
GUSTAVO MARTÍNEZ BASCUÑÁN
Magister en Sociología y Ciencia Política,
FLACSO
Magister en Estudios Internacionales,
U. de Chile
Profesor Instituto Ciencia Política, U. de Chile

La difusión en la prensa chilena de los estudios de opinión pública y predicción electoral*

Notas para un ensayo crítico sobre diez pecados
capitales de la prensa escrita y diez mandamientos a
seguir para no permanecer con ellos

INTRODUCCIÓN

Es frecuente encontrar entre los investigadores chilenos que efectúan estudios periódicos de opinión pública la queja generalizada de que los periodistas entienden poco o nada respecto de esta clase de estudios y de la metodología que los sustenta, que no es otra que las técnicas de encuestas por muestreo (técnicas de survey sample).

Tal crítica no es exagerada en absoluto y corresponde a una realidad frente a la cual no nos podemos hacer los desentendidos. Al menos, no podemos hacerlos quienes tenemos algunas responsabilidades en la formación académica de periodistas.

* Una versión preliminar de este trabajo fue presentada en el seminario "Periodismo y Encuestas Políticas", realizado por el Centro de Estudios de la Prensa de la Universidad Católica (6-8 de julio de 1999). Agradezco los comentarios críticos de mis colegas William Porath (U. Católica), María Elisa Osses (U. de Chile) y Gabriel Davidovics (U. de Chile).

Si uno se atiene a lo que escriben los periodistas en sus informaciones de crónicas respecto de estos resultados y a sus interpretaciones no puedo dejar de compartir el juicio crítico generalizado de los sondeadores de opinión pública del país. Lamentablemente, muchos periodistas al escribir sobre estos temas demuestran una imperdonable falta de conocimientos mínimos.

En esta insatisfactoria situación pueden concurrir varios factores, entre los cuales tal vez uno de los más importantes sea el que no existan periodistas especializados en estas materias —como ocurre en otros países más avanzados— ni se vea tampoco, en los propios medios, la necesidad de que los haya.¹

Igualmente importante puede ser la escasa internalización de parte de los editores de las exigencias del periodismo de precisión, justamente en un campo de información como lo son los sondeos de opinión pública y predicción electoral, donde los requerimientos de precisión informativos son exigentes o debieran serlo, fundamentalmente porque emanan de estudios pretendidamente científicos.²

Otro factor que podría estar contribuyendo a las deficiencias ya señaladas pudiese ser el que las asignaturas de Metodología de la Investigación o de Opinión Pública que cursan los periodistas en sus años de estudiantes de pregrado no proporcionen la formación adecuada para esta clase de desempeño profesional o si lo hacen, los conocimientos adquiridos parecieran desvanecerse muy rápidamente.³

¹. La Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile ha realizado varios esfuerzos sistemáticos desde fines de la década de los 80 hasta nuestros días para generar un mayor conocimiento, entre los periodistas, de las metodologías referente a los estudios de opinión pública y predicción electoral.

En Junio de 1988, en vísperas del plebiscito, efectuó un curso de extensión destinado a periodistas en que se enseñaron las técnicas de encuestas por muestreo y los directores de empresas que efectuaban estudios de predicción electoral en aquel tiempo expusieron los procedimientos en que trabajaban.

² Mayer, Phillip: "Precisión Journalism. A reporter introduction to social science method". Indiana University Press, 1979.

³ Existen libros muy buenos que explican en forma sencilla y clara los principios metodológicos de las técnicas del "survey sample". Entre los mejores hay que considerar el de Earl Babbie, "The practice of social research". Wadsworth Publishing Co. Belmont, California, 1983. Existe traducción al español por el Fondo de Cultura Económica (1988).

El conocimiento comprensivo de la metodología que subyace a la realización de los estudios cuantitativos de opinión pública y predicción electoral no es del todo simple. Y si bien la lógica que los informa es sencilla, hay muchos aspectos técnicos que no se captan en la forma debida, especialmente los estadísticos, sin una formación más rigurosa y prolongada que aquella que proporciona un par de cursos.⁴

Desde una perspectiva personal, creo que los medios de comunicación debieran preocuparse de especializar a los periodistas que cubren este sector informativo, para que estos sean interlocutores inteligentes y críticos de los investigadores y no meros registradores en conferencias prensa, de datos numéricos propios de un tipo de información que no comprenden del todo y que en definitiva no pueden evaluar por carecer de las herramientas científicas para ello. O, al menos, de las necesarias para entender y dar a conocer al público lo que difunden.⁵

Desgraciadamente los periodistas que cubren el sector “de las encuestas” se transforman en cómplices —como un eslabón más de una cadena que comienza en los investigadores y termina en el público lector de estas noticias— de la desinformación que se genera, producto de un reportero inadecuado.

Estimo que hay aspectos de los estudios de opinión pública y predicción electoral que debieran ser objeto de una especial atención por parte de los periodistas que reportean y escriben sobre estos temas. Ellos constituyen elementos técnicos de la metodología de las encuestas por muestreo, y respecto de los cuales no hay conciencia de su importancia para entender debidamente los estudios correspondientes. Los presento como defectos informativos, señalando a continuación los mandamientos o reglas a se-

⁴ Es probable que en cursos generales de Opinión Pública el tiempo dedicado a la metodología de las encuestas por muestreo sea reducido. En la medida que es necesario enseñar enfoques teóricos de opinión pública y al mismo tiempo, las principales tendencias de la opinión pública nacional, el tiempo puede hacerse reducido para los docentes.

⁵ Esta es la posición que ha defendido Elizabeth Noelle Neumann en Alemania.

guir, si se quiere tener una debida comprensión de esta clase de estudios que permita entregar al público una mejor información.

Estas reglas están pensadas teniendo en cuenta los principales defectos que observamos en los artículos difundidos por la prensa escrita y que son demostrativos de desconocimientos técnicos de parte de los periodistas. Sin embargo, no se pretende agotarlos exhaustivamente.

1. TENDRÁS CLARO EL UNIVERSO DE ESTUDIO EN TÉRMINOS DE CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS QUE LO COMPONEN Y SU COBERTURA GEOGRÁFICA

En los estudios cuantitativos de opinión pública y predicción electoral se emplean las técnicas de "survey sample" o de "encuestas por muestreo". Ello significa que el investigador definirá un universo de estudio o población para lo cual los resultados valdrán en principio y se extraerá una muestra de fundamentación científica, que no será otro que un subconjunto mucho menor de elementos. A los miembros o elementos que componen la muestra y sólo a ellos se les aplicará un instrumento de medición o de recolección de datos que medirá las variables de interés a través de preguntas y respuestas.⁶

Con los datos de respuestas conseguidos a través de las entrevistas y transformados en variables, se obtendrán valores muestrales de ellos (estadígrafos) que permitirán efectuar las estimaciones de los valores poblacionales (parámetros).

