

EL PAIS

ENCUESTAS: SE LE ASIGNÓ A ESE INSTRUMENTO PODER DE ADELANTAR LO QUE VA A OCURRIR

La sobreestimación de un dato falible

lun nov 3 2014

El peso de las condiciones económicas es muy relevante a la hora de que el electorado decida a quien otorga su voto

FOTO



Doctora Rosario Queirolo y doctor Rafael Piñeiro. Foto: Archivo El País

Para los doctores en Ciencia Política Rosario Queirolo y Rafael Piñeiro, de la Universidad Católica del Uruguay, los modelos tradicionales para explicar el comportamiento electoral beneficiaban claramente al Frente Amplio. Sin embargo, la confianza en el trabajo de las encuestadoras llevó a los analistas a explicar lo que "creían que estaba pasando" y no lo que les indicaba el comportamiento teórico y la historia reciente. Coinciden en reivindicar el profesionalismo de las encuestadoras, pero advierten sobre la necesidad de hacer "un ajuste" en su labor. A continuación, un resumen de la entrevista.

—¿Desde la teoría política, cuáles son los aspectos que inciden en la decisión de las personas a la hora

de manifestar su preferencia electoral?, ¿qué lugar ocupa la economía en ese escenario?

Rosario Queirolo—Uno muy importante. Es parte del argumento de porqué se esperaba que, más allá de las encuestas, el Frente amplio fuera reelecto. En general los uruguayos son pesimistas, pero desde hace unos años, cuando se les pregunta cómo evalúan la situación económica del país y la propia, los resultados son positivos. Eso no pasó durante décadas, entonces, en la actualidad la gente está percibiendo alguna mejoría. Y esto más allá de los indicadores que refieren al crecimiento económico, la caída de la pobreza y el desempleo —porque en otras épocas también los indicadores podían ser buenos y sin embargo la percepción de la gente no iba en esa línea— ahora, tanto los indicadores objetivos (los indicadores) como los subjetivos (las opiniones de las personas) son coincidentes en su signo positivo. Y esa es una explicación que funciona en Uruguay, el resto de América Latina y en todo el mundo: "la teoría del voto económico". Si las cosas están bien, el elector tiende a premiar al gobernante con su voto y si están mal, lo castiga y vota a la oposición.

La percepción de la economía es sustancial, es uno de los indicadores más fuertes, y en este contexto resulta ampliamente favorable y no había dudas antes de la elección de que iba a ser un elemento a tener en cuenta, más allá de otros aspectos que pudieran generar mayores dudas al votante.

Rafael Piñeyro—Los modelos tradicionales para explicar el comportamiento electoral, beneficiaban claramente al Frente Amplio. Está estudiado cuándo la gente opta por cambiar. Ese cambio implica un riesgo, y la tolerancia de ese riesgo asociado a la modificación de su preferencia electoral, está determinada por la situación en que se encuentra. Cuando uno tiene una percepción respecto a que la situación es mala, tiene más disposición al cambio, a pesar de que sea riesgoso. Sicológicamente está dispuesto a tolerar mayores riesgos. No por casualidad, Tabaré Vázquez en el último tramo de campaña, reforzaba la idea de "nosotros somos los que generamos las certezas en este país" y hacía referencia a ello en cada una de sus apariciones. Existe esa intuición, la gente tolera el riesgo asociado al cambio, en función en que se sienta en una situación que le es muy desventajosa. Eso no pareció ocurrir.

El bienestar.



—¿Existe un tipo de políticas que suele recoger más adhesiones en tiempo de bonanza económica?

RP—Las políticas promercado con las que está asociado el Partido Nacional y en particular el sector del candidato a presidente, tienden a tener menor adhesión en momentos de bonanza económica, a favor de las políticas probienestar, que aparecen más asociadas al Frente Amplio. La gente está

dispuesta al ajuste económico y a la política de mayor retracción del bienestar, si percibe que no hay crecimiento económico para sustentar esas políticas. Si se está en un momento de expansión, es lógico, desde el punto de vista de la teoría política, que el votante se sienta más inclinado hacia aquellas propuestas que le prometen mayor bienestar.

—Sin embargo, en momentos de bienestar económico, las demandas cambian. La seguridad y la educación aparecieron entre las primeras preocupaciones de los uruguayos. ¿Ello no pesó a la hora de optar?

RQ—Antes del domingo, en particular creía que esos temas iban a tener mayor impacto. Que estaban colocados bien alto en la agenda e iban a hacer llegar a perder algún punto al Frente Amplio. Pero eso no ocurrió. Lo que no sabemos, es si son los mismos votantes ahora que en el 2009; capaz que algunos dejaron de votarlo por ese tema, pero otros, gracias a su mejor situación económica actual, el empleo, los beneficios sociales, le acompañaron con el voto. Esa información no la sabemos. Nosotros solo vemos resultados agregados, no conocemos esos movimientos; son temas en los que nos falta trabajar.

