actitud de las firmas encuestadoras de no incluir en forma debida su nombre en los sondeos publicados en los últimos días. El político antioqueño también cuestionaba el público entre que se realizaban las encuestas.

Este es un ejemplo de la extrema sensibilidad que tienen los candidatos frente al tema de las encuestas electorales, sensibilidad que en ocasiones se extiende a la llamada opinión pública

Aumentarán

Las pasadas elecciones para autoridades regionales marcaron la pauta: Las encuestas nacionales, regionales y locales proliferaron como hongos.

ceo@carios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775

Según Carlos Lemoine, presidente del Centro Nacional de Consultoría, una de las principales firmas de investigación en mercados del país, en los meses previos a los comicios del 26 de octubre, muchas ciudades y departamentos fueron sondeados por primera vez.

El mismo Lemoine prevé que, en adelante, el protagonismo de las encuestas electorales será mayor.

Y aumentará la polémica: ¿Distorsionan la realidad? ¿Manipulan y son manipuladas? ¿Son más una herramienta publicitaria que un factor de conocimiento real de las necesidades y opiniones del electorado?

En el plato de la polémica hay viandas para los dos bandos: Muchas de las encuestas realizadas en Bogotá marcaron claramente la tendencia del electorado en distintas etapas. También muchos de los sondeos para alcaldías y gobernaciones acertaron.

Sin embargo, en el caso de las gobernaciones del Valle y Antioquia, varias erraron. También fue notoria la utilización de las encuestas como herramienta de propaganda: en nuestro departamento, a un sondeo que daba como ganador a un candidato, se le respondía con otro de su oponente, que lo daba como triunfador en otros sectores.

Una fotografía

Nunca se debe olvidar, como lo explica Rubén Sánchez David exdirector del programa en Magíster de Ciencias Políticas de la Universidad de los Andes, que “El sondeo no proporciona un resultado electoral; es sólo una fotografía de las posiciones del electorado en un instante”.

Y esa fotografía en ocasiones, no corresponde a los resultados de las elecciones. En un país tan dinámico como el nuestro, un acontecimiento especialmente grave puede modificar una intención de voto, a favor o en contra.

Según la investigadora Nubia Urueña también puede ocurrir que el potencial elector, al ver que un candidato que no considera el mejor va de primero en las encuestas, decide votar en contra de él. Según ella, ese fue el caso de Santafé de Bogotá.

Y viceversa

También se presenta el efecto contrario, que, en el medio de las investigaciones del mercado, se conoce como “band-wagon”. Es decir, pegarse del carro de la victoria. Los posibles electores, al ver que un candidato va punteando el lote por abrumadora mayoría, deciden darle su voto.

Este efecto no ha podido ser comprobado con rigurosidad, pero, sin duda, a él le apuestan los políticos cuando inundan las salas de redacción de los medios con los resultados de encuestas contratadas por sus campañas.

Un político, el excandidato liberal a la Alcaldía de Medellín, Armando Estrada Villa, cree que este fenómeno del “band-wagon” sí se presenta en nuestro medio. “Entre nosotros es común que la gente busque que su voto sea útil, que sirva para ganar. Por eso cuando las encuestas se publican y la gente ve que va bien un candidato, lo que no tienen debida formación política, compromiso de carácter ideológico, buscan que su voto no se pierda y, por lo general, se montan en el carro ganador”.

Otros problemas

El politólogo Rodrigo Losada considera que, si las encuestas cumplen los requisitos de calidad acostumbrados por las empresas serias, no implican manipulación alguna.

ceo@carios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775

Agrega que la manipulación, cuando se da, tiene lugar casi siempre en la divulgación de los resultados. Así:

- Cuando se da a conocer sólo una parte de los resultados: Los favorables a un candidato o grupo.
- Cuando se dan a conocer porcentajes que registran una preferencia y opinión sin informar cual universo se refiere y cómo se obtuvo.
- Cuando se generaliza sobre el total de la población colombiana con base en encuestas realizadas sólo en los principales centros urbanos.
- Cuando se omite el texto literal de la pregunta empleada y se presenta al público la interpretación que de los resultados hace la firma responsable de la encuesta o el medio que la divulga.
- Cuando se informa sobre la distribución de las respuestas obtenidas sin alertar sobre los márgenes de error.

Otras consideraciones que se hacen contra las encuestas es que crean un desbalance entre los candidatos que las pueden hacer y los que no. Y en nuestro país, se tienen la percepción común de que sólo las realizan los candidatos, no los gobernantes, a pesar de que el argumento principal a su favor es que ayudan a conocer las opiniones y necesidades de la comunidad

Ventajas

Rodrigo Losada, considera que las encuestas permiten lo que ambiciona toda democracia política: “Auscultar las preferencias y opiniones del electorado para orientar las decisiones públicas o las propuestas de los candidatos”. Y les apunta varias ventajas sobre otras formas de consulta democrática, como el referendo o el plébiscrito:

- Se pueden hacer constantemente, cada día si es del caso, y sobre una variedad casi infinita de temas.
- Son más ágiles, incisivas y versátiles. Por tanto, puede registrar lo que siente y piensa la opinión pública con mayor profundidad y claridad.