La definición del universo de estudio en términos de los elementos que comprenden resulta esencial para establecer —supuesto que el estudio esté bien realizado— para quienes se generalizarán los resultados. Esta definición del universo es necesario

⁶ Las razones fundamentales para trabajar con muestras radica en el ahorro de recursos financieros y tiempo, además de la calidad del proceso de entrevistas. ¿Puede alguien imaginarse lo que implicaría en un estudios de predicción electoral intentar entrevistar a 8.000.000 de electores potenciales?

efectuarla en cualquier tipo de estudio muestral realizado con las técnicas de encuestas por muestreo, sean ellos de opinión pública, predicción electoral o de cualquier otra naturaleza de materias (lectoría de periódicos, sintonía de radios, preferencias por determinadas marcas de un mercado, etc.).

Tratándose de estudios de opinión pública y predicción electoral, hay que tener presente las características de las personas que componen el universo o población objeto de interés. Ellas son normalmente definidas en Chile como las personas de ambos sexos, de 18 años y más, que habitan en hogares particulares.

El límite de edad de 18 años es el correspondiente a la posibilidad de adquisición de los derechos de ciudadanía pasiva, que a través de la inscripción en los registros electorales habilitan para votar. Es obvio entender que sólo importe la población adulta que potencialmente pueda ser activa políticamente.

El "habitar", "vivir" o "residir" en hogares particulares alude a no tomar en cuenta las viviendas colectivas como hospitales, hoteles, escuelas, universidades, cuarteles militares, retenes policiales y cuarteles de bomberos u otros de similar naturaleza colectiva. Quienes habitan en hogares colectivos lo hacen ocasionalmente (algunos días a la semana o al mes). Ellos tienen residencia normal o habitual en hogares particulares, y si se considerasen los hogares colectivos en el sorteo, estas personas tendrían mayores posibilidades de ser sorteadas en la muestra. O, en otras palabras, su posibilidad de ser seleccionada aleatoriamente aumentaría.

En la medida que los estudios sean solamente de opiniones del público, es decir, de personas que son ciudadanos potenciales, las características de las personas que componen el universo a partir de un límite de edad resulta adecuada. No lo es si el estudio se centra básicamente en predecir resultados electorales y en conocer características sociales y motivacionales de los electores y demás temas relativos a los votantes que concurrirán a las urnas o podrían hacerlo. En tal caso, la definición del universo de estudio requiere de otra especificación adicional, consistente en que "estén inscritos en los registros electorales".

Este último agregado marca, en un país como el nuestro, una diferencia fundamental dado que existe una proporción muy elevada de no inscritos. El periodista que reporta tiene que estar consciente de esta diferencia, ya que el estar o no inscrito caracteriza dos universos de estudio distintos o diferentes.⁷

El universo de las personas de 18 años y más que viven en hogares particulares es diferente, conceptual y numéricamente al de las personas de 18 años y más que viven en hogares particulares y que están inscritos en los registros electorales.⁸

La cobertura geográfica del universo es otro dato fundamental puesto que los universos de estudio podrían tener extensiones geográficas muy diversas y en Chile los tienen los estudios que realizan diversas instituciones investigadoras. Hay centros de investigación en que la cobertura geográfica es todo Chile como acontece en los trabajos del Centro de Estudios Públicos (CEP). Paralelamente hay otros estudios que comprenden extensiones menores como los del Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea (CERC), MORI, ADIMARK y GEMINES.

En el caso del CERC o de MORI la cobertura geográfica es un conjunto de ciudades de 40.000 habitantes o más que representan aproximadamente dos tercios de la población. En el caso de Adimark ocurre otro tanto, siendo el universo de estudio de sus trabajos un conjunto de ciudades que no comprenden la totalidad del territorio o nación.

Por su parte, GEMINES limita sus estudios al Gran Santiago, no a la Región Metropolitana, y ambas unidades territoriales son diferentes.⁹ Estas diversidades de coberturas geográficas de los princi-

⁷ Cualquier estudio de predicción electoral que se haga de un universo de personas de 18 años y más que estén efectivamente inscritos en los registros electorales podría conducir a estimaciones insesgadas de intencionalidad de voto. Pero, si se toman en consideración los mayores de 18 años y más incluyendo los no inscritos las estimaciones podría ser muy sesgadas o inexactas.

⁸ La diferencia es nada menos que algo más de 1.000.000 de personas.

⁹ El Gran Santiago comprende 34 comunas de la Región Metropolitana, excluyendo a aquellas comunas rurales o semirurales del sector poniente.

pales centros y empresas de investigación torna incomparables los resultados de ellas para totales porque los universos de estudios no son iguales. Muchos periodistas en su práctica profesional al escribir sobre estudios de opinión pública y predicción electoral, tienden a señalar que las intenciones de voto por un candidato subieron a bajaron tomando en consideración el último estudio, sin darse cuenta que los universos de estudio no son iguales.

Es un error comparar los resultados —al margen de otras consideraciones— si los universos de estudio difieren entre sí y de ellos el periodista debería estar plenamente consciente. Por esto es impropio comparar resultados de los estudios de una institución o empresa con los de otras como sería los del CEP con los del CERC. Si el CEP trabaja con un universo que representa la totalidad del país y el CERC excluye en su definición de universo a la población que vive en ciudades de menos de 40.000 habitantes y a la que habita en zonas rurales no hay comparación posible de resultados.

2. TE ENTERARÁS DEL TIPO DE MUESTRA EMPLEADO, DE SUS CARACTERÍSTICAS Y DEL MARCO MUESTRAL UTILIZADO

La naturaleza de la muestra empleada y sus características constituyen un factor fundamental para determinar la confiabilidad de los resultados proporcionados.

Las muestras, como es bien sabido, se clasifican en probabilísticas y no probabilísticas. Las primeras son aquellas en que cada una de las unidades o elementos que componen el universo o población tienen una probabilidad conocida (a priori) o calculable (a posteriori) de aparecer en la muestra. Esta probabilidad es positiva o distinta de cero.¹⁰

¹⁰ Para una explicación más detallada de lo que son las muestras probabilísticas y de los malentendidos en torno a ellas, como así mismo de las limitaciones científicas de las muestras no probabilísticas, véase de Gabriel Davidovics y Gustavo Martínez "Muestreo probabilístico y muestreo de cuotas en los estudios preelectorales y de opinión pública". Argumentos para una discusión crítica y necesaria en Chile en "Política N° 36, Stgo., 1998, pp. 35-72.

Son esta clase de muestras las que permiten inflactar los resultados que proporcionan los estadígrafos muestrales y transformarlos en estimaciones de parámetros. Las muestras no probabilísticas, a su vez, son caracterizadas por la negación de la posibilidad de conocer las probabilidades de selección de los elementos componentes del universo. Ello tanto a priori como a posteriori.