La evidencia de que cerca del 48% de los electorales votara por el Sí en el plebiscito, demuestra que para nada son temas indiferentes en la población. Pero quedó demostrado que hay otras cosas que inciden más, como es, nuevamente, la situación económica.

RP—Lo que no tenemos nunca es el contrafáctico. No sabremos nunca cuánto hubiera votado el Frente Amplio si esos problemas que identifica la ciudadanía, no estuvieran en la preocupación de la gente. No podemos saber si estos problemas pesaron o no en el desempeño electoral. En todo caso, no fueron suficientes para que el Frente Amplio perdiera la mayoría absoluta.

—¿Hay una transformación en los votantes?

RP—Los partidos de izquierda, y sobre todo de izquierda programática, tienden a ir transformando su electorado en la medida en que llegan al gobierno. El votante de Montevideo es la muestra de ello: en la capital la adhesión se fue trasladando desde la costa a la periferia, dado que sus políticas beneficiaban más a esos sectores que otros. De todas formas, ese traslado de votantes no significó una pérdida neta, ya que siguió ganando la administración departamental.

Seguramente haya muchos más cambios en la composición del electorado, de lo que podemos ver con los datos agregados. Acá ocurre lo que llamamos "falacia ecológica", que es imputar comportamientos individuales viendo datos agregados.

Hay algunos indicios, todo un campo para trabajar desde las ciencias sociales en Uruguay, respecto a las posibles transformaciones electorales que están encubiertas por una aparente estabilidad de los resultados electorales.

Margen de error.

—Las empresas de opinión pública admitieron los errores a la hora de adelantar los resultados de las elecciones...

RP—Las consultoras que todos conocemos y que operan hace mucho tiempo en el mercado son profesionales, hacen bien su trabajo y han servido por muchos años a generar información de calidad para tomar decisiones políticas y también decisiones económicas. Eso es inobjetable.

Obviamente, en esta oportunidad parecen no haber generado la información lo más ajustada posible a lo que terminó siendo el resultado. Y seguramente que indujeron a error a muchos actores económicos y políticos, lo que a su vez genera ciertas dudas acerca de cómo usar esos datos en el futuro. En términos de la metodología, uno se pregunta qué cambios ocurrieron en Uruguay, que determinen una serie de ajustes en sus instrumentos para poder recoger esas modificaciones en el comportamiento de los uruguayos.

—No pesó también el "acostumbramiento" a la información que brindaban las encuestadoras?

RP—Es cierto que nos acostumbramos durante mucho tiempo a que las encuestadoras resultaran muy eficaces para estimar, y por ello nuestro comportamiento tendía a dar por sentado que la estimación puntual que se presentaba era lo que iba a ocurrir. Y esos instrumentos tienen un margen de incertidumbre; cuando esa estimación puntual no fue tan eficiente, nos llama a pensar que existen otras maneras de reportar la incertidumbre que pueden servirle mucho más a quienes toman decisiones. Se debe ser más explícito e incorporar en el análisis los márgenes de incertidumbre.

El dato que se divulga tiene un intervalo de confianza, dentro del cual no podemos decir que el número es uno determinado. Y eso, cuando pequeñas variaciones hacen cambios drásticos, es muy complicado, porque le asignamos al instrumento un poder para adelantar lo que va a ocurrir, que realmente no tiene.

Claro que, cuando se comienzan a manejar las incertidumbres, las cosas cambian mucho menos y se vuelve menos atractivo como producto de consumo para actores políticos, económicos o el público en general. Insisto en que hay que ser bien claros de los márgenes de error que existen en las estimaciones que se manejan.

RQ—Estos problemas comenzaron a partir de las internas, que de por sí son muy difícil de pronosticar. Hasta allí las encuestadoras habían hecho un excelente trabajo desde la reapertura democrática.

La importancia de tener claro el margen de error es fundamental, pero incluso, algunas de las previsiones estaban por fuera de ese rango. Por ello, entiendo que hay alguna cuestión metodológica que no funcionó bien y me parece que sobre eso hay que trabajar. También podemos suponer un cambio entre los individuos que no responden. Tal vez cambió algo en la opinión pública a la hora de manifestarse y sobre ello tendrán que trabajar las encuestadoras.

Convencimiento.

—El respeto a la opinión de las consultoras pesó en politólogos y líderes partidarios a la hora de comunicar...

