

LA MANIPULACION DE LA INFORMACION EN LOS SONDEOS ELECTORALES.

Jorge Mejia Martinez

Abstract. The surveys appear before the public opinion like nonvalid. Known they are the cases of the last elections. The common citizen asks itself who is the one that fails: the one that gives the information or the one receives that it. We already know that there are problems with the informant. Everything aims at processes of manipulation of the data of the surveys and to intentional methodologic problems or not that does that before the opinion it publishes the surveys or electoral soundings are not reliable.

Resumen. Las encuestas aparecen ante la opinión pública como no válidas. Conocidos son los casos de las últimas elecciones. El ciudadano común se pregunta quién es el que falla: el que da la información o el que la recibe. Ya sabemos que hay problemas con el informante. Todo apunta a procesos de manipulación de los datos de las encuestas y a problemas metodológicos intencionales o no que hacen que ante la opinión publica las encuestas o sondeos electorales no sean confiables.

Introducción.

Con razón se dice que las encuestas son como los chorizos: saben a lo que se les eche por dentro. En nuestro territorio sí que hemos sufrido disfrutado sus inconsecuencias. En Medellín, hace exactamente cuatro años, por esta misma fecha, Sergio Naranjo ganaba con un 32% y Sergio Fajardo perdía con un 17%. 60 días después la pela fue pavorosa. Ganó sobrado el que jamás ganó una encuesta. Lo mismo ocurrió con la Gobernación de Antioquia: los Gavirias, Guillermo y Aníbal, muy poco fueron favorecidos por las inefables encuestas, más sí por los electores. Pero, si las encuestas están tan caídas, no es por culpa de los votantes: los mismos encuestadores les dan entierro de tercera a

sus engendros. *El consultor internacional Luís Carlos Burbano desnudó las inconsistencias de la encuesta de Gallup de la semana pasada.*

Una de las deficiencias más protuberantes de la encuesta de Gallup señaladas por Burbano se refiere al error muestral, parámetro que permite inferir sobre la diferencia entre los resultados obtenidos por la encuesta (estadístico) y el resultado real que deberíamos obtener de toda la población, si tuviésemos información de la misma (parámetro poblacional). Para definir el tamaño representativo de una muestra se utiliza una fórmula, a la cual se le aplica un cierto nivel de confianza y de error. Gallup calcula una muestra de 608 entrevistas para todo el departamento, a partir de un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 4%.

A primera vista el tamaño de la muestra no tiene ningún problema. Sin embargo, Gallup incurre en fallas técnicas que desvirtúan completamente sus resultados que se presentan en forma desagregada para Medellín, Valle de Aburrá y Resto del Departamento. En la ficha técnica sólo se menciona el error muestral para el caso de Medellín y el total del Departamento, pero no se menciona el error muestral para el Valle de Aburrá y el Resto del Departamento. Haciendo los cálculos con la fórmula anteriormente mencionada, encontramos que el error muestral para el Valle de Aburrá y el Resto del Departamento es del 10%, nivel extremadamente alto para inferir de forma confiable sobre las tendencias electorales. Se señala, por ejemplo, que Luís Alfredo Ramos está 12 puntos por encima de Eugenio Prieto en el resto del departamento, lo que no es más que un simple empate técnico. Un margen de error del 10% supera los parámetros aceptados internacionalmente para este tipo de encuestas, donde la exactitud de los resultados es determinante.

Pero ahí no para la cosa. El problema del margen de error es todavía mayor si consideramos que las estimaciones del porcentaje de la intención de voto se realizan no sobre el total de entrevistados sino, como efectivamente debe ser, sobre aquellos que manifiestan intención de votar para la gobernación. En este

sentido, la base de la muestra se reduce en un 50% y, por lo tanto, el coeficiente de error también se incrementa. Veamos: En el departamento el número de entrevistados con intención de votar fue de 304 personas, lo que supone un error muestral cercano al 6%. En Medellín 176 personas, con un error muestral del 7,4%. Para el Valle de Aburrá 68 personas y un error muestral del 12%. En el Resto del Departamento, fueron 60 personas con un error muestral muy cercano al 13%. Inaceptables tan altos errores muestrales. Las escandalosas deficiencias técnicas de la metodología muestral utilizada son reconocidas explícitamente por el Ejecutivo de Cuenta Alejandro Galeano R. de Imvamer/Gallup, respon

sable técnico de esta encuesta, quien en un correo electrónico enviado al Consultor Burbano afirma que "las encuestas realizadas son únicamente representativas de los municipios seleccionados y no de todo el departamento". El problema es que ni los márgenes de error ni la limitación de la encuesta son mencionados en la ficha técnica presentada por Gallup, lo cual lleva a hacer conclusiones equivocadas y a generar distorsiones en la opinión pública sobre la verdadera realidad electoral en Antioquia. De entrada, esta omisión pone a Gallup frente a una falta en la ética, además de una posible trasgresión de las normas jurídicas, que obligan a las firmas encuestadoras a informar en la ficha técnica de la encuesta todos los parámetros esenciales para su adecuada interpretación.

Además del coeficiente de error, la distribución de la muestra es otra deficiencia que afecta los resultados de la encuesta. Efectivamente, la base de entrevistados con intención de votar tiene una distribución por grandes regiones del departamento que no se corresponde con la distribución del potencial electoral ni con la registrada por las votaciones para gobernador en el 2003. La participación de Medellín en la muestra ponderada es del 49%, cuando esta ciudad sólo participa con el 31% en el potencial electoral y en los votos totales registrados en el 2003. Por el contrario, el resto del departamento contribuyó con el 46% de los votos depositados pero en la muestra de Gallup representa tan sólo el 14%. Indudablemente, el plan muestral de Gallup

favorece enormemente a Luís Alfredo Ramos, candidato que posee una mayor recordación en Medellín y en el Valle de Aburrá y perjudica a Eugenio Prieto cuyo mayor potencial está en el resto del departamento. Ya los medios de comunicación empiezan a cuestionar las diferencias entre la encuesta de Gallup y la del Centro Nacional de Consultoría respecto a la situación electoral en Medellín. La última Revista Semana publica los resultados de la encuesta electoral para Medellín y Bogotá solicitada al CNC. Aparece el candidato Luís Pérez con un 36% de intención de voto, 13 puntos por encima de los resultados de la encuesta de Gallup realizada tan sólo 3 días antes y que superan enormemente los márgenes de error mencionados en las fichas técnicas de las dos encuestas. Las metodologías de investigación que utilizan las firmas encuestadoras son universales, por lo tanto, las diferencias en los resultados deben estar dentro de los errores muestrales. Una de las encuestas está equivocada. Sin embargo, existe un hecho técnico que lleva a sustentar que los resultados del CNC poseen una mayor credibilidad: su margen de error es del 4% y la de Gallup de 6,3%. La diferencia en los márgenes de error se debe a que la primera empresa realiza 696 entrevistas a personas que manifestaron intención de voto y Gallup sólo realizó 240 entrevistas sobre este mismo universo.

Hasta el momento la única encuesta electoral sobre las elecciones para la gobernación de Antioquia publicada por los medios de comunicación es la de Gallup, con resultados nada confiables. No hay nada claro sobre las preferencias electorales de los antioqueños. Hasta que aparezca una verdadera encuesta, técnicamente bien fundamentada, que despeje dudas y permita realizar una verdadera evaluación sobre la marcha de cada una de las candidaturas. Pero con encuesta o sin ella, lo importante ocurrirá el 28 de octubre. No antes.