

TIEMPO ELECTORAL

Encuestas, pronósticos y fantasmas

Por Manuel Mora Y Araujo

12/06/11 - 12:25

Se entra en un período electoral y el fantasma de las encuestas reaparece y agita los ánimos. Casi todas las encuestas que hoy circulan registran una amplia ventaja electoral para la Presidenta. Está claro que eso resulta incómodo para los opositores. Pero enojarse con las encuestas en lugar de preocuparse por los déficits de los opositores es un despropósito.

Hace pocos días, un matutino porteño editorializó sobre el tema, denotando preocupación por esas tendencias que las encuestas reflejan y alertando contra los riesgos de interpretaciones ligeras. Los argumentos circulan por dos carriles: la pretensión de anticipar el futuro como si estuviese predeterminado, la credibilidad de las encuestas según sea quien las pague. Por un lado, se advierte que los datos de las encuestas son fotografías del presente y no constituyen un pronóstico. Nada más cierto. No hay razón para suponer que lo que está sucediendo hoy vaya a suceder mañana; mucho menos, dentro de cinco meses. Precisamente para eso se hacen las campañas electorales, para inducir cambios en las intenciones de los votantes y así cambiar el curso de las cosas. En los hechos, raramente los profesionales responsables de las encuestas presentan sus datos como si fueran anticipos del futuro. La advertencia más bien parece ir dirigida al público y a los políticos triunfalistas que proclaman hoy que ya ganaron en octubre próximo.

Lo que los “encuestadores” sí hacen es tratar de entender por qué hoy las cosas están como están, qué explica, por ejemplo, que en este momento la Presidenta lleve tanta ventaja. Ese ejercicio, lejos de involucrar alguna clase de falacia, es lo que debe esperarse genuinamente de esos profesionales. Así como una situación presente no implica que el futuro será igual, la posibilidad de que el futuro sea distinto no implica que el presente no es como es, ni convierte en falaz todo juicio sobre el presente. Las encuestas no son pronósticos del futuro, pero el futuro hipotético no anula la realidad de hoy.

El segundo argumento sugiere que tal vez las encuestas no muestran fidedignamente lo que sucede hoy. Eso podría deberse a que las encuestas no estuvieran bien hechas –algo improbable, dado el grado de desarrollo de esa técnica–, o a que algunos datos que se difunden estén deliberadamente falseados. El fundamento habitual de esa suspicacia es que si una encuesta es pagada por el Gobierno –y, se afirma, muchas lo están–, entonces no hay que creerles. Por qué habría que creer a las encuestas pagadas por otros no está claro. Hace años que en la Argentina se alega que no debe prestarse credibilidad a encuestas contratadas por el Gobierno. Pero lo cierto es que más encuestas con datos disparatados han sido dadas a conocer por fuentes desconocidas que aquellas supuestamente financiadas por el Gobierno. La credibilidad de un profesional no depende de quien le paga, del mismo modo que la credibilidad de los medios de prensa no depende de los avisos publicitarios ni de quienes son sus públicos. Impugnar una encuesta dependiendo de quien la pagó es una forma de censura. Censurar o sancionar de algún modo a profesionales que mienten es correcto, pero antes hay que demostrar que mienten; censurarlos porque dicen lo que está sucediendo hoy sobre la base de que en unos meses todo puede cambiar es inaceptable.

Toda la discusión carece de sentido. Poca gente cambia su voto por efecto de encuestas publicadas en los diarios —eso está demostrado aquí y en muchas partes del mundo—. Mucha gente cambia su intención de voto por efecto de las campañas electorales; es allí donde debería estar puesta la atención. Si se desea que el resultado de la elección no sea el que hoy muestran las encuestas, lo que hay que hacer no es enojarse con las encuestas, sino mejorar las estrategias de las campañas.

La guerra contra el fantasma de las encuestas es inocua porque el público no la acompaña. Hay un dato basado en encuestas, y es creíble: la imagen positiva de las encuestas y de los “encuestadores” en la población es alta; casi tan alta como la de los periodistas, los científicos, los intelectuales y los docentes. La gente común cree en todos ellos; no se pregunta quién les paga a unos o a otros, simplemente valora a quienes producen información. Algunos podrán alegar que “no creen en fantasmas, pero que los hay, los hay”; pero no por eso tienen que inventarlos.

*Profesor de la Universidad Torcuato Di Tella.