El periodista que reporta estudios de opinión pública debería saber que las muestras no probabilísticas solo se “representan a si mismas” y que carecen científicamente de aptitudes inferenciales para efectuar estimaciones para el universo del cual hipotéticamente se extrajo. Lamentablemente, tal conciencia no existe en Chile y se publican por igual una clase y otra de estudios muestrales. Con el agravante que la prensa le da el mismo valor estimativo a los estudios con muestras no probabilísticas que aquellos que proceden de muestras probabilísticas.¹¹ Los únicos estudios con valor científico son los probabilísticos, ya que permiten examinar el resultado de la única muestra con que se trabajó con los resultados de todas las muestras posibles en razón del teorema del límite central.

Las muestras probabilísticas permiten calcular los errores que afectan a las estimaciones y determinar la magnitud de dichos errores para establecer, con un alto grado de probabilidad, el intervalo de confianza en que estaría el valor en el universo. Los periodistas deberían estar conscientes de que cuando se trabaja con muestras —a diferencia de lo que ocurre con los estudios censales o de enumeración completa— siempre hay errores de estimación (errores de muestreo) y que un resultado presentado como un valor exacto constituye una inadecuada comprensión de la inferencia estadística.

Decir que el candidato X saca el 22% de los votos (estimación) constituye un error de presentación de los datos. El valor real de este tipo de resultados y que es denominado estimación de punto o puntual es permitirnos construir la estimación del intervalo de

¹¹ No sería exagerado sostener que esta falta de conciencia sobre las diferencias entre el muestreo probabilístico y el no probabilístico se extienda también a los propios profesores de Opinión Pública y a una gran cantidad de científicos sociales.

confianza, es decir, los límites, tanto superior e inferior, en que se encontraría el parámetro en el universo o población con un alto grado de confianza. Este alto grado de confianza lo expresamos como un juicio de probabilidad (95% o 99,7%), el que puede ser una cuasi- certeza pero que nunca llega a expresarse como certidumbre total porque el trabajo con muestras no lo permite.

Se debería tener claro que mientras los estudios censales proporcionan, al menos en principio, resultados exactos y dotados de certidumbre, ello no acontece con los resultados muestrales.¹² Sin embargo, las muestras probabilísticas son las que permiten inferir intervalos de confianza con una probabilidad determinada. Las muestras no probabilísticas no permiten hacer eso, y por ende, su capacidad de inferencia al universo —que es lo que importa— es inexistente desde una perspectiva científica.

Si se entiende que al sacar una muestra lo que interesa siempre es decir algo respecto del universo y que la muestra es sólo el medio para ese fin, tal posibilidad existe si hemos extraído una muestra probabilística.

Cuando los estudios de opinión pública y predicción electoral emplean muestras probabilísticas, los diseños muestrales responden a muestras multietápicas, estratificadas geográficamente, de conglomerados. Ellas son más conocidas como muestras de áreas geográficas, que es la denominación con que se le conoce en la jerga de investigación.

A nuestro entender, el periodista debería familiarizarse con el procedimiento de selección en sus diferentes etapas, con la estratificación utilizada, con la forma de constitución de los conglomerados

¹² Los tipos de errores que es posible cometer al aplicar las técnicas de encuestas por muestreo son muestrales y no muestrales. Entre estos últimos hay que tomar en cuenta los errores de registro de respuestas que cometen los entrevistadores, los que son más frecuentes que ocurran en estudios censales de grandes poblaciones que en estudios muestrales en que se emplean entrevistadores profesionales de experiencia.

La pretendida exactitud de los estudios muestrales sólo sería posible de establecer de no existir errores no muestrales, lo cual ciertamente es imposible que ocurra en la realidad.

y demás detalles técnicos que le permitan pormenorizarse del trabajo de extracción de la muestra. En el trabajo de reporte, el profesional que participa en la respectiva conferencia de prensa no debería contentarse con que se le diga que la muestra es probabilística o aleatoria. Una muestra pretendidamente probabilística podría no serlo. Tal situación ocurre con las llamadas muestras semi-probabilísticas que poseen una apariencia de ser probabilísticas sin serlo.¹³

También debería conocerse la procedencia del material cartográfico con que se ha trabajado, si este proviene del Instituto Nacional de Estadística (INE) y si ha sido reactualizado o complementado de alguna forma.

Esto resulta importante porque el rápido crecimiento de las ciudades hace que las grandes concentraciones urbanas posean mapas que quedan desactualizados rápidamente por la constante emergencia de nuevas poblaciones en torno a sus periferias. Si los centros o empresas de investigaciones no han complementado la información por su cuenta es factible que quede un sector importante de gente fuera del marco muestral y, por ende, sin posibilidad de aparecer en la muestra. Si esto ocurriese, el marco muestral tendría importantes omisiones y sería incompleto.¹⁴

3. RECABARÁS INFORMACIÓN TANTO DEL TAMAÑO MUESTRAL TOTAL COMO DE LOS TAMAÑOS MUESTRALES DE DIFERENTES SUB-GRUPOS O DOMINIOS DEL ESTUDIO

La información del tamaño muestral total siempre es proporcio-

¹³ En el llamado muestreo semi-probabilístico de cuotas se efectúan selecciones aleatorias de las unidades de las primeras etapas (ciudades, comunas, zonas censales, etc.) pero al nivel de manzanas, viviendas dentro de las manzanas y personas se pierde la aleatoriedad de selección por la necesidad de enterar cuotas de personas que respondan a combinaciones de ciertas características demográficas y sociales.

¹⁴ Hay investigadores que han calculado que el Gran Santiago creció entre el Censo de Población de 1992 y 1995 en 5.400 manzanas.

nada por los investigadores y ella es consignada en las llamadas "fichas técnicas" que acompañan a los artículos periodísticos en que se da cuenta de un estudio.¹⁵

El periodista debiera tener presente que el tamaño de la muestra —bajo el supuesto que la muestra sea probabilística— no tiene importancia en sí mismo y que no existe tamaño bueno o malo.¹⁶ El tamaño de la muestra resultará de la aplicación de fórmulas estadísticas específicas atendiendo a las características de los diseños particulares que se escojan. En general, el tamaño de la muestra depende, entre otros factores adicionales, del error máximo que el investigador está dispuesto a admitir, del nivel de confianza estadística y de la varianza poblacional (estimada o supuesta) de las variables a estimar. También de la magnitud del coeficiente de correlación intracase.¹⁷

En la práctica, los muestristas que intervienen en los estudios de opinión pública diseñando muestras probabilísticas proceden de una de las dos maneras siguientes:

- a) Dado los recursos económicos disponibles para el estudio tratan de seleccionar un diseño que permita la mayor precisión posible de las estimaciones de las variables del estudio. Se trata de buscar el diseño más eficiente u óptimo en atención a la disponibilidad de recursos.

¹⁵ Las llamadas "fichas técnicas" no le aportan desgraciadamente nada, ni al lego ni al experto. Por diferentes razones, particularmente en lo relacionado con los diseños muestrales. ¿Qué podría indicarle al experto que la técnica muestral es aleatoria?

