



### **Encuestas electorales y sus disputas jurídicas**

Las encuestas sobre preferencias electorales son herramientas de usos diversos dentro de un proceso electoral; se utilizan al interior de los equipos de campaña para tomar decisiones estratégicas y al exterior -con el electorado- para posicionar determinado escenario, incentivar o desincentivar ciertas conductas.

Su uso como herramienta de posicionamiento electoral hace que en cada campaña política números vayan y vengán proclamando ganadores; la guerra de resultados en estos ejercicios ha hecho que se consideren más un ejemplo de propaganda electoral que un ejercicio profesional y técnico.

Como herramienta estadística, las encuestas, representan ejercicios útiles, profesionales y evaluables; sus resultados proporcionan fotografías de un momento determinado (no predicciones), cuya información es valiosa para la toma de decisiones. Las casas encuestadoras de prestigio y con renombre exponen públicamente poco sus resultados.

El uso político-electoral de las encuestas consiste en ocuparlas para incentivar o inhibir el voto; si las y los electores piensan que determinado resultado se encuentra definido podrían no encontrar razones para acudir a ejercer su derecho a votar. Si, en cambio, la percepción es la de un escenario cerrado, existen incentivos para acudir a las urnas. Es en este uso donde abundan “casas encuestadoras” con poca experiencia, poco prestigio y cuyo nombre

varía en cada elección; se trata de fachadas a modo.

La norma no es ajena de esta realidad y ha intentado regularla; las autoridades electorales cuentan con facultades para emitir criterios que regulen la realización de encuestas. El problema es que en la realidad las “casas encuestadoras” dedicadas a la propaganda electoral no respetarán estos criterios, mientras que las empresas de prestigio los siguen con independencia de que la norma lo exija. Dicho de forma simple, la norma no modifica en nada la realidad.

Con este escenario, no sólo se mantiene la batalla por la presentación de los mejores números en las “encuestas”, sino que se origina un nuevo frente: desde el terreno jurídico se atacan por igual a las encuestas, se trata de descalificar - a toda costa- los números que benefician al oponente.

El tema resulta trascendente y preocupante si pensamos en la cantidad de recursos (de todo tipo) que se ocupan en una batalla por la percepción. La norma, no sólo no inhibe la realización de encuestas poco profesionales y tendenciosas, sino que incentiva nuevas contiendas en el terreno jurídico. Se trata del peor de los escenarios.

¿Cómo salir de este problema? Confirmando en la ciudadanía; incentivando la realización de encuestas profesionales y sancionando a quienes utilizan a las encuestas como propaganda política, sean actores políticos o “casas encuestadoras”.

Las autoridades electorales deberían enfocarse en presentar a la ciudadanía cuáles encuestas son realizadas bajo estándares técnicos adecuados y por tanto presentan resultados confiables; al mismo tiempo, tendrían que sancionar las encuestas no profesionales y evidenciarlas como lo que son: propaganda electoral, con la consecuencia natural de sumar su costo al tope de gastos de la campaña correspondiente, sin excepción.

---

**Twitter: @ZuFerTapia**