

# La “guerra de encuestas” se desata en Venezuela en un clima de propaganda y desinformación

Las encuestas de empresas de trayectoria y otras de firmas sin mayor recorrido cohabitan en Venezuela antes de la elección presidencial del 28 de julio, sin temor a sanciones por resultados inexactos. Expertos advierten que algunos sondeos son “armas de propaganda” del chavismo y la oposición.

Muchos venezolanos aseguran que están ante disímiles encuestas con resultados desiguales en la campaña para la elección presidencial del domingo 28 de este mes: al menos 6 encuestadoras dan como favorito al candidato opositor, Edmundo González Urrutia, y otras tantas inclinan sus balanzas a favor del aspirante a la reelección, el presidente Nicolás Maduro.

Los sondeos de firmas de trayectoria en el entorno político venezolano, como Datanálisis, Datincorp, Delphos y Consultores 21, así como la incipiente Poder y Estrategia, del politólogo Ricardo Ríos, afirman que el postulado del antichavismo acumula más de 50 % de la intención de voto.

Sin embargo, otras, como Hinterlaces y algunas prácticamente desconocidas en el mercado venezolano o de reciente data, entre ellas Polymarket, IMC Orientación y DataViva, concluyen que Maduro lidera sus encuestas con entre 54 % y 70 % de la preferencia. Otra, CECA Consultores, habla de un empate técnico inclinado ligeramente hacia la oposición.

Entonces, ¿a quién creer? En realidad, ¿cuál candidato tiene la mayor probabilidad de triunfo? El sociólogo y doctor en procesos políticos contemporáneos Juan Manuel Trak sostiene que Venezuela acumula ejemplos de sondeos manipulados con fin propagandístico.

“En contextos democráticos normales, las encuestas son una fotografía de cómo se distribuye el electorado entre las diferentes ofertas políticas de una elección dada, que puede variar desde el momento que se hace la encuesta hasta la elección”, explica. Sin embargo, también existe un escenario donde su uso en sistemas autoritarios de gobierno busca generar matrices de opinión falsas. Es el caso de Venezuela, asegura.

“En el caso venezolano, las encuestas están siendo

sistemáticamente usadas como arma de propaganda electoral para generar un clima de opinión sobre el posible resultado de la elección”, comenta Trak en conversación con la ***Voz de América***.

En medios de comunicación y cuentas de redes sociales afines al gobierno, afirma, se divulgan encuestas “abiertamente falsas y manipuladas” de compañías “sin trayectoria demoscópica demostrable” y “mala reputación”.

La semana pasada, las firmas Poder y Estrategia, de Venezuela, y Zuban Córdoba, de Argentina, desmintieron sendas noticias divulgadas en redes sociales sobre supuestos sondeos suyos que posicionaban a Nicolás Maduro como el candidato favorito.

La Coalición Informativa C-INFORMA, integrada por equipos de medios como Medianálisis, Efecto Cocuyo, Cazadores de Fake News y Probox, concluyó este mes que 6 de 14 firmas evaluada, «de reciente creación y dudosa credibilidad», han publicado 37 estudios de opinión pública «usados en una estrategia» [para manipular el clima electoral](#) del país.

Según sus hallazgos, hay 7 encuestadoras que son «parte de una posible campaña de manipulación informativa», 6 a favor de Maduro y otra a favor de la oposición venezolana. Ellas son el Centro de Medición e Interpretación de Datos Estadísticos (CMIDE 50.1), DataViva, Ideadatos, Insight by Contrapunto, Data Política Consultores, Encuestadora Paramétrica y Mass Behavior Research, esta a favor del antichavismo.

La manipulación de datos no es exclusiva del oficialismo, advierte Trak, por su parte. “En la oposición, encontramos algunas encuestadoras que son parte de un aparato de propaganda, con una minimización de las preferencias a favor del gobierno” e inconsistentes con los resultados de elecciones recientes, con otros estudios “serios” y que tratan de sembrar un sentimiento de “inevitabilidad” del triunfo del antichavista, dice.

“La guerra de encuestas efectivamente está”, asevera el experto.

¿Cómo identificar a las encuestadoras que pueden caer en manipulaciones o errores? Según Trak, algunos indicativos son que su autora no tenga trayectoria, trate de predecir el resultado, no tenga voceros capaces de responder preguntas sobre sus sondeos o esconda su ficha técnica pormenorizada o el dato de participación electoral estimada.

## **Una guerra de datos en marcha**

Jesús Castellanos, politólogo experto en asuntos electorales, da por sentado que está en marcha “una guerra de encuestas”, con la salvedad de que, a su juicio, la mayoría de las firmas que favorecen a Maduro divulgan “noticias falsas” o “tienen una abierta parcialidad” con el presidente, hasta el punto de que sus directivos participan en sus actos políticos.

En Venezuela, no existe legislación que fiscalice los contenidos o resultados de los estudios de opinión pública, ni sancione a las firmas cuyos datos no coincidan con la elección. En 2012, el Consejo Nacional Electoral abrió un registro para compañías de estudios de opinión pública, aprobando un reglamento para obligarles a presentar sus fichas técnicas y metodologías.

La principal prohibición para las encuestadoras en Venezuela es que no pueden publicarse tendencias en la semana previa de la elección. Hay países, como Argentina, Brasil, Italia, Perú, Canadá y Portugal, entre otros, donde las encuestadoras están obligadas a registrarse y dar información sobre la ficha técnica de sus estudios, destaca el especialista.

Castellanos aconseja al ciudadano revisar el historial de acierto de resultados electorales y el desempeño de sus directivos en cuanto a imparcialidad con los diferentes candidatos.

Además, como Trak, recomienda chequear la metodología, la cantidad de personas entrevistadas, el margen de error del sondeo y hasta el cuestionario aplicado.

## **Escenarios de propaganda y desinformación**

Eugenio Martínez, periodista experto en asuntos electorales en Venezuela y director de la ONG de monitoreo comicial Votoscopio, dice no ver una guerra de encuestas per se, pues, argumenta, las tendencias de la mayoría son similar en cuanto a la ventaja opositora.

“Tal vez la diferencia está en la magnitud de la brecha entre Nicolás Maduro y Edmundo González Urrutia y las consideraciones para que esa brecha sea mayor o menor”, un fenómeno asociado a la cantidad de gente que acuda a votar el domingo 28, explica.

En Venezuela, el voto es electivo, no obligatorio por ley. “Mientras mayor sea la participación, la brecha entre Edmundo González -a favor- y Maduro será mayor. Mientras menor sea, la

brecha va a tender a reducirse”, detalla.

Martínez, conferencista sobre temas electorales y políticos, cree que, más que un pulso entre sondeos dispares, en Venezuela prima “una estrategia de desinformación tremenda” y la ausencia de medios independientes.

A su juicio, no hay “espacios reales” para la discusión sobre la actualidad política, sino para la difusión de propaganda y desinformación sobre un proceso electoral que el 29 de julio madrugará á exponiendo las inexactitudes de unas encuestadoras y los aciertos de otra.

Con información de VOA