Para el lego esa expresión es "chino" y al experto no le dice nada, ya que existen muy variados diseños probabilísticos.

¹⁶ Hay investigadores que han sostenido que tratándose de muestras nacionales el tamaño muestral debería ser como mínimo de 1000 personas. Tal idea es absurda porque en definitiva el tamaño muestral depende exclusivamente de factores científicos o de limitaciones presupuestarias y no hay un número que se pueda establecer como una cifra determinada mínima.

¹⁷ El coeficiente de correlación intracase puede examinarse en Kish, Leslie: "Survey sampling". Wiley, N. York, 1965, y en Deming, William: Some theory of sampling. Wiley, N. York, 1950.

- b) Seleccionan el diseño satisfaciendo los requerimientos previamente exigidos de precisión para un nivel de confianza determinado, pero tratando de minimizar los costos.

En el primer caso, son los recursos financieros los que determinan las consideraciones de tamaño muestral; en el segundo caso, exclusivamente consideraciones científicas, las que no impiden las necesidades de abaratar costos.

No obstante lo anteriormente expresado en orden a sostener que no existe un tamaño muestral bueno o malo, el periodista debe tener presente que las muestras probabilísticas más grandes son mejores que las más pequeñas, bajo la condición "ceteris paribus" de que todo lo demás es constante, porque proporcionan estimaciones más precisas para un mismo nivel de seguridad estadística. Es decir, tanto mayor es el tamaño de la muestra probabilística tanto menor será el error muestral que afecta a las estimaciones.

Además, será preciso que el periodista conozca los tamaños muestrales de los diferentes sub-grupos muestrales, ya que si se hacen comparaciones entre estos sub-grupos (hombres v/s mujeres, diversos grupos económicos-sociales, variados tramos etarios y diferentes grupos religiosos, etc.), los tamaños muestrales serán indispensables para efectuar los tests de significación estadística o para chequearlos cuando se afirman diferencias a partir de las estimaciones puntuales.

Tal vez uno de los defectos más corrientes en que incurren los investigadores chilenos de opinión pública y que desgraciadamente repiten los periodistas, es afirmar diferencias entre subgrupos, utilizando las estimaciones de punto tomadas en sus valores numéricos y sin consideración alguna por los tests de significación correspondientes. Tal abuso de la estadística conduce a interpretaciones sustantivas equivocadas porque se suele afirmar diferencias donde ellas no existen.

No nos explicamos porqué razones los investigadores no entregan jamás los resultados de éstos a la prensa, dando la impresión de que los tests de significación estadística, representan para nues-

tros investigadores “perfectos desconocidos”, a pesar de que ellos están explicados en todos los manuales de estadística.¹⁸

4. SOLICITARÁS LA TASA DE NO RESPUESTA QUE TIENE EL ESTUDIO

Otra de las cosas que más sorprende en la difusión periodística de los estudios de opinión pública y predicción electoral es la omisión de este dato fundamental para evaluar los resultados de los sondeos correspondientes.

En todo estudio hecho con muestras probabilísticas, las unidades de cualquier etapa serán seleccionadas de acuerdo a procedimiento aleatorios. Y en las muestras de áreas geográficas, estas múltiples selecciones llegan hasta el nivel de manzanas, viviendas y personas dentro de las viviendas, interviniendo en todas ellas mecanismos de azar.

Seleccionados así los componentes finales de la muestra, siempre nos encontraremos que no será posible entrevistar a todos los miembros sorteados aleatoriamente para componer la muestra y este subconjunto no logrado se le denomina “tasa de no respuesta”.

Todo estudio tiene una tasa de no respuesta que varía en magnitud de un estudio a otro. Siempre habrá hogares sin moradores en las horas en que concurren los entrevistadores. También, siempre existirán entrevistados probabilísticos que no serán habidos y/o que rechacen ser entrevistados.

Ello resulta inevitable y por esta razón aparece como inexplicable que los investigadores que dicen trabajar con muestras probabilísticas no mencionen las tasas de no respuesta, máxime cuando nadie está obligado a lo imposible. Lo que es importante

¹⁸ Una notable excepción la representa el Centro de Estudios Públicos (CEP), organización que en sus últimos estudios ha comenzado a proporcionar los datos de los resultados entre estudios, señalando cuando las diferencias son estadísticamente significativas. Fuera del CEP ningún instituto o empresa hace esto, lo que ciertamente constituye la conducta que se debería seguir desde un punto de vista científico.

para el periodista es saber que siempre, en cualquier estudio muestral, hay una tasa de no respuesta. Pero al mismo tiempo que cuando ella es grande implica la necesidad de relativizar los resultados del estudio, especialmente cuando se trata de estudios de predicción electoral.

Si en un estudio sólo se logra entrevistar al 80% de la muestra, ello significará que la muestra no está representando todo el universo, sino al 80% de él aproximadamente. Y, ciertamente, mientras más nos alejamos del 100% de la muestra original mayores serán las limitaciones del estudio en cuanto a representatividad.¹⁹

Esto tienen que tenerlo presente los periodistas, sobre todo cuando se trata de estudios de predicción electoral, en los cuales los investigadores chilenos han sustituido la modestia científica por verdaderas arrogancias proféticas.

El investigador debería señalar sus tasas de no logro y el periodista exigirselas si aquel se torna olvidadizo. La virtual amnesia que tienen los investigadores con las tasas de no respuestas obedece seguramente a que ellos están conscientes de que tasas elevadas de no logros plantean serias dudas respecto a cuán representativos pudiesen ser los resultados respecto del universo total, cuyo conocimiento es lo que realmente importa.

No conocemos desde 1988 a la actualidad, de ningún estudio de opinión pública o predicción electoral donde el investigador baya señalando su tasa de no respuesta.

Las tasas de no respuesta pueden ser reducidas a través de varios expedientes, pero nunca eliminadas.²⁰ Los entrevistados

¹⁹ La existencia de altas tasas de no respuesta constituyen a nuestro juicio las principales limitaciones de la teoría del muestreo aplicado a poblaciones humanas. Ellas no son limitaciones per se de la teoría del muestreo, sino de la necesaria colaboración de seres humanos que no están obligados ni motivados, a veces, a responder preguntas a extraños como son los entrevistadores que trabajan en la recolección de datos.

²⁰ La existencia de datos faltantes (missing data, como se le conoce en inglés) ha dado origen al desarrollo de la metodología de multimputación para los datos faltantes, la que trata de resolver este problema.

probabilísticos o aleatorios, es decir, aquellos que salen sorteados para ser entrevistados no pueden ser sustituidos por otros en el muestreo probabilístico. La sustitución implica sesgar las estimaciones o dar pié a que aquello ocurra.²¹

El que en una vivienda sorteada aleatoriamente, para formar parte de la muestra, no encontremos a nadie no nos autoriza a pasar a la del lado, bajo el supuesto de que son del mismo nivel socio-económico. Como tampoco, si en una misma vivienda no encontramos al entrevistado que corresponde entrevistar por sorteo aleatorio lo reemplacemos por otro familiar que sí se encuentra.

