

Página del editor

El empleo de encuestas en los portales de Internet

Dr. C. Luis Carlos Silva Ayçaguer¹

Copyright: © ECIMED. Contribución de acceso abierto, distribuida bajo los términos de la Licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.0, que permite consultar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente y utilizar los resultados del trabajo en la práctica, así como todos sus derivados, sin propósitos comerciales y con licencia idéntica, siempre que se cite adecuadamente el autor o los autores y su fuente original.

Cita (Vancouver): Silva Ayçaguer LC. El empleo de encuestas en los portales de Internet. *Acimed* 2007;16(1). Disponible en:

http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_1_07/aci01707.htm [Consultado: día/mes/año].

Desde mediados de febrero, se ha producido cierto debate informal en el ámbito de Infomed sobre la pertinencia de colocar encuestas en los portales de la red. Se pretende con esta breve contribución ofrecer algunos elementos que pudieran ser útiles para realizar un intercambio más estructurado al respecto.

Se trata de un tema sobre el que personalmente he meditado desde hace mucho y sobre el cual existe alguna literatura susceptible de consulta. Como profesional dedicado durante años a los temas del muestreo y las encuestas, opino que las referencias que suelen realizarse a las encuestas tomadas de Internet, vinculados o no a órganos de prensa, con frecuencia se manejan en forma ingenua e incorrecta. El valor de esos datos es sumamente dudoso, porque estas encuestas se realizan en un marco completamente ajeno al rigor científico. Las razones de mi escepticismo son técnicas. A continuación, las consigno brevemente:

- Lo que ocurra en una muestra nunca interesa. Lo que interesa es la población de la que ella pudiera ser una representación. Cuando se usan técnicas de muestreo científicamente estructuradas, se parte de una población y se elige una muestra que la represente. En estas encuestas de Internet, se procede exactamente en forma inversa: se obtiene una muestra (autoconformada por los propios integrantes) y se especula (en el mejor de los casos) sobre la población a la cual ella podría representar.
- Aun cuando la especulación a que hago referencia fuera correcta (algo siempre discutible) por lo general terminaríamos “enterándonos” de lo que piensan o hacen aquellos que no nos interesan. Los “votantes” en este tipo de indagaciones son, en principio, aquellos que exhiben ciertos rasgos tales como no estar apremiados con el tiempo de conexión, estar especialmente motivados con el tema de la encuesta o tomarse el trabajo de votar, entre otros.
- Las estimaciones, cuando se hacen de manera científica, están afectadas por un margen de error solo calculable si la selección se hizo por un método riguroso, llamado “probabilístico” en el lenguaje técnico de la especialidad. Ello exige el uso del azar en el proceso de selección de quienes integran la muestra (no

necesariamente solo del azar, pero si con su participación rigurosamente articulada). Nada de esto está ni puede estar presente en este tipo de encuestas.

- Aparte de los sesgos presentes en todo esto, que en este caso mi intuición me dice que pueden ser enormes, por su naturaleza el proceso indagatorio se realiza sin ningún control sobre los errores ajenos al muestreo, al que tanto esfuerzo se destina en las encuestas serias, tales como la corroboración de que el que responde entiende lo que se le pregunta, o la valoración acerca de la veracidad de las respuestas, entre controles de calidad obligados.
- Una de las más graves endebles metodológicas de estas encuestas, consiste en que son manipulables por cualquiera que lo desee. Por la naturaleza del contacto, por lo general una misma persona puede votar muchas veces si lo desea; basta con que entre en respectivas ocasiones al sitio en cuestión. Los administradores del sitio que lleva adelante la encuesta no pueden saber la identidad de quien entró ni de quien contestó; en el mejor de los casos, pueden operar y controlar el IP empleado.
- Alguien escribía recientemente, refiriéndose a cierta encuesta que se había colocado en un portal, y luego de corroborar que se habían producido cerca de 3000 respuestas, lo siguiente: “Es probable que la muestra sea pequeña con relación al número de visitas diarias, pero sí creo que ofrece algo de información”. Yo creo que la muestra no es para nada pequeña. Es enorme... y mala. Con 3000 personas bien seleccionadas (muestreo probabilístico) se vaticina perfectamente la votación de 120 millones de participantes en unas elecciones en los Estados Unidos. Sin embargo, todos los libros serios sobre técnicas muestrales alertan sobre esto y suelen ilustrar la improcedencia de aplicarlos con ejemplos elocuentes y ya muy clásicos para los especialistas, como las encuestas, criticadas y fallidas precisamente por adolecer de los problemas de “autoselección”, que precedieron a la aplastante victoria de *F.D. Roosevelt* en su primer mandato y que lo declaraban como un seguro perdedor. Es cierto que ofrecen “algo de información”... pero casi con seguridad equivocada. Y si es equivocada, resulta mejor ni siquiera mirarla. Yo, por ejemplo, no me compro unos zapatos 4 centímetros menores que mi pie; no vale ningún argumento del tipo “sí, pero fíjate que bonitos están”, o “al fin y al cabo son de muy buena calidad” o “ten en cuenta que te hacen juego con el traje que usas”. Simplemente no me sirven. Con esta encuesta ocurre lo mismo: no me sirve porque me puede conducir a radicar un error de percepción, a una convicción errónea. Prefiero no saber nada acerca de cierta realidad que creer que ella es como no es.

En resumen, creo que es un error colocar encuestas en los portales como si tuvieran un valor que no tienen. Solo agregó tres notas finales:

- Es importante meditar sobre los procedimientos que han de suplir al que critico. El asunto es espinoso, porque la tasa de no respuesta que se alcanza cuando se elige una muestra es enorme y habrá que ser ingenioso para conseguir que disminuya.
- Es un poco absurdo lanzarse a hacer encuestas de este tipo cuando las estadísticas regulares que deberíamos manejar (número de accesos y series cronológicas con ellos), tiempos de conexión, tipo de materiales que se bajan, entre otros, pudieran ser en extremo interesantes y no las tenemos disponibles o no las explotamos debidamente.

- Estas valoraciones no son inamovibles. La red ofrece potencialidades extraordinarias y no hay que descartar que entre ellas se ubique en el futuro la posibilidad de realizar encuestas serias y rigurosas por su conducto. De hecho, hay muchos especialistas investigando en esta esfera y buscando procedimientos de validación que lo hagan factible. Pero no podemos dejar de advertir las enormes limitaciones que hoy hacen de las encuestas en los portales de Internet un instrumento fallido.

Recibido: 29 de mayo del 2007. Aprobado: 4 de junio del 2007.

Dr.C. *Luis Carlos Silva Ayzaguer*. Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas-Infomed. Calle 27 No. 110 e/ N y M, El Vedado. Plaza de la Revolución. Ciudad de La Habana. Cuba. Correo electrónico: lcsilva@infomed.sld.cu

¹ Doctor en Ciencias Médicas. Investigador Titular. Profesor Auxiliar. Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas-Infomed.

Ficha de procesamiento

Términos sugeridos para la indización

Según DeCS¹

RECOLECCIÓN DE DATOS; INTERNET.
DATA COLECCION; INTERNET.

Según DeCI²

ENCUESTAS; INTERNET.
SURVEYS; INTERNET.

¹ BIREME. Descriptores en Ciencias de la Salud (DeCS). Sao Paulo: BIREME, 2004. Disponible en: <http://decs.bvs.br/E/homepagee.htm>

² Díaz del Campo S. Propuesta de términos para la indización en Ciencias de la Información. Descriptores en Ciencias de la Información (DeCI). Disponible en: <http://cis.sld.cu/E/tesauro.pdf>