
¿CUANDO UNA ENCUESTA POLITICA
ES CONFIABLE...?

Sociólogo venezolano, Publio Velasco Moreno egresó de la Universidad Central de Venezuela en 1962. Ha sido funcionario del Consejo Supremo Electoral ha realizado numerosas investigaciones sobre asuntos políticos y electorales no sólo en Venezuela sino en Colombia, Chile, y Uruguay.

I.- MARCO DE REFERENCIA SOBRE LO QUE ES UNA ENCUESTA O SONDEO DE OPINION PUBLICA.

Una encuesta o sondeo de opinión pública - es un procedimiento de obtención de "items", informaciones, criterios, puntos de vista contenidos en una comunidad, grupo de comunidades o en todo un país con la finalidad de conocer las inclinaciones de esos públicos en cuanto a aceptación, rechazo o indiferencias respecto a asuntos o

hechos políticos, económicos, sociales, culturales, científicos, etc.

Particularmente, la encuesta electoral es de categoría científica en cuanto satisface exigencias y rigideces interdisciplinarias:

- a) En la construcción de las hipótesis.
- b) En el diseño de la estructura del cuestionario o instrumento de precisión para seleccionar la obtención de los datos.
- c) La integración de grupos de variables independientes y dependientes con arreglo a una sistemática que garantice penetración de públicos.
- d) Manejo adecuado de las relaciones entre universo estadístico y tamaño de los muestreos.
- e) Selección adecuada de los sectores urbanos o rurales a encuestar con arreglo a métodos de azar, que sean objeto de coordinación técnica.
- f) Control y vigilancia de los trabajos de obtención de los datos, con arreglo a planes previstos en tiempo y espacio.
- g) Cálculo estadístico de los márgenes de error o desviaciones posibles de las muestras.
- h) Interpretación cuantitativa de los resultados, en base a una codificación apropiada.
- i) Establecimiento de las propias limitaciones y de la amplitud de la encuesta en el universo.

II.- ¿EL POR QUE DE LAS ENCUESTAS? ¿PARA QUE SIRVEN?

Las encuestas se hacen para conocer el pensamiento social de los públicos. Son útiles para un gobierno porque permiten precisar las aspiraciones y las necesidades de sectores de población. Son útiles para los partidos políticos porque precisan rechazos, aceptaciones o indiferencias respecto a programas, pensamientos políticos, candidaturas presidenciales y de este modo las directivas pueden reorientar mecanismos de penetración proselitista o de desarrollo de liderazgos.

III.- ¿LAS ENCUESTAS PREDICEN RESULTADOS ELECTORALES PARA LA FECHA DE LAS ELECCIONES?

¡No! La encuesta aporta información del estado de la situación de la opinión pública en determinadas ciudades para los momentos mismos de la Encuesta.

III.1 ¿Existen mecanismos combinatorios que pudieran aproximar resultados de Encuestas con resultados de elecciones? Es razonable pensar en que un PANEL DE SONDEOS, científicamente programado y desarrollado, logre aproximaciones o conciliaciones numéricas con los resultados finales de unas elecciones. Pero ocurre que un panel de sondeos (encuestas en serie, en tiempo y espacio con el mismo cuestionario en las mismas casas) son muy costosas y por lo tanto de difícil contratación.

III.2 ¿Qué limitaciones tiene un PANEL DE

SONDEOS para intentar una aproximación de predicción? Muchas limitaciones. Una de ellas es que no podría haber predicción (es decir, intento de predicción) si existen evidencias de equilibrio en los movimientos de opinión en las **VARIABLES: Partidos Políticos y Candidatos Presidenciales**, debido a que por hechos fortuitos, inesperados, sorprendidos, de última hora, a sólo 72 horas antes de los comicios, un candidato puede debilitarse o fortalecerse en un nivel porcentual significativo, por ejemplo en las 5 o 7 ciudades determinantes.

