

COLUMNAS

Despejando el bosque: Las encuestas no son el problema

El Ciudadano · 24 de diciembre de 2012





En las últimas semanas estuvo en cuestión la capacidad de las encuestas socio-políticas para anticipar resultados electorales, debido a las proyecciones de sondeos publicados en ***El Mercurio*** y ***La Tercera*** durante la campaña. En especial, la encuesta publicada una semana antes de las elecciones. Los resultados de esas encuestas tuvieron grandes diferencias con los resultados en la elección de alcalde en varias comunas importantes del país.

A partir de este hecho, el problema no es si las encuestas tienen la capacidad de proyectar resultados, sino que se utilicen sus resultados para influir en el votante días y/u horas antes de las elecciones, por uno o por otro candidato afín a los intereses del medio de comunicación que publica las cifras de los sondeos.

Las encuestas, como técnica descriptiva y predictiva de las ciencias sociales, siempre han sido utilizadas como un instrumento válido para conocer la realidad social del país, y las preferencias de los individuos en forma agregada. Corresponde a una técnica de carácter positivista, que no cuestiona la realidad en donde viven los individuos, sino que simplemente busca describirla y explicarla. Es utilizada en diversos tipos de estudios: de mercado, evaluaciones de políticas públicas, evaluaciones medio ambientales, entre otras. Se rigen por procedimientos metodológicos que están concordados por la comunidad científica de las ciencias sociales. Entre los más importantes, el cálculo de la muestra (número universo o población, número de encuestados, error muestral), el diseño muestral (procedimientos de selección de las unidades muestrales, procedimientos de ponderación), la construcción del cuestionario (redacción de preguntas insesgadas), la forma de aplicación del cuestionario (telefónicas, cara a cara, autoadministradas), los sistemas de construcción de las bases de datos, auditoría y

corrección de los datos, el procesamiento de datos y la presentación de los resultados.

Los procedimientos descritos son bastantes. Cada uno requiere a lo menos dos elementos básicos: 1) la rigurosidad en su aplicación; y 2) la ética del investigador de no falsear el procedimiento ni los datos obtenidos. Ambos elementos no son excluyentes entre sí.

Las críticas de las últimas semanas se centraron en los resultados de las encuestas publicados por los diarios La Tercera y El Mercurio, incluidas las mostradas en las últimas semanas antes de la elección. Ambos medios de comunicación son claramente identificables con la derecha política y empresarial del país, como también con los sectores más conservadores. Su línea editorial es de derecha. Por lo tanto, cualquier instrumento aplicado por sus medios tiene un sesgo. Podría argumentarse que las entidades que elaboraron las encuestas fueron rigurosas en la aplicación técnica de cada una de ellas. Sin embargo, al comparar los resultados de las encuestas y los resultados de las elecciones está claro que no fue así. Los datos entregados por esas encuestas mostraban ventajas de candidaturas de derecha por amplios porcentajes. Y en realidad, ganaron los opositores, o el margen con que ganó el candidato de derecha fue muy bajo.

¿Por qué razón se dio esta situación? Por el sesgo del medio de comunicación, que quiere hacer de “su” información una realidad y favorecer a su sector de interés, que es la derecha. Ello se demuestra en la falta de rigurosidad de los procedimientos que se deben aplicar para la elaboración de una buena encuesta.

Entre ellos encontramos, a) tamaños muestrales distintos entre encuestas, para unas, 400 casos, para otras, 300; b) se plantea un error muestral de 3%, cuando para lograr ese dato, al 95% de confianza, se requieren sobre 700 encuestados en poblaciones infinitas; c) las encuestas eran telefónicas, un medio que está decreciendo. Por ejemplo, en la comuna de **Recoleta** los hogares con teléfono no

superan el 40%, según datos de la **Subtel**; d) las fichas técnicas de las encuestas no mostraban tampoco el procedimiento de ponderación de la muestra, que en la mayoría de las consultas es dimensionado por la edad y el sexo, y después por la distribución geográfica de la población por edad y sexo; e) los cuestionarios de las encuestas no se presentaron, lo que plantea la duda sobre la existencia de sesgos hacia los candidatos de derecha. Estos son los principales cuestionamientos técnicos. Si tuviésemos a mano el procedimiento completo, es posible que se encuentren más errores, pero para este minuto y los efectos causados es ya intrascendente.

¿Cuáles son las lecciones de este tipo de manipulaciones por parte de los medios de comunicación? Primero, constatar nuevamente que los medios de comunicación dependen de un dueño, y ese dueño sesga los contenidos de acuerdo a sus intereses políticos y económicos. Además, no trepida en utilizar cualquier medio para lograr sus intereses. En esta oportunidad fueron los sondeos socio-políticos. Segundo, que hay profesionales de las ciencias sociales que, a costa de una remuneración, son capaces de poner en entredicho instrumentos que en las comunidades científicas están validados.

Quizás esto sea la punta del *iceberg* en las ciencias sociales y en las universidades, un indicador de la falta de formación ética de profesionales en el área, pero que por sí solo no resuelve el problema. La encuesta debe ser utilizada para la investigación social. No por la acción inescrupulosa de ciertos políticos, empresarios y profesionales de las ciencias sociales se le debe deslegitimar como instrumento para el conocimiento y predicción socio-política de las sociedades.

Por **Pablo Monje-Reyes**

Doctorando en Ciencias Sociales, Magister en Gestión y Políticas Públicas de la **Universidad de Chile**, Licenciado en Ciencias Políticas y Administrativas, **Universidad de Los Lagos**.

Ciudadano al Papel

El Ciudadano N°136, segunda quincena noviembre 2012

Fuente: [El Ciudadano](#)