

Porqué fallan las encuestas

Paul Valdés Cervantes

Las relación de encuestas y medios de comunicación es añeja, inició en la década de 1930 en Estados Unidos, y hoy es parte de la democracia electoral. Con sus fortalezas y limitaciones, las encuestas juegan un papel relevante en las campañas porque brindan información al votante, y ayudan a formar opinión pública. A partir de la elección presidencial de 1994 hemos consumido centenares de encuestas, la gran mayoría han acertado en sus estimaciones por lo que razonablemente mantienen credibilidad y confianza.

Si bien todas las encuestas reportadas en el mes de mayo 2012 coinciden en el orden de las preferencias, no necesariamente coinciden en la distancia entre los candidatos (preocupante cuando va más allá del margen de error: +/- 3.5%, 3.0%, 2.5%). La controversia ha surgido sobre el tamaño de la ventaja entre EPN como puntero de la elección; y AMLO como segundo lugar.

Para la mayoría de las encuestas la diferencia es en promedio de 15 puntos, lo cuál podría ser 2 o 3 puntos menor si consideramos preferencias brutas. Sin embargo, la encuesta del periódico Reforma publicada a fines de mayo reportó una diferencia de 4 puntos, lo cual ha abierto un fuerte debate hacia el final de la campaña. ¿Pueden encuestas con metodología y fechas de campo similares arrojar resultados diferentes?.

La teoría señala que esto no puede suceder. Los responsables de las encuestas, incluido la de Reforma son encuestadores prestigiados y avalados por cientos de ejercicios, sin embargo al final del día, el mercado y el propio resultado de la elección premiará o castigará las estimaciones más cercanas a la realidad.

Las encuestas electorales estiman resultados bajo un margen de error, pero no están exentas de presentar inconsistencias por defectos de diseño y aplicación comúnmente conocidos como errores muestrales y no muestrales.

La importancia de nuestra elección presidencial y las eventuales inconsistencias de las encuestas nos obligan a recordar lo sucedido en algunos de los procesos realizados el 4 de julio del 2010 en estados como Durango, Veracruz, Sinaloa e Hidalgo en la que pocos días antes de la jornada las encuestas reportaban elecciones abiertas, con una diferencia de más de 12 puntos a favor de los candidatos del PRI. El tema es que las encuestas se convirtieron en opinión publicada, pero el resultado no fue consistente con la realidad (el margen de vitoria fue mínimo, menos de 2 puntos), y en el caso de Sinaloa triunfo la alianza PAN-PRD. ¿En que fallaron las encuestas?. La respuesta a esta interrogante se centró en el ocultamiento del voto, o incluso en que la población encuestada no expresó auténticamente su opinión.

Señalar que las encuestas son "una fotografía del momento" es una explicación parcial e insuficiente considerando la importancia de estas como insumo de información estratégica en el último tramo de la campaña, por lo que una revisión crítica del método y del contexto de interpretación es sana y necesaria para clientes, encuestadores y opinión pública en general.

Además de los errores de método, la teoría de la espiral del silencio puede ayudarnos a comprender algunas de las inconsistencias reportadas por las encuestas en algunas de las elecciones de 2010, en las que todas las encuestas reportaban amplios márgenes de victoria a favor del PRI, los cuáles al final fueron marginales, y en Sinaloa en el que las encuestas reportaban la victoria a favor del PRI, y finalmente los votantes optaron por la alianza opositora.

Tenemos como objeto de estudio a un elector cada vez más sofisticado y complejo en su proceso de decisión del voto, particularmente me refiero a los denominados electorales volátiles o swingers: aquellos que aún teniendo una preferencia no están completamente seguros; y aquellos que deciden hasta el final participar o abstenerse. La evidencia apunta que la medición de indecisos es más fácil en democracias consolidadas con sistemas binarios, y que las encuestas fallan cuando se produce el fenómeno de ocultamiento del voto, o cuando son incapaces de medir a los volátiles.

Los resultados de las encuestas se reflejan en la opinión publicada, impactan directamente en el círculo rojo que ayuda a formar opinión pública, los cuales pueden caer en la tentación, "va a ganar el PRI, abierto y fácil". Los márgenes escasos en los citados procesos de Gobernador en 2010 dieron pauta a que ambas elecciones se dirimieran en el tribunal federal electoral (TRIFE).

¿En que fallan las encuestas?. Además de los errores de método en los que pueden incurrir las encuestas, aventuro una hipótesis: es probable que en los casos de Veracruz y Durango, las encuestas no fueron lo suficientemente capaces de medir a los volátiles o switchers. Estos segmentos no expresaron su auténtica preferencia a las encuestas, pero sí lo hicieron en las urnas. La teoría de la espiral del silencio señala que algunas opiniones no expresan su opinión por miedo a la exclusión o aislamiento de la opinión de la mayoría.

¿Es posible que estemos frente a un escenario donde las encuestas no están siendo capaces de medir adecuadamente a los volátiles e indecisos?, ¿Es posible que la opinión publicada que refleja una elección abierta a favor del PRI pueda generar un ambiente para la espiral del silencio?, ¿Es posible que las preferencias hacia el PRI estén más visibles, y que los antipriístas se escondan detrás del voto volátil, voto útil e indecisos?. Sinceramente son preguntas para las cuales no tengo evidencia, pero si forman parte de una hipótesis. Al tiempo.

En este entorno, este tipo de potenciales votantes experimenta que su opinión esta amenazada por el establishment, y decide ocultar sus preferencias reales, con la consecuente subestimación de preferencias de la minoría, y sobreestimación del PRI.

Algunas de las limitaciones del método de encuesta pueden verse reflejadas en la frase: “las encuestas recogen lo que la gente expresa en un momento determinado”, sin embargo una forma de reducir el nivel de incertidumbre cuando nos enfrentamos a una problemática como la señalada, es asegurarse de la aplicación irrestricta de la metodología, complementar la investigación con la aplicación de técnicas cualitativas como grupos de enfoque y etnográficos en el estudio del comportamiento electoral.

Los casos señalados de 2010 en las que se anticipaba un margen amplio a favor del PRI y que posteriormente fueron elecciones que se dirimieron en el TRIFE, fueron importantes lecciones para la opinión pública de cara a la jornada electoral presidencial del 2012.

Considerando el número de encuestas publicadas y su impacto en la opinión pública, las encuestas jugaron un rol importante en la elección presidencial. La mayoría reportaron preferencias efectivas, asumiendo que las personas que no tenían respuesta, o indecisas se repartían proporcionalmente entre los cuatro candidatos; y ello no resulta válido en todos los casos. Si bien facilita la comunicación de los resultados puede implicar efectos diversos como los del carro ganador o la espiral del silencio de Noelle Neuman (la opinión de algunos puede ser inhibida por la mayoría, por miedo a la exclusión o al aislamiento).

Las asociaciones profesionales como WAPOR, AAPOR, ESOMAR recomiendan publicar encuestas electorales con preferencias brutas, de tal manera que el público sepa cuál es el porcentaje de personas que no contestan, o que no han decidido. Desafortunadamente, en México no fue así. En la mayoría de los casos, y los de mayor impacto como el del periódico Milenio, las encuestas publicadas a lo largo de la jornada reportaron preferencias efectivas, con los consecuentes efectos en la opinión pública.