III.3 ¿Cuál podría ser el problema más complejo aun para la mejor y más científica de las encuestas? Podría ser un porcentaje demasiado alto de INDECISOS. Un sondeo que arroje 24% de indecisos impide rotundamente una aproximación con los resultados reales de las elecciones. Por esto, el gran esfuerzo a realizar el equipo de encuestadores será el de disminuir en lo posible el nivel de indecisos.

IV.- ¿COMO PODRIA COMPROBARSE LA EFICIENCIA DE LAS ENCUESTAS?

Gallup dice que "hay una sola manera de medir la eficiencia de un instituto de encuestas: el comparar hasta dónde los resultados de sus trabajos pre-electorales se parecen a las elecciones". Esta afirmación es completamente razonable. Por lo tanto, en Venezuela no exis-

ten institutos o entidades capaces de demostrar eficiencia en materia de encuestas político-electorales.

IV.1 ¿Cómo puede reconocerse, entonces, en Venezuela, a una encuesta cualitativamente seria y responsable? Actualmente, en Venezuela puede ser confiable la encuesta en cuanto demuestre haber satisfecho las rigideces técnicas en diseño, desarrollo y operatividad, y si el INFORME está avalado por la firma y nombre de profesionales especializados con objeto de dar testimonio de que se trabajó organizada y metódicamente en la realización del trabajo. Requiere como mínimo la firma de un sociólogo, un psicólogo y un estadístico, con indicación de especialización o "curriculum vitae" en la materia.

IV.2 ¿Cómo ven los políticos las encuestas? Cuando a un político le favorecen las encuestas, su aspecto exterior se torna amable, bonachón, sonriente, eufórico y da grandes, complicadas y extensas explicaciones acerca del por qué de su fuerza electoral. Saluda con fuertes palmadas y casi grita de placer.

Cuando no le favorecen, en su aspecto exterior crece y se desarrolla un malestar muy grande, dice que él no cree en encuestas y cuestiona todo; busca y rebusca ejemplos donde las encuestas, dice, fracasaron, y da grandes y aún más complicadas explicaciones para negar su imagen de derrota y, en cambio, exaltar la de su triunfo.

IV.3 ¿Qué tamaño debe tener una muestra pe-

ra la ciudad de Caracas? En Caracas puede obtenerse una muestra con resultados confiables si ésta reúne 800 o 1000 opiniones.

IV.4 ¿Por qué una muestra tan aparentemente pequeña, si Caracas puede tener 800.000 electores?

Existe un principio de distribución de dispersión proporcional de las diversas opiniones difundidas en forma natural entre los intersticios de los sectores urbanos de la ciudad. De la misma manera como existe una dispersión equitativa de hombres, mujeres, niños, jóvenes, adultos o ancianos en el contexto urbano; dentro de esa misma idea de dispersión están también los pareceres, criterios y opiniones de la gente. Los niños no viven únicamente en Petare, por ejemplo, ni las mujeres únicamente en el centro de Caracas. Del mismo modo no pueden existir perezjimenistas únicamente en el 23 de Enero y luego socialistas únicamente en El Valle. Como en todas partes hay televisores, radio, afiches, periódicos, y otros medios de comunicación social, el principio de dispersión proporcional de las opiniones es más factible.

V.- ¿COMO ASEGURAR QUE LA MUESTRA ES REPRESENTATIVA?

El tamaño de la muestra es representativa en cuanto esta magnitud sea proporcional al universo estadístico de la ciudad en estudio. Pero también deben cumplirse otras exigencias, entre ellas: obtención de datos cuantitativamente proporcionales en SEXO, GRUPOS DE EDAD, SITUA

CION-OCUPACIONES (empleado o desempleado), PROFESION, GRADO DE INSTRUCCION y el origen regional en el país. En algunas circunstancias es importante el nivel de ingresos. Este marco de referencia, además, debe estar vinculado a la estratificación social en cantidades también proporcionales, esto es, X número de encuestas para la clase alta y para la clase media standard; Z para la clase media inferior; M para la clase baja, como simple ejemplificación.

