

LLEGA EL “PUSH POLLING” A COSTA RICA

Publicado en cidgallup.com el 20 de marzo, 2022

Muchos se preguntarán de qué se trata el “push polling,” o “encuesta de empuje para adelante” en el ámbito político. Pues no es más que un tipo de “estudio” disfrazado y sin validez científica, el cual más que todo sirve para desprestigiar y dañar todavía más a los que tratan de realizar su trabajo de investigación usando encuestas con metodologías correctamente aceptadas internacionalmente.

Algunos ejemplos que le ayudarán a identificar sobre cómo funciona un “push poll” son las tres preguntas que listo a continuación:

- 1) ¿Sabía usted que el Candidato A toma mucho licor y hace años tuvo accidente en automóvil donde murió una niña?
- 2) ¿Sabía usted que el Candidato A es buscado en otro país por estafar y dejar en la quiebra a un grupo de ancianos?
- 3) Si las elecciones presidenciales del 3 de abril fueran hoy, ¿por cuál candidato votaría? Candidato A o Candidato B.

Evidentemente pocos contestarán a favor de Candidato A en esta secuencia de preguntas.

¿Qué gana el Candidato B auspiciando este tipo de encuesta? Se prepara un informe que no incluye las preguntas 1 y 2 y se divulgan los resultados en medios – provoca confusión entre los votantes y quizás más votan por él por querer repudiar al otro.

Ya apareció en los medios la semana pasada resultados de un “push poll” que fueron recibidos como datos serios por el público en general. Pagado por uno de los dos partidos políticos en la contienda actual, se convierte en otra prueba de una campaña desesperada con miras a los comicios del 3 de abril. No importa que todo es mentira; lo importante es ganar.

Quienes quedan manchados con esta técnica de “push polling” son las empresas e instituciones que hacen encuestas serias, siguiendo las reglas para producir datos científicos que corresponden a la realidad que está ocurriendo. Los medios no son responsables – ellos publican de buena fe lo que les llega. Ninguno financia encuestas donde tendrían cierta responsabilidad de usar empresas serias.

Muchos de los políticos consideran que las encuestas al final son “comprables” y buscan operadores como el del “push poll” de la semana pasada para promover la idea que “están ganando.” Pueden llevar los resultados a los financistas – siempre hace falta dinero en una campaña electoral – y estos les suministran dinero – prestado o regalado dependiendo en sus intereses propios.

Es tal el desprestigió de lo que tiene que ver con las encuestas políticas que la CID/Gallup ha optado de no realizar estudios con resultados para ser divulgadas en este ciclo electoral 2022; desde luego, manteniendo siempre el compromiso de mantener informados a sus clientes de lo que está pasando.

A veces se ha discutido en la Asamblea Legislativa la idea de establecer algún tipo de ente regulador para supervisar las encuestas y su uso. Sin embargo, la Constitución Política garantiza en su artículo 29 que todo ciudadano tiene el derecho de hablar, escribir y comunicar libremente sus opiniones y sus puntos de vista.

Carlos Denton
cdenton@cidgallup.com