

¿Fallaron las encuestas?

Nicolás Andrés Bertone

Consultor y coordinador de equipo en Zuban-Córdoba y Asociados.

Lic. en Ciencia Política – UCC-, Maestrando en Comunicación Política – Universidad Austral-
Maestrando en Gestión Política – UCC

nicobertone1991@gmail.com

Ni verdadero, ni falso. Tal vez, lo que habría que preguntarse es: ¿quién leyó la encuesta? Pensar que bajo el paradigma positivista los instrumentos nos brindan información que el investigador va a descifrar de manera objetiva, es una premisa que las ciencias sociales han descartado hace tiempo. Por lo cual, lo primero que debemos entender es que las encuestas han tenido un creciente protagonismo y auge que faranduliza su lectura sin prestar atención a los tipos de muestreo, los métodos de recolección y los alcances en la generalización que cada una en particular tiene.

En la previa de las PASO, encontramos sobrada disponibilidad de estudios de opinión pública. Esa proliferación trajo dos sesgos: hartazgo de la gente con posibilidad de ser seleccionada y sobrerepresentación del nivel o los niveles socioeconómico/s con posesión de teléfono fijo en su domicilio. Las encuestas domiciliarias mostraron mayor confiabilidad, teniendo algunos colegas que predijeron una diferencia entre el primer y segundo espacio que oscilaba entre 12 y 15 puntos nacionales.

En la investigación política no todo es encuestas. Y para comprender por qué los resultados fueron tan impactantes, tenemos que considerar en qué medida las campañas electorales logran el marco o encuadre adecuado para denominar el contexto.

Diversos estudios cualitativos sobre diferentes perfiles de votantes, mostraron una interpretación clara de cómo se venía conformando las percepciones y las demandas electorales de la contienda 2019. En diferentes campos cualitativos – Grupos focales, por ejemplo – llevados a cabo desde la Consultora Zuban-Córdoba y Asociados a lo largo del país, dan cuenta de la recurrencia y afección que la situación económica presentaba en los participantes. Anclaje que el oficialismo optó por ocultar en la campaña de cara a las elecciones PASO.

Estos datos particulares también fueron constatados en encuestas nacionales para una inferencia estadística correspondiente. En ese sentido, se detectan variables de percepción que vienen sufriendo deterioros constantes para el gobierno: aprobación de gestión, las expectativas económicas, la preferencia por la continuidad de la gestión actual, la preferencia por reelegir al gobierno de turno, entre otras. Todas variables que no superaron el 35% de respuestas favorables al gobierno en los últimos 12 meses.

Muchos argumentarán sobre la sorpresa, ya que los medios no parecían reflejar este malestar en la opinión pública. Había una desconexión entre las agendas sociales, políticas (el

oficialismo no hablando de la crisis) y la mediática que fueron el coctel perfecto para esta “sorpresa”. Podemos tomar de las encuestas algunas preguntas simples que dan cuenta de esto. Cuando preguntamos mensualmente por el principal problema de los argentinos en general observamos mayores temas de agenda: económicos, judiciales, corrupción; mientras que, al preguntar por los temas que preocupan al núcleo familiar, las preocupaciones mencionadas eran mayoritariamente económicas.

Hasta aquí podemos ir tomando dimensión de algunos temas, clivajes y problemáticas del contexto y cómo hicieron uso o no de ellos los principales contendientes.

Otro aspecto a analizar son las iniciativas de alianzas políticas, Juntos por el Cambio incluyó a dirigentes del partido opositor, el candidato a vicepresidente Miguel Ángel Pichetto, esperando ampliar sus bases de adhesión. Lo cierto es que, más allá que hoy hacemos un análisis con el diario del lunes, los datos previos mostraban que no aportaba mayor caudal de votos, significancia o fuerza institucional. En primer lugar, porque Pichetto no tenía un caudal positivo en su imagen que incorporar y su discurso o percepciones asociadas a su perfil de dirigentes coincidían con el público que ya es parte de la coalición. En segundo lugar, como candidato no aportaba alguna cualidad asociada al contexto económico desfavorable y de necesidad de protección estatal que, como venimos sosteniendo, es el marco en el que la elección de 2019 se juega.

En ese sentido, el principal opositor, Alberto Fernández, tampoco es un economista erudito, pero representa políticamente un proceso económico medianamente exitoso en las percepciones de las clases medias y bajas y una distancia política justa con el kirchnerismo duro. Hay que resaltar que los candidatos son valiosos de acuerdo al contexto, Alberto reunía esas condiciones necesarias y, además, no evadió hablar del contexto y las problemáticas económicas que interpelaban a la sociedad.

En resumen, en la investigación política, volviendo a repetir una frase ya más que usada, debemos realizar triangulaciones metodológicas en el análisis. Debemos entender que hay variables más estables, que una campaña difícilmente logra revertirlas; que los candidatos son valiosos por sus características personales, pero en el contexto apropiado; y que las campañas refuerzan contextos y cualidades, difícilmente crean nuevas realidades y cambios de tendencias.