VI.- ¿ES DECISIVO EL TAMAÑO DE LAS MUESTRAS?

Una buena encuesta puede trabajar con el mínimo permitido. Es mucho mejor una encuesta de tamaño mínimo que fue bien vigilada y organizada, que una encuesta de doble tamaño o triple mal coordinada y ejecutada. Es bueno asegurar que un sondeo estructurado y aplicado con todas las exigencias técnicas no falla y, por lo tanto, da perfiles de opinión que con toda probabilidad responden a la realidad.

Un partido, un organismo económico o una dependencia gubernamental que consulta la opinión antes de tomar medidas o emprender programas lleva apreciable ventaja a aquellos que actúan intuitiva o caprichosamente. La encuesta es una fuente de información valiosa para defender sus intereses y para atacar y destruir otros intereses.

VII.- ¿QUE SON ENCUESTAS TIPO "FLASHES"?

Gallup llama encuesta "Flashes" a un sondeo rápido en base a una muestra chica que se hace en una ciudad en un mismo día. Se procesan los datos en un mismo día. Se procesan los datos la misma noche y al otro día el contratante dispone de información precisa sobre determinado asunto, de tal modo que puede tomar medidas prontas y si acierta podrían ser "fulminantes" para sus adversarios, en el caso de competencias electorales.

VIII.- GRUPO DE VARIABLES ESTRUCTURALES FUNDAMENTALES EN EL ESTUDIO DE LA COMPOSICION SOCIAL DE LA MUESTRA.

1. Grupo de Edad: a b c d e
2. SITUACION OCUPACIONAL ACTUAL
 - 2.1 EMPLEADO
 - 2.2 DESEMPLEADO
3. PROFESION
4. ORIGEN (Entidad político-territorial)
5. SEXO
 - 5.1 MASCULINO
 - 5.2 FEMENINO
6. Grado de Instrucción: P S U GU T ANF

Grupo de Edad

a= 18 a 25 años
 b= 26 a 35 años
 c= 36 a 45 años
 d= 46 a 55 años
 e= 56 y más años

Grado de Instrucción

P= Primaria
 S= Secundaria
 U= Universitaria
 GU= Graduado Universitario
 T= Técnico
 ANF= Analfabeta

IX.- PELIGROS QUE PUEDEN DEBILITAR Y CUESTIONAR LA VALIDEZ
DE LOS RESULTADOS CUANDO HAN AFECTADO UN PROCESO DE
INVESTIGACION

1. Adaptación de teorías a las simpatías y antipatías populares o de grupos (inmersión parcializada en un grupo de personas)
2. Sentimentalismo durante la investigación.
3. Deficiencias en la formulación de hipótesis.
4. Desconocimiento y mal empleo de los instrumentos de precisión (defectos en el diseño y en la estructura del cuestionario).
5. Incoherencia en las fases y etapas de los procedimientos de investigación.
6. Asociación de criterios alejados del planteamiento general de verdades a medias y de falsedades.
7. Atribución de exactitud excesiva a los datos.
8. Defectuosa obtención de muestras (incompetencia de encuestadores, negligencias de supervisión de campo, escasa vigilancia de obtención).
9. Ineficiencia o ausencia de un plan general de investigación.
10. Presentación desorganizada de los resultados.
11. Análisis cuantitativo pero no cualitativo.
12. Falta de capacidad de síntesis y falta de conocimientos básicos que aseguren interpretaciones razonables de datos.
13. Fallas en el manejo del lenguaje escrito (redacción)

nea apresuradas, incomprensibles).

14. Utilización como propias de teorías y criterios que corresponden a otros investigadores o a otros estudios.

15. Indebida utilización de datos y referencias de estudios no reconocidos como serios y responsables.

X. - EXPECTATIVAS SOBRE INVESTIGACION DE OPINION PUBLICA Y MARCO ELECTORAL EN VENEZUELA .

¿SE ESTUDIA HOY OPINION PUBLICA EN VENEZUELA?

