

# Comunicando encuestas de opinión pública

Relator: Alejandro Moreno

## Descripción:

A los encuestadores generalmente se les pregunta cómo se realizan las encuestas de opinión pública y cuánto se puede en sus metodologías. Sin embargo, el otro componente central que puede afectar la credibilidad y el impacto de las encuestas de opinión pública es la manera en que éstas son reportadas. Este breve curso se centra precisamente en cómo los resultados de las encuestas se difunden públicamente. Existe una variedad de instancias donde se reportan resultados de encuestas, desde formatos académicos dirigidos a un público especializado, pasando por informes prácticos dirigidos a clientes, informes periodísticos ampliamente difundidos y dirigidos al público en general y, hoy en día, una mayor difusión de encuestas en Internet y redes sociales. El objetivo es, por una parte, discutir cómo en la profesión reportamos los resultados de nuestras encuestas y, por otra, orientar acerca de cómo difundir resultados de encuestas correcta y efectivamente. Por “correctamente” me refiero a apearse a un rigor metodológico y a los estándares de transparencia. Por “efectivamente” me refiero a aspectos como la claridad y la comprensión de los resultados, los recursos gráficos, el manejo editorial, así como de otras prácticas y costumbres de reportar encuestas

Algunos de los temas específicos que se discutirán e ilustrarán con ejemplos de diversas fuentes y países son los siguientes:

1. ¿Qué reportamos?
2