Nada de eso es posible si estamos trabajando con muestras probabilísticas, razón que explica el porqué siempre en todo estudio muestral existirá una tasa de no respuesta. Y mientras más grande sea ésta, mayores serán nuestras dudas respecto a cuán bien la muestra "represente" al universo o población de la cual procede.

5. EXIGIRÁS CONOCER EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y LA REDACCIÓN ESPECÍFICA DE LAS PREGUNTAS Y SUS ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS

El periodista debería conocer las preguntas formuladas a los entrevistados de la muestra. No solamente la redacción o fraseo específico de ellas, sino también las alternativas de respuestas utilizadas para estructurar el estímulo correspondiente.

Si no se está consciente que las preguntas pueden estar direccionadas (leading questions) o que las alternativas de respuesta utilizadas no cubren todas las alternativas de respuesta posibles, se podría aceptar como conclusión cosas que no corresponden a la realidad como fenómenos opiniáticos reales.

²¹ La sustitución implica trabajar con el supuesto de que el sustituto responde de la misma manera que el sustituido, lo que ciertamente constituye una suposición gratuita.

Existe una extensa literatura que ha probado que las preguntas direccionadas obtienen distribuciones de resultados diferentes a las no direccionadas. De la misma manera los resultados son diferentes si se emplean categorías de respuestas más numerosas o con más alternativas de respuesta.²²

También hay que tener en cuenta que las preguntas o algunas de ellas estén mal redactadas por incorporar más de una dimensión en la pregunta.

El periodista debe conocer el texto completo de la cédula de entrevistas (cuestionario) para discriminar el valor de la pregunta. El periodista debiera saber si ella es sustancial o no, como así mismo el resto de las preguntas formuladas respecto a un tópico de opinión.

En tal sentido, está fresca en la memoria las críticas que recibió MORI y Marta Lagos por una de las preguntas que formuló en su estudio de opiniones respecto de la detención del Senador Vitalicio Augusto Pinochet Ugarte.

Al parecer, la pregunta formulada era ¿Cómo le había afectado a Ud. (el entrevistado) y a su familia la detención de Pinochet? A partir de los resultados entregados por escrito a la prensa, en que la tendencia mayoritaria expresaba indiferencia, se consignaba categorías de respuestas relativas a sentimientos, tales como “sentí alegría”, “sentí rabia”, “sentí impotencia”.

El Ex-Canciller José Miguel Insulza al comentar los resultados de MORI expresó que la pregunta formulada —cuyo texto al parecer no tuvieron los periodistas— contrariaba el sentido común, sin abundar en explicaciones en el porqué de su juicio. Posiblemente el Ex-Canciller haya tenido en cuenta que habría sido más relevante otro tipo de preguntas, como aquellas relativas a si la detención del Senador Augusto Pinochet afectaría no a la vida

²² Véase de Schuman, Howard y Presser, Stanley “Question wording as an independent variable in survey analysis” en Alwin, Duane: “Survey desing and analysis”, Sage. Beverley Hills. 1978.

política chilena, u otras a las formas de percibir efectos en los ámbitos políticos y económicos de la sociedad chilena. Esto es discutible porque si el investigador pretendió medir las emociones o afectos de la población, la pregunta tendría pleno sentido. Aun cuando hubiesen otros temas de mayor importancia, lo que es ciertamente de evaluación subjetiva.

Del mismo modo, en las situaciones de comparación de resultados de estudios hechos en momentos distintos del tiempo hay que tener presente que la pregunta debe ser la misma. Ello implica que la pregunta de uno y otro estudio debe tener la misma redacción y las mismas alternativas de respuestas de ser pregunta "cerrada". Si se trata de preguntas "abiertas", la comparación es posible sólo si se utilizan las mismas categorías de clasificación de respuestas y las instrucciones para codificar son iguales.

Aun más, no sólo los criterios de codificación deben ser iguales sino que también las codificaciones para que los matices de juicios entre codificadores no alteren los criterios de codificación.²³

Me parece que, en general, nuestros investigadores de opinión pública preguntan bien. Ellos no caen en los defectos "manipuladores" de redactar las preguntas orientándolas conscientemente para obtener un cierto tipo de repuestas deseables políticamente.

Un ejemplo de esta práctica la representó la empresa que realizó en Venezuela las encuestas de Irene Saéz para la última campaña presidencial, y que dio origen a un extenso debate en "El Universal" de Caracas. La pregunta formulada era presidida por una afirmación que sostenía "Como Ud. sabe todos reconocen que Irene Sáez fue una excelente Alcaldesa de Chacao. Enseguida se preguntaba: ¿Cree Ud. que como Presidenta de la República Irene Sáez también tendría igualmente un excelente desempeño?

Las alternativas de respuestas eran "SI" y "NO", pero la pregun-

²³ La falta de especificidad de las repuestas "abiertas" torna normalmente dificultosa clasificar muchas respuestas. Toda la riqueza que puede representar el empleo de preguntas abiertas se pierde generalmente por la dificultades clasificatorias.

ta y el texto que la precedían sesgaban las respuestas de los entrevistados.

Ciertamente, los usos de las encuestas hechas para Irene Sáez estaban diseñadas para "fabricar" respuestas y servir propósitos de campaña.

Afortunadamente, nada de esto se observa en Chile. En este aspecto nuestros investigadores son pulcros. Sin embargo, hay modalidades de trabajo distintas en el fraseo de preguntas entre los investigadores y ello no puede escapar al ojo atento de la prensa.

Ejemplifica esta situación las formas distintas de preguntar y las diferentes categorías de respuestas empleadas por el CEP (Centro de Estudios Públicos) y el CERC (Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea) en lo relativo al apoyo-desapoyo al gobierno.

El CEP pregunta de la siguiente manera: "Independiente de su posición política ¿Ud. aprueba o desaprueba la forma como está conduciendo Eduardo Frei el gobierno?"

El CERC lo hace de esta otra forma: ¿UD. aprueba o desaprueba la gestión del gobierno que encabeza el Presidente Frei?

Probablemente para el lego las preguntas sean indistinguibles, pero la mirada técnica repara en que la pregunta del CEP alude fundamentalmente "a la conducción de Eduardo Frei", en cambio la del CERC a "la gestión del gobierno" encabezado por el Presidente Frei.

En la primera forma de preguntar hay una focalización más explícita en Eduardo Frei y su "conducción"; en cambio, en la segunda manera de interrogar en la "totalidad del gobierno", cuya cabeza ya no es Frei, sino el "Presidente Frei".

De otra parte, siendo las dos preguntas "cerradas", ambas instituciones investigadoras no usan las mismas categorías de respuestas para registrar la información.