Si comparamos el esquema global del país 1973-1978 podríamos establecer a la luz de las observaciones y de las experiencias circundantes, que en los últimos años hemos estado evolucionando tímidamente en materia de estudios de opinión pública. Si habremos avanzado algo sería en términos de precaria investigación. Esta situación influye en que los análisis de opinión pública en base a encuestas sean una novedad en el país y una incredulidad para muchos. Es probable que existan actualmente algunos buenos estudios, pero serían de tan escasa difusión que es imprudente su calificación cuantitativa y cualitativa.

Cuando conversamos con un líder político nacional, con un empresario elitesco moderno o con un dirigente gubernamental cualquiera, casi siempre ocurre que le observamos un vacío de información técnica sobre los tópicos fundamentales del país, de tal modo que estos dirigentes manipulan sus roles específicos de sociedad global,

dentro de deficientes y precarios marcos de referencia, reflejando que se desenvuelven en medio de situaciones de ignorancia de realidades. Comúnmente nuestros dirigentes nacionales conocen memorizadamente una combinatoria de frases que se resumen en una constante de expresión o de "patrón pernicioso" en su mensaje social al país. Una de las razones de desconocimiento o de distanciamiento de las realidades es la falta de información técnica procedente de investigaciones, particularmente de encuestas.

XI.- ¿POR QUE EL VACIO DE INFORMACION TECNICA?

Venezuela estaría actualmente en una fase de alimentación de opinión, procedente de información especulativa. Información especulativa es aquella originada en creencias y subjetividades cuya filiación se compromete con características no comprobadas e incluso de difícil comprobación.

En nuestros días estamos investigando científicamente muy poco, en cambio especulamos más.

XII.- ¿COMO SE REFLEJA EL VACIO?

Cuando observamos contenidos de mensajes difundidos a través de los medios de comunicación de masas, constatamos cómo en muy reducidas ocasiones el periodista puede citar fuentes de investigación científica. El periodista se ve obligado a trabajar exclusivamente con infor-

mantes ocasionales o seleccionados, sin descartar importan--
tancias específicas de este tipo de trabajo, pero en gene--
ral ocurre que la mayoría no dispone de información técni--
ca, de tal modo que sus declaraciones entran en el AREA
DEL PATRON PERNICIOSO, antes mencionado.

Como ejemplo práctico, me permito recor--
dar el planteamiento público de un periodista que expresa
ba que "él se partía el cerebro, revisando el contenido de
una rueda de prensa de un candidato presidencial, buscando
datos y frases que conlleven mensaje con objeto de titu--
lar su información y tenía dificultades para encontrar esa
fuente en el texto escrito entregado a la prensa o en las
propias palabras del candidato".

XIII.- ¿CUAL ES EL HABITAT DE NUESTRO MARCO ELECTORAL?

En las redes del complejo social se mueve
una especie de "corriente eléctrica social", es decir, de
opinión pública. Si nos referimos al contenido de opinión
electoral y política colectiva, es presumible que existen
cúmulos de contradicciones, afinidades e indiferencias,
por ejemplo, frente a una u otra candidatura presidencial,
a sistemas políticos o a tipologías de jefes políticos.

Nuestro marco electoral está estructurado
en un país especulativo, ignorante por lo tanto de conjun--
tos de información técnica, en el que los medios de comu--
nicación masiva detentan alto poder de difusión, capaz de

orientar características políticas en un sentido u otro, según la instrumentación. El habitat político económico gubernamental, estudiantil, sindical, está inmerso en un contexto un tanto anárquico, dividido y sub-dividido en multiplicidad de intereses en pugna. Siete o más candidaturas presidenciales en un país tan pequeño y 24 o 25 partidos políticos indicarían dispersión social e incoherencia política de los venezolanos.

Publio Velasco Moreno
