

## GRANADOS CHAPA

◆ Las encuestas sobre preferencias electorales son sondeos aproximativos. Coinciden a veces con los resultados en las urnas, pero no siempre. Cabe temer sin embargo el aprovechamiento político que se hace cuando no rigen los ejercicios intereses sólo demoscópicos.

## PLAZA PÚBLICA

# Encuestas, comunicación, propaganda

**MIGUEL ÁNGEL GRANADOS CHAPA**

Gran perplejidad causaron, muy probablemente, los resultados de encuestas relacionadas con la elección para gobernador de Puebla. Dos sondeos, realizados al mismo tiempo, entre el 19 y el 25 de mayo, obtuvieron cifras muy diferentes. Siempre es posible que eso ocurra en tratándose de la demoscopia aplicada a los procesos electorales. De modo que no digo que los resultados de las encuestas han sido trucados. Me limito a señalar sus disímbrlos resultados y hacer una reflexión sobre el levantamiento y uso político de ese tipo de ejercicios.

En la página 9 de la edición de ayer lunes del diario capitalino *El Universal* (que sólo es portador de los mensajes contradictorios) se publica, a media plana, un desplegado que se titula "Elecciones 2010. Puebla. Rebase Rafael Moreno Valle a López Zavala. Preferencia electoral". Dos barras, una azul tenue y otra gris, muestran en tipografía de gran tamaño: 34% y 33%. A la izquierda de la columna con mayor puntaje aparece el nombre de la coalición "Compromiso por Puebla", y los logotipos de los partidos que la integran: PAN, PRD, Convergencia y Panal. Y del lado derecho de la columna con el porcentaje menor el nombre de Javier López Zavala, a quien apoya la coalición Puebla Avanza, de PRI y PVEM.

En la página 18, otro desplegado, éste a plana entera, muestra los resultados de otra encuesta: "Así van en Puebla. Zavala adelante 15 puntos". Aunque allí se dice que Consulta Mitofsky "presenta los datos de un estudio aplicado en el mes de mayo", lo hizo el PRI para ufanarse de la cifras. Firma como "responsable de la publicación" Arturo González Orduño, que hasta hace dos meses era director general de Sistema de información y comunicación del gobierno de Mario Marín.

Las cifras se expresan en barras no esbeltas sino casi rectangulares. La primera de izquierda a derecha, de color azul, dice

que Moreno Valle es preferido por 30.1 por ciento de los consultados; López Zavala, en la columna verde, por 44.7 por ciento. En una tercera barra, que casi no lo es, figura

Mario Armando Etcheverry, candidato del PT, que llega a 4.7 por ciento. Y en la barra final, casi un rectángulo, aparece el 20.5 por ciento de los que no declararon preferencia alguna.

(La publicación de la encuesta se adorna con dos datos que refuerzan la idea central del mensaje, obviamente no expreso, sobre el triunfo inexorable del PRI: casi el 80 por ciento de quienes votarán por López Zavala está seguro de que su decisión no cambiará de aquí al 4 de julio. Y en barras horizontales se muestra que el PRD es el partido más rechazado, por el cual no votaría jamás el 36.4 por ciento).

Una cosa son las encuestas sobre preferencias electorales y otro su aprovechamiento político. Como ejercicio probabilístico, los sondeos son aproximativos. A veces coinciden con los resultados en las urnas y a veces no. Quienes interpretan los resultados de estas investigaciones como anuncio científico de cómo se comportarán los votantes pueden llevarse chascos tremendos. Anteayer en Colombia, las cifras reales se parecieron poco a las contenidas en las encuestas. Esa diferencia no remite necesariamente a ineptitud o corrupción de los estudiosos de la opinión electoral. Puede ser que ésta haya cambiado dejando mal parados a quienes semanas o días atrás recibieron una respuesta diferente a la que ejercieron en la mesa electoral.

Un asunto diferente es aprovechamiento político de las encuestas, al que cabe temer especialmente cuando las realizan agencias cuyos intereses no son exclusivamente demoscópicos. La actuación de GEA en 2006 y de GCE en la elección yucateca del 16 de mayo sirven para ejemplificar por lo menos la posible confusión de intereses en agencias que por un lado levantan encuestas y por otro ofrecen otros



Fecha <b>01.06.2010</b>	Sección <b>Primera - Opinión</b>	Página <b>11</b>
----------------------------	-------------------------------------	---------------------

servicios a su clientela. Hasta en sus nombres esas empresas manifiestan un arco de intereses y actividades diferentes de los que suele denominar a las firmas encuestadoras. Aun en el caso de agencias bautizadas con los nombres y/o apellidos de sus directores, en el ambiente de la demoscopia profesional se sabe de qué se trata.

Grupo de Economistas Asociado es una prestigiada consultoría en los temas indicados por la profesión de sus integrantes. Algunos de sus socios no atienden sólo a su clientela directa sino que en diversos medios enriquecen con su saber el análisis público de la marcha de las finanzas y la economía. Se asocia ocasionalmente con ISA (Investigación Social Aplicada). Levantar encuestas no es, por lo tanto, su ámbito principal de negocios. Pero es oportuno cuando lo realizan: aun antes de que declinaran las preferencias electorales a favor de Andrés Manuel

López Obrador, GEA-ISA fue la única que publicó resultados en que el triunfador en la inminente jornada de julio era Felipe Calderón. Sin base objetiva para la denuncia política, la oposición hizo notar que Jesús Reyes Heróles, director de GEA, fuera colocado a la cabeza de Pemex, y que Guillermo Valdés, responsable de ISA, sea todavía hoy director del Cisen.

Gabinete de Comunicación Estratégica midió el pulso electoral yucateco, especialmente el meridano. Tan cerca de la jornada electoral como lo permite la legislación local, anotó una ventaja de 12 puntos para la candidata del PRI y al final del día la diferencia se achicó considerablemente. La agencia ofrece servicios de comunicación, eventualmente refidos con el de levantar encuestas. Sus directores son Liébano Sáenz y Federico Berrueto.

*miguelangel@granadoschapa.com*