



## De encuestas, avalanchas y resultados

**Una primera baja pareciera dejar la guerra por la conquista por el voto que terminará el 3 de diciembre y es la de las encuestadoras.**

Y la culpa no es tanto por los resultados de las encuestas mismas, como de una “cierta” forma de presentarlos por los portavoces de las empresas de sondeo que obligan a pensar que actúan, más como representantes de sus clientes, que de los intereses de los electores.

Es así, por ejemplo, que **al presentar cifras las descontextualizan, o las desconectan** de su relación con otras variables que podrían neutralizar o matizar sus efectos, elaborando tendencias que sacralizan ganadores y perdedores sin apelación.

**Números que son sorpresivamente capturados por el comando de campaña del candidato ganador** que los publica mucho antes de que aparezcan en los medios, dejando el sabor de que, o la encuesta se hizo para cumplir fines de estrategia electoral, o simplemente es usada por los interesados con el consentimiento de las encuestadoras.

Pero lo peor es que, al lado de la propaganda que hacen los comandos de campaña y los portavoces de las encuestadoras a favor de los ganadores, en la calle, y como consecuencia de la movilización de los partidos que respaldan a los candidatos, los resultados son otros y en contravención de las tendencias que anuncian las empresas y sus clientes.

**La situación más ilustrativa** en este orden de ideas podría venir del hecho de que mientras Hugo Chávez -el ganador de algunas de estas encuestas hasta por 20 puntos-, se ve en dificultades para convocar manifestaciones medianamente presentables y que respalden tan alto apoyo electoral, Manuel Rosales, el candidato perdedor por tan amplio margen, es el rey de las calles, arma concentraciones como quizá no se vieron en ninguna otra campaña electoral venezolana, y nada en una marejada popular que lo convierte en una opción cierta para ganar las elecciones.

Es lo que parecieran confirmar también otras encuestas, que ponen a Chávez o a Rosales a ganar por escaso margen, pero sin presentaciones rumbosas por parte de sus portavoces, y, mucho menos sin la concertación con el comando de campaña del candidato opositor que es lo que hace especialmente sospechosas a las otras.

Todo lo cual no puede sino dirigirnos a la hipótesis de que **las llamadas encuestas “puyadas”** hacen parte de una campaña de intriga tendente a desmovilizar a la oposición, sembrar el escepticismo, promover una guerra de nervios paralizante y preparar el terreno para que Chávez salga a cantar “fraude” si pierde con escaso o cualquier margen.

Para acercarnos a esta afirmación no habría sino que pasearse por el hecho de que Chávez, con 4 de los 5 miembros del CNE a su favor, un REP que sus camaradas se negaron a auditar, las bidireccionales máquinas Smarmatics y las captahuellas, es de los dos candidatos el más empeñado en denunciar “el fraude”.

Pero si hasta asomó en su discurso de fin de campaña el domingo en Caracas que la presidenta del CNE, Tibisay Lucena, podía estar en la jugada, y que no había tales elecciones “blindadas” porque Bush y que había enviado vía satélite unos hackers para que lo declararan perdedor en las primeras horas de la noche del domingo.

Claro, **otra chambonada de las tantas** a que nos tiene acostumbrados Chávez, pero que llama la atención tenga como piso los 20 puntos de ventaja que las encuestas “puyadas” le dan desde el comienzo de la campaña.

Y negándose a aceptar lo que sería lógico sucediera con un candidato que tiene 8 años gobernando y otro que aspira a hacerlo por primera vez, o sea, que en algún momento las posiciones se iban a estrechar y la ventaja dependería del candidato que hiciera la mejor campaña en las semanas finales.

Otro dato que las encuestas “puyadas” se negaron a admitir en sus pronósticos y fue quizá previendo no pasar por el trago amargo de decirles a sus clientes que habían perdido sus reales.

Y ellas la posibilidad de mantenerse en el negocio, pues después del domingo, e independiente de quien gane, es imposible que alguien las vuelva a tomar en serio como encuestadoras.

O quien sabe si tengan algún futuro como encuestadoras de preferencias sobre productos del hogar, pues ya saben lo poco estables que son las amas de casas en sus caprichos como consumidoras.

29 Noviembre 2006 | [General](#) | [Comments](#)

•

Opina sobre este artículo

1.  Nombre (required)
2.  E-mail(no se muestra al público) (required)
3.  Website