

¿Y SI EL PROBLEMA NO SON LAS ENCUESTAS?

Kiko Llaneras

En Estados Unidos se han hecho miles de sondeos este año, y como siempre, han recibido mucha atención y muchas críticas. Se las acusa de influir, de manipular y sobre todo de fallar.

Y es verdad que "fallan", pero no tanto.

En 2012 el relato después de las elecciones fue que un mago de la estadística —Nate Silver— había predicho el ganador en cada estado. Este año el relato es antitético: las encuestas se estrellaron en Estados Unidos, igual que antes en Reino Unido y España. Son buenas historias, pero la realidad es más complicada.

Cuánto fallaron las encuestas

Los sondeos daban a Hillary Clinton como favorita porque fallaron en varios estados decisivos (Míchigan, Pensilvania, Wisconsin). Pero las encuestas a nivel nacional sí fueron precisas: esperaban que Clinton ganase el voto popular por 2,7 puntos y lo está ganando por 1,8. Una desviación inferior a 2012 o 2008.

La victoria de Trump siempre fue una posibilidad en los mejores modelos de predicción. "No ignoréis las encuestas, Clinton lidera pero la carrera está apretada", tituló Nate Silver en FiveThirtyEight.

Pensad ahora en España. ¿Qué tal diríais que estuvieron los últimos sondeos aquí? Pensadlo un segundo. Imagino que estáis recordando el fallido sorpasso de Unidos Podemos al PSOE. Pero esas no fueron las últimas elecciones en España. Hace dos meses las hubo en País Vasco y Galicia. Las encuestas allí "acertaron" la victoria del PNV, la absoluta del PP, y el orden correcto de todos los partidos. Y como acertaron, ya las hemos olvidado. Con las encuestas pasa como con las tostadas al caer: solo nos fijamos si lo hacen del lado de la mantequilla.

El exceso de confianza

Pero mi relato preferido es el del Brexit. Porque no es verdad que los sondeos presagiaran una victoria de la opción 'permanecer'. Es falso. El último día el promedio del Huffington Post daba un 45,8% a

Kiko Llaneras es editor de Politikon. Doctor y profesor de ingeniería (en excedencia).
Escribe en Jot Down y El País. (@kikollan)

'permanecer', un 45,3% al 'Brexit', y un 9% de indecisos. El mensaje era claro: la elección esta muy dividida. Los datos decían que la incertidumbre era enorme y Reino Unido podría abandonar la unión. Pero la interpretación mayoritaria —de periodistas, expertos y comentaristas— fue otra distinta.

Se hizo fuerte una idea: los indecisos iban a caer del lado del statu quo, evitando así el Brexit. Se generó un consenso por cascada, un espejismo, donde la confianza de un analista alimentaba la confianza de otro, y así sucesivamente.

Es algo que hemos visto varias veces: el eco puede hacer que una creencia se refuerza a sí misma. Pasó con el Brexit y pasó con el 'sorpasso'. Según mis cálculos (basados en las encuestas y sus errores históricos), el PSOE tenía un 28% de mantenerse segundo. Eso es mucho para ser ignorado.

En 2016 creo que falló el debate público. Hubo exceso de confianza. No aplacamos los sesgos —muy humanos—, que nos llevan a ignorar la incertidumbre o sobrevalorar las ideas que refuerzan nuestras creencias. En el debate se dieron resultados casi por seguros, aunque sabemos por experiencia que los sondeos son imprecisos.

Comunicar la incertidumbre

Esa fue mi reflexión en verano, y la escribí: "Si queremos cometer menos errores, tenemos que hacer predicciones menos rotundas". Entonces llegaron las elecciones americanas.

Llegaron cargadas de encuestas y buenos modelos

matemáticos. Sus autores fueron cautos y analíticos, e hicieron predicciones como yo creo que deben hacerse: con probabilidades. Trump tenía un 15% de probabilidades según el modelo de New York Times, y un 30% según FiveThirtyEight. Eso eran lo que yo quería: predicciones técnicas y cautelosas. Para insistir, yo explicaba sus números así: "Trump todavía puede ganar. Un suceso de probabilidad 19% no es imposible. Es más probable que sacar un seis en una tirada de dado. Tanto como ver fallarse un tiro libre o al Barcelona perdiendo un partido de liga".

Pero no fue suficiente. Los modelos de predicción fueron acusados de "fallar" aunque técnicamente es poco probable que hayan fallado. "Las reacciones a la victoria de Trump sugieren que, a pesar de nuestros esfuerzos, fallamos al explicar que un 85 por ciento de probabilidad no es un 100 por cien", concluían en New York Times.

El caso de Nate Silver es elocuente: recibió críticas por un motivo y el contrario. Antes de las elecciones lo acusaban de hinchar las opciones de Trump para conseguir clics, y una semana después lo acusaban de no haber visto la victoria del republicano.

La realidad es que, aunque daban a Clinton como favorita, los datos de sondeos nunca descartaron a Trump. Los sucesos con probabilidad 15% o 30% ocurren sin parar. Por eso creo que falló la interpretación: no es razonable que un suceso cotidiano, tanto como ver fallar un tiro libre, suponga una enorme sorpresa.

Los que trabajamos en medios tenemos que aprender a comunicar mejor la incertidumbre de los sondeos.

Los profesionales que consumen encuestas deben recordar los límites del instrumento, o se verán sorprendidos por cosas que no son sorprendentes.

Pero soy optimista. Creo que la predicciones probabilísticas son superiores y están aquí para quedarse.

Creo, además, que el descrédito en parte es postureo.

Un asesor de comunicación me dijo hace poco que no confiaba en las encuestas. "Prefiero los cualitativos", me dijo. La charla siguió unos minutos y esa misma persona me habló del bajo conocimiento de su candidato, del apoyo que tenía entre los jóvenes, y de cómo estaban logrando mejorar en intención de voto.