El CEP, por medio de sus entrevistadores lee las alternativas "Aprueba" y "Desaprueba", pero registra también las respuestas de quienes señalan que ni aprueban ni desaprueban y los datos consignan las frecuencias de esa categoría.

Por su parte, el CERC, solo usa las categorías de aprobación y desaprobación y recoge como "No sabe" o "No responde" a los que no se definen entre ambas alternativas de opinión.

6. DEBERÁS TENER CLARO LA FORMA DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y LAS LIMITACIONES QUE LOS AFECTAN

En los estudios de opinión pública y de predicción electoral el instrumento de medición es una cédula de entrevista. Sin embargo, las modalidades aplicativas del instrumento de medición son la entrevista personal y la telefónica.

En la entrevista personal hay una interacción comunicativa cara a cara, de la cual se derivan algunas ventajas tales como entrevistar efectivamente a quién corresponde; además, poder apreciar en los entrevistados la rapidez o lentitud en la emisión de respuestas, la convicción o dubitatividad para responder. Todo ello es posible con entrevistadores bien entrenados y de experiencia en los estudios de opiniones y actitudes.

No obstante lo anterior, la entrevista personal puede producir los llamados "efectos del entrevistador" que generan errores de respuestas.²⁴

Las entrevistas telefónicas, siendo prácticas por su rapidez para la recolección de datos de entrevistas circunscritas a muy pocas preguntas, tienen, sin embargo, múltiples inconvenientes que hay que tener en cuenta.

²⁴ Véase de Sudman, Seymour y Bradburn, Norman: "Response effects in surveys". Aldine. Chicago. 1974

Entre ellos, hay que destacar que cualquiera que sea la definición del universo de estudio, la muestra con la cual se trabaje sólo representará a las personas que viven en hogares particulares con teléfonos domiciliarios y excluirá a los que no lo posean, situación que se torna grave si no se poseen tasas de penetración telefónica cercanas al 100%. En países desarrollados, como Estados Unidos o en los de la Europa Occidental, prácticamente todos los hogares tienen teléfonos domiciliarios. Pero en Chile estamos lejos de alcanzar tal cobertura, a pesar de la rápida expansión de los teléfonos domiciliarios.

Otro problema no menor, es el que representa el que existan muchas personas que no aparecen, con sus números telefónicos, registrados en las guías o directorios de teléfonos, ya que ello implica que tendrán una probabilidad nula o cero de aparecer en la muestra. De ser numerosas, la muestra subrepresentará al universo de estudio. Esto es particularmente frecuente entre las personas económicamente más acomodadas, las que no desean ser molestadas en sus hogares.

Otras dificultades adicionales están constituidas por la selección efectiva del entrevistado probabilístico por procedimientos efectivamente aleatorios, debido a las dificultades de empadronar a las personas que califican como potenciales entrevistados. Además de lo anterior, existe la innegable tentación de reemplazar los hogares que no contestan y a las personas dentro de los hogares. Ellas son prácticas malsanas que desnaturalizan el muestreo probabilístico.²⁵

En Chile las entrevistas telefónicas han comenzado a ser utilizadas más frecuentemente que en el pasado. Tanto Time, la Fundación Futuro y Paz Ciudadana-Adimark las emplean para estudios de opinión pública, siendo previsible en el futuro el incremento de su empleo.

Esto hace necesario que el periodista esté consciente de sus múltiples y variadas limitaciones.

²⁵ Un buen texto sobre los surveys telefónicos es Frey, James: "Survey research by telephone". Sage. New bury. Park. 1983.

7. NO COMPARARÁS CIFRAS DE CATEGORÍAS DE RESPUESTAS DE UNA MISMA PREGUNTA EN UN ESTUDIO SIN CONSIDERAR LOS RESULTADOS DE LOS TESTS DE SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA

Como ya hemos señalado, una de las cosas que más sorprende cuando se leen los resultados de estudios de opinión es constatar que la mayoría de los investigadores no someten sus datos a los tests de significación estadísticos, limitándose a presentar sus resultados exclusivamente como estimaciones de punto. Incluso, y ello representa un grave error de interpretación de los resultados de la investigación —difundido en crónicas periodísticas— el considerar pequeñas diferencias en las categorías de respuestas como diferencias reales en el universo. ¿Cómo es posible esto? ¡No lo entendemos francamente!

Aquí estamos en presencia de un pecado compartido: los investigadores no señalan si las diferencias son significativas o no y los periodistas no están debidamente informados de la necesidad de exigirle a los investigadores tales análisis estadísticos.

Lamentablemente la formación estadística de los periodistas que reportean estos estudios parece ser escasa y ellos caen inadvertidamente, ante la omisión informativa de los investigadores, en el mismo equívoco. Éste no es otro que no el aplicar los tests de significación estadística que correspondan e interpretar sus resultados.

Todo periodista que reportea un estudio de opinión pública o de predicción electoral debería comprender cabalmente la lógica subyacente a la inferencia o inducción de parámetros. En tal sentido debería saber que la estimación de punto es limitada como estimación y que su real importancia consiste en calcular un intervalo de confianza, entendido como un rango de valores posibles donde estaría el parámetro en el universo con un grado alto de probabilidad.

El intervalo de confianza se calcula tomando en consideración los errores muestrales que afectan cada estimación de punto y tal

juicio se hace con un grado de probabilidad grande, normalmente de 95% o de 99,7%.

En tal sentido, el periodista debería comprender que existe una probabilidad (generalmente alta) que el parámetro estimado esté entre dos cifras determinadas, representadas por el valor máximo y mínimo del intervalo de confianza. Pero también hay una probabilidad (baja) de que esté fuera.

Dicho en otros términos más simples, supongamos hipotéticamente que en un estudio de predicción electoral, el candidato A aparece obteniendo un 40% de las intenciones de voto, el candidato B un 30% y el candidato C un 20%. El 10% restante está constituido por personas que declaran que no saben por quién votarán.

Ante estas cifras el periodista tiende a pensar que en el universo del cual se seleccionó la muestra los valores serán los que proporciona la muestra y serán exactos.

¡El pensar así está muy lejos de la realidad!

Los valores obtenidos de la muestra, en nuestro ejemplo, porcentajes de intenciones de voto para los candidatos A, B y C, constituyen los estadígrafos o estadísticos muestrales que permiten inferir los parámetros del universo o población de la cual proceden.

Los parámetros son valores fijos y exactos, pero desconocidos, y lo único que puede hacerse con una buena muestra probabilística es estimarlos. La estimación de punto, en nuestro ejemplo que el candidato A obtendrá el 30% tiene muy poco valor en sí mismo. La estimación que resulta adecuada es la estimación del intervalo que toma en cuenta el error muestral específico de cada estimación.

Y si el error muestral específico de la intención de voto del candidato A es de $\pm 2\%$, ello significaría que hay que sumar y restar 2% al 30% de la estimación de punto. De modo tal que hay que señalar que la votación estimada del candidato A estará entre el 28% y el 32%, dado que hemos sumado y restado 2% a la estimación de punto.