RP—Exacto. Tan buena es la opinión que hay sobre lo que reportan los analistas de opinión pública, que viendo el escenario que había antes de las elecciones, nos lograron convencer de que, algo que era contra-intuitivo, podía ser cierto. Previo a esta última etapa, no concebía que Tabaré Vázquez pudiera votar menos que lo que votó Mujica en la elección anterior. Una cantidad de indicadores reforzaban esa posición, y nada más alejado de una caída de 5 puntos como alguna empresa pronosticó en su estimación puntual. Sin embargo, los análisis de los últimos días generaron un escenario diferente que todos dimos por bueno. Estoy entre los que "compró" esa información, a pesar que no se ajustaba a las presunciones teóricas que personalmente tenía respecto al escenario actual y a cómo evoluciona el sistema político uruguayo. Pero la di por buena porque le creo a las encuestadoras. Deberán revisar sus métodos para mantener los altos niveles de credibilidad que tienen.

—Y desde el punto de vista del análisis no hubo también un error?

RP—Es cierto. Nos orientamos mucho más a explicar lo que creíamos que estaba pasando (el escenario planteado por las encuestadoras) que a plantear cierta aprehensión a la distancia que había entre lo que parecía que estimaban las encuestas y lo que podíamos pensar teóricamente. Eso nos cabe a todos como académicos, a quienes hacen análisis político y a quienes llevan adelante las encuestas por la forma de comunicarlas. Sobreestimamos la capacidad de las encuestas para darnos información.

A pesar de tener encuestas muy buenas, nos falta un conocimiento acabado respecto a la cultura política o al comportamiento electoral de los uruguayos. El desarrollo de las encuestas y la calidad de los datos es grande, pero sobre el comportamiento del elector es bastante menor. Y la utilización de esos datos no fue todo lo buena que podía haber sido. Lo que seguramente nos podía haber dado algunas señales de alerta respecto de las mediciones.

La ignorancia es un comportamiento racional a la hora de votar

—¿Pesa en el votante que uno de los dos partidos que va al balotaje cuente con mayoría parlamentaria?

RQ—Creo que no. Hay gente que tiene el concepto de lo que implica la gobernabilidad y que un presidente no tenga el respaldo parlamentario, pero no son muchos. Requiere de una gran sofisticación, mucho interés en la política, no es lo habitual. Pero así el escenario fuera que todos entienden y profundizan en el concepto, hay dos lecturas sobre el tema. Una es la que expresan los que están en esa situación, y otra los que la cuestionan, los argumentos en este tipo de situaciones son más bien políticos. No es un eje de competencia que se pueda utilizar para generar grandes cambios en el comportamiento del elector.

—¿Toda la información que se pueda volcar a través de la academia, la opinión, los medios de comunicación, queda de lado a la hora de la elección ante la imagen que el candidato genere sobre el electorado?

RP—En buena medida sí, porque la ignorancia es racional a la hora de emitir el voto, como lo dijo Anthony Downs en 1957, en su teoría económica sobre la democracia. Él decía que era imposible que todos tuviéramos información perfecta. Por tanto, la gente elabora atajos cognitivos para definir qué va a votar. Por otra parte, sabe que su voto no va a cambiar mucho el resultado, entonces, es inconsistente invertir mucho tiempo en informarme para realizar un voto informado, porque sé que no generaré un cambio importante, salvo que todos los demás hagan lo mismo, Pero como eso no sucede, no se justifica.

Hay otras teorías que hablan de que el voto es más que una inversión, no estoy calculando cuán bien me va a ir, sino que se asimila más a un bien de consumo. Estoy apoyando a alguien porque ello me reditúa algún tipo de utilidad.

RQ—Ahí es donde entran a pesar otras cosas, es más expresión que inversión. Aparecen las afinidades, las identificaciones partidarias, lo afectivo. En Uruguay, seis de cada diez uruguayos tienen ya una afinidad con un partido político y eso compromete mucho, de manera que no se busca una utilidad que sea sólo la racionalidad en términos económicos.

Eso no quiere decir que debido a ese "tipo" de ignorancia racional la gente no incorpore datos de la realidad que hacen que vote en función de sus intereses. La gente no leyó el programa del Frente Amplio ni el del Partido Nacional, pero tiene una idea, más o menos cercana, de qué significa cada

propuesta y cómo éstas pueden repercutir en su vida.

Ficha técnica.

Rosario Queirolo es Licenciada en Ciencia Política y Sociología en la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y Ph.D en Ciencia Política (Universidad de Pittsburgh). Es docente en la UCU y coordinadora del Proyecto LAPOP (Latin American Public Opinion Project) en Uruguay.

Rafael Piñeiro es Licenciado en Ciencia Política por la UdelaR y obtuvo su Ph.D en la Universidad Católica de Chile. Es docente en la UCU y presidió la Asociación Uruguaya de Ciencia Política (2012-2013).