¿Están siendo bien utilizadas las encuestas en nuestro país? La polémica está servida y lo que ocurrió en las pasadas elecciones apenas es el primer bocado.

Estamos en una etapa infantil de uso

El desarrollo de las encuestas en Colombia se encuentra en una “etapa infantil”, por eso los errores que se cometen en su utilización y comprensión tanto por parte del público como de los mismos candidatos, indica Carlos Lemoine, presidente del Centro Nacional de Consultoría. Sin embargo, considera que desde este momento le prestan portes valiosos a la democracia, como:

- Contribuyen al ambiente electoral. “Hacen sentir durante todo el proceso electoral la opinión de los ciudadanos (...) y lo vuelven muy participativo”
- Hace valorar más las necesidades de la gente que los aspectos políticos e ideológicos. “ Es un cambio político enorme que propician : Cambia el polo de atracción de lo ideológico hacia las necesidades concretas”
- Le dan oportunidad y figuración a las personas que realmente le interesan a los ciudadanos. Considera que a muchos candidatos les ha dado un valor político enorme, que no habrían tenido sin las encuestas, Cita como ejemplos Andrés Pastrana y Antanas Mockus.
- Proporcionan datos objetivos. “Como es un juego en el que está tan envuelto el porvenir de las regiones y el país, es bueno que esté iluminado por información objetiva, que en política es muy escasa”.

- Cree que ahorran dinero. “En vez de tener cien candidatos se pueden reducir a tres rápidamente y el país se ahorra un montón de campañas, que a la larga las paga es el ciudadano. Contribuyen a que haya menos aventuras”

Comprensión

Sobre si los colombianos son conscientes de que las encuestas son “sólo una fotografía d ellas posiciones del electorado en un instante”, Carlos Lemoine responde que estamos ante una opinión muy volátil, pues está sometida a un proceso de choque constante. “En el caso de que fuera una fotografía, al otro día ya no es la misma”.

Y dice que la naturaleza misma del dato de la encuesta es muy compleja, pues es probabilístico, no fino. Esto es algo que todavía no se tiene muy claro en nuestro país. Pero no duda de su importancia creciente. “En el mundo entero cada día es más importante el ciudadano y el consumidor. Y la única manera de saber qué piensan es a través de la encuesta. Nosotros no nos vamos a poder apartar de esa tendencia”.

En estos momentos, considera que en Colombia vivimos una “etapa infantil” en el desarrollo de las encuestas, en la que se pelea con la encuesta en vez de hacerlo con el contrincante y se utiliza como arma arrojada.

Al referirse a la guerra e sondeos que se presentaron en las elecciones pasadas, dice que también nuestra democracia “es muy joven”.

“En muchas partes era la primera vez que se hacían encuestas. Y es natural que un elemento nuevo se use inadecuadamente, porque todavía no se sabe bien para qué sirve”

¿Que pasa en Antioquia?

El Centro Nacional de Consultoría realizó una encuesta en todo el país sobre las preferencias de los colombianos en votaciones presidenciales y para autoridades regionales.

Aunque la mayoría de las tendencias se señalaron resultaron acertadas, las que presentaron para las gobernaciones de Antioquia y el Valle no coincidieron con lo que arrojaron los comicios.

“Reconocemos que no fue acertado nuestro pronóstico en el caso de Antioquia. Pero aquí parece que hubo cambios muy drásticos. Se presentaron hechos muy graves que, a mí me parece, pusieron a pensar a los antioqueños e hicieron cambiar en alguna medida sus decisiones a última hora”.

En el caso del Valle, asegura que posteriormente a la encuesta nacional se realizó otra regional que “mostró perfectamente cómo iban a ser las cosas. En Antioquia no se hizo una encuesta lo suficientemente amplia en los últimos días y esa es tal vez una de las explicaciones de la diferencia”.

“El problema es como las utilizan”

“El problema no son las encuestas sino cómo se utilizan”, señala Nubia Urueña, directora de Gestión Pública de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.

“Que la gente sepa cómo se están moviendo las preferencias es positivo para la democracia como se sistema”. En la democracia indica se debe buscar mayor información posible y después, transparencia en su divulgación.

Por eso, considera que no se deben deslegitimar las encuestas como instrumento. El problema - insiste - está en la manera como las utilizan los medios de comunicación y quienes las contratan.

Cree que una solución para evitar que la información de las encuestas sea mal utilizada es que los partidos autorregulen, a través de códigos de ética toda información política que salga al público, para que no se use con fines distintos al de la información transparente.

“Es mentira que el que no tiene encuestas no puede ganar, porque (Rudolf) Hommes tenía encuestas y no ganó”

Señala sin embargo, que es posible que los bogotanos reaccionaran al ver que en las encuestas estaba punteando Carlos Moreno de Caro y muchos decidieran votar. “Ese es el sentido de que la gente tenga información. Yo entiendo que la gente reaccionó y por eso salió masivamente a votar”.

Sobre las encuestas que no acertaron Nubia Urueña cree que puede deberse a dos factores: La estadística, teniendo en cuenta el margen de error, y el lugar donde se tomaron.

“Por ejemplo, si el potencial electoral de Holguín Sardi era en las cabeceras y no en las zonas rurales, dependiendo de donde se haya tomado la encuesta, afecta su definición”