Importante es destacar que esta afirmación la hacemos como un juicio en que establecemos una probabilidad de que efectivamente sea así, probabilidad que puede ser bastante grande, pero que nunca llega a ser certidumbre.

Lo usual o acostumbrado es trabajar con probabilidades de 95% (0.95) y de 99.7% (0.997) y ellos reciben el nombre de nivel de seguridad o confianza estadística.

La forma más simple de entender un resultado en que se nos diga que el candidato A obtiene el 30% de las intenciones de voto y que el error muestral de esa estimación es de $\pm 2\%$ con una seguridad estadística del 95% sería interpretarlo así: de cada 100 muestras posibles y distintas, pero obtenidas del mismo universo y con el mismo diseño, en 95 de las 100 la intención de voto del candidato A fluctuará entre 32% y 28%. Y solamente en 5 de 100 muestras posibles las estimaciones quedarán fuera de rango de valores de 28% a 32%.

El nivel de confianza de seguridad estadística se puede elevar a 96%, 97%, 98% ... y por último a 99.7%.

Cuando se llega a 99.7% (0.997) tendremos intervalos más seguros, pero rangos de valores entre el límite superior y el inferior más extensos, lo que harán más imprecisa la estimación por su mayor laxitud.

No es lo mismo que a uno le digan que la distancia entre Santiago y Concepción está entre 480 y 520 kilómetros que le señalen que tal distancia está entre 300 y 800.

Del mismo modo, no es igual como precisión de estimación que se nos diga que el candidato A, cuya estimación de punto en cuanto a intenciones de voto es de 30% estará entre el 28% y el 32% que se nos señale que estará entre el 26.5% y el 33.5%. Quien reportea un estudio tiene que entender sin ninguna duda que cualquier estimación de parámetros en estudios de opinión pública o predicción electoral se basa en un juicio de probabilidad y no de certidumbre. Igualmente debe

saber que la estimación de punto o puntual no es la mejor estimación.²⁶

A nuestro entender constituye, de parte de los investigadores, una deficiente forma de presentar los datos el consignar exclusivamente la estimación de punto. Ello induce al periodista a creer de manera errónea que ése es el valor del universo, y que esas cifras son exactas. Paralelamente, que si hay dos cifras distintas aunque sean bastante próximas, que ellas también se presentan en el universo o población.

Por arte de magia las diferencias entre estimaciones de punto se transforman en diferencias de magnitudes en el universo del cual se extrajo la muestra. ¡Nada más erróneo!

No podemos en este artículo considerar los aspectos estadísticos de los tests de significación estadística exployándonos en su naturaleza, sin embargo, es necesario señalar algunas palabras no técnicas en torno a ellos. En esencia, los tests de significación estadística empleados en estudios de opinión pública y de predicción electoral, cuando comparamos los porcentajes de respuestas de 2 categorías de ellas de una misma pregunta, nos permite establecer si las diferencias que se obtienen son suficientemente grandes como para sostener que ellas existen en el universo. O, por el contrario, pequeñas, para no afirmar lo anterior e interpretarlas como meras fluctuaciones de muestreo.

Desde el punto de vista periodístico, lo importante es que el investigador le señale al periodista la conclusión pertinente, a partir del cálculo del test de significación estadística correspondiente y que si no lo hace, éste se lo demande para no seguir repitiendo las consabidas interpretaciones que sólo consideran diferencias en las estimaciones de punto.²⁷

²⁶ Una excelente explicación de la estimación estadística, a la vez simple y profunda, se puede encontrar en Hays, William: "Statistics for psy-chologists". Holt, Rinehart and Winston. New York. 1963.

²⁷ Una explicación muy pedagógica de los tests de significación estadística se encuentra en Hopkins, Kenneth, et. al. "Estadística básica para las ciencias sociales y del comportamiento. Prentice-Hall. Hispanoamericana. S.A. México 1997.

8. NO COMPARARÁS RESULTADOS DE ESTUDIOS INCOMPARABLES

La comparación de resultados de diversos estudios, hechos en diversos momentos del tiempo, es posible de realizar siempre que se den tres condiciones fundamentales.

- a) Los universos estadísticos objetos de estudio sean iguales.
- b) Los diseños muestrales sean probabilísticos.
- c) Las preguntas sean las mismas, tanto en su redacción como en sus alternativas de respuesta.

La primera exigencia nos lleva a advertir nuevamente, que no se pueden comparar los resultados de un estudio en que el universo representado lo constituye la población de 18 años y más que vive en todo el país con otro en que lo sea la misma población de 18 años y más que vive en la Región Metropolitana. No es posible comparar resultados de la población de todo el país con una parte de ella.

Como tampoco podría compararse los resultados de estudios de la población de 18 años y más de la Región Metropolitana con otros que solo comprenden el Gran Santiago. El Gran Santiago abarca un número de comunas menor de la Región Metropolitana.

Pero, aun cuando la extensión geográfica sea igual, podría ocurrir que las características demográficas o sociales definitorias del universo fuesen diferentes.

Si la cobertura geográfica de los estudios es el Gran Santiago, un instituto o empresa podría definirlo como las personas de 18 años y más que viven en hogares particulares y otro restringido a las personas de 18 años y más que viven en hogares particulares y que además están inscritos en los registros electorales.

A mayor abundamiento, un investigador podría —tratándose de estudios de predicción electoral— definir su universo de estudio

restringiéndolo a las personas que estando inscritas en los registros electorales tiene la intención de concurrir a votar en las próximas elecciones.

La segunda exigencia es que los diseños muestrales sean comparables y podrían serlo si al menos son probabilísticos. La comparación se torna adecuada si los diseños muestrales son probabilísticos. Pero no podríamos comparar los resultados de una muestra probabilística con los de otra muestra que no lo sea, aun cuando la definición del universo y la cobertura geográfica sea igual.

Por último, con respecto a las preguntas de uno y otro estudio ellos deben utilizar una idéntica pregunta, lo que implica que la pregunta esté redactada de la misma manera. De la "misma manera" significa que si la pregunta es estructurada o cerrada, las alternativas de respuestas deben ser las mismas, tanto en número de alternativas como en redacción específica de ellas.

En las preguntas "inestructuradas" o "abiertas" las categorías de codificación y sus instrucciones correspondientes también deben ser las mismas. Sin esta "triple" identidad de universos de estudio, de diseños muestrales y de preguntas no hay comparación metodológica en sentido estricto.

Hay que insistir en este punto hasta la majadería porque es frecuente encontrar en los periodistas comparaciones de resultados de estudios absolutamente incomparables y donde el último estudio en el tiempo, comparado con el que le precede, determinaría si hubo o no cambios. ¡Se prefiere el pan fresco al pan añejo, aunque los panes sean de cortes e ingredientes distintos!

9. NO SEÑALARÁS QUE HAN EXISTIDO CAMBIOS ENTRE ESTUDIOS SIN TOMAR EN CUENTA LOS TESTS DE SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA

Es usual hallar en las informaciones de prensa, que al comparar resultados de dos estudios, nos encontramos que los resultados

de las estimaciones puntuales difieran y la tentación periodística a titular destacadamente el artículo se hace señalando que fulano de tal bajó y que sutano de cual subió en las intenciones de voto que reciben.

Ya hemos señalado, en otra parte de este artículo que tal interpretación es antojadiza, si al aplicar los tests de significación estadística las diferencias no resultan serlo. El periodista no debe caer en estos errores y su deber es exigirle al investigador de opinión pública que le entregue la información analizada correctamente. De proceder así, no se caería en interpretaciones equivocadas como las ocurridas por todos los diarios nacionales en Chile de la difusión de los resultados del estudio de GEMINES entre el 9 y 10 de Octubre de 1998.

La empresa GEMINES presentó las estimaciones puntuales de intención de voto por cuatro pre-candidatos: Lagos, Zaldívar, Lavín y Piñera. Al parecer, los investigadores no efectuaron los tests de diferencias para proporciones de dos muestras independientes y las conclusiones sustantivas de ascensos y descensos en las intenciones de votos no correspondieron a la realidad.

Al aplicar los tests de significación estadística a un 0.05% de seguridad, Gabriel Davidovics y yo constatamos que Ricardo Lagos no había bajado. Tampoco habían subido Gladys Marín y Sebastián Piñera. Sólo lo habían hecho Joaquín Lavín y Andrés Zaldívar. Sin embargo, toda la prensa nacional destacó en sus titulares, cambio que eran inexistentes.²⁸

¿Cuál fue el enorme error cometido? Haber ignorado la existencia de los tests de significación estadística y su importancia indiscutible cuando se comparan resultados de dos estudios muestrales.

Toda interpretación de cambios entre estudios que obedecen a la metodología de los llamados "trend studies" o "estudios de

²⁸ Sería interesante hacer un estudio de los titulares de la prensa, como así mismo un análisis de contenido de las noticias de ese estudio.

tendencias", sean ellos de incrementos o decrecimiento de las cifras, resulta ciego sin el auxilio de los tests de significación estadística.

Es una omisión grave de parte de los investigadores entregar la información sin el análisis estadístico correspondiente, pero es igualmente censurable que nuestros periodistas que reportean estos estudios no sean capaces de exigirselos porque al parecer, simplemente los desconocen.

10. EXIGIRÁS CONOCER LOS AJUSTES DE DATOS QUE HAYA EFECTUADO EL INVESTIGADOR

No es infrecuente que los investigadores de opinión pública hagan "ajustes" a sus datos originales, particularmente en las preguntas sobre intenciones de voto, que son las que más les interesan a la prensa y a los políticos. Y por qué no decirlo... también al público.

Ello ocurre más habitualmente cuando los indecisos o los que contestan "no sabe" o no "responde" constituyen porcentajes elevados del tipo 25% a 40% de la muestra o de la población estimada.

Quien tenga alguna experiencia en sondeos preelectorales sabe, que el "estratega de campaña" le exigirá al investigador incorporar una gran cantidad de preguntas sobre comportamiento electoral pasado, ubicación en el eje izquierda-derecha, evaluación diferencial de partidos, evaluación diferencial de los candidatos en ciertas características como las personales y las aptitudes para resolver problemas, etc.

Muchas veces, con estos antecedentes y en la medida que los datos muestran patrones consistentes de respuestas, el investigador entra a agregar a los "indefinidos" a una cierta candidatura, o los distribuye entre ellas de acuerdo a las predisposiciones obtenidas de estas otras preguntas.

Ello no es un procedimiento en absoluto reprochable, pero sí lo es no mencionarlo explícitamente. También lo es el no indicar los datos utilizados para situar a los "indefinidos" en la pregunta directa sobre intención de voto en alguna de las categorías correspondientes.

Lo pertinente sería —en nuestro juicio— que el periodista exigiera los datos tanto de las distribuciones "con" y "sin ajuste", e informara de ambas en sus artículos de prensa.

CONCLUSIONES

Los estudios de opinión pública en Chile no sobresalen precisamente por su calidad. Múltiples son las deficiencias que es posible advertir en ellos, máxime en un mercado poco transparente. Estudios hechos con muestras de cuotas, limitados a análisis univariatos y con resultados sin emplear tests de significación estadística es lo común y habitual en Chile.

En nuestra opinión, la prensa tiene un rol crítico importante que jugar. Es ella, al menos, la que tratándose de estudios de opinión pública puede contribuir a diferenciar los productos de calidad del mero "ruido" de cifras vendido como noticia.

No cabe duda que la difusión de estudios de opinión pública, y sobre todo de predicción electoral, tiene variados efectos políticos y es nuestro deber contribuir a que ellos realmente reflejen lo que efectivamente piensan y sienten los chilenos en asuntos de naturaleza pública.

Si bien es cierto que no existen investigaciones que prueben que la difusión periodística de los resultados de estudios de intención de voto terminen inclinando a los indecisos a favor de los candidatos "ganadores" (en una especie de "efecto bandwagon"), no es menos verdadero que hay otra clase de efectos.

Basta conversar con algunos candidatos que las encuestas han dado persistentemente como perdedores para conocer como los

“donantes de sangre” financiera para sus campañas se tornan cada vez menos generosos.²⁹

La tacañería tiene una explicación que formulamos como pregunta: ¿Quién apuesta a los caballos perdedores en ese mundo raro de vinculaciones entre políticos y empresarios? ¿Y qué pasa con los activistas de campaña? ¿Muestran ellos la energía y entusiasmo necesarios cuando saben que su candidato es perdedor?

Pero el mejoramiento en la calidad de los estudios no podrá ser una realidad en nuestro país si, en definitiva, los periodistas no adoptan una posición crítica y los editores no actúan en consonancia con ellos.

Esperamos que las ideas de este “paper” sirva al periodista lector para meditar en cuán atrasadas metodológicamente está la investigación de opinión pública en Chile y la información periódica de ella que hace nuestra prensa escrita. Al mismo tiempo para reflexionar en su propia labor cuando reportean y escriben sobre opinión pública.

Si se me permite una dosis de humor, agregaría un nuevo pecado: “Escribir de lo que no se entiende y desinformar al público, sin estar preparado adecuadamente para estas tareas”.

En los países desarrollados los periodistas que escriben sobre resultados de estudios de opinión pública y predicción electoral saben lo que hacen.

¿Por qué no en Chile? Si para escribir de cine, política internacional y deportes los periodistas se especializan. ¿Por qué no se especializan los periodistas políticos en estas materias de opinión pública?

²⁹. No hemos querido mencionar los efectos de tentaciones partidarias a retirar a su candidato cuando éstos no remontan en las encuestas. Pero algo de ello se puede rastrear en la prensa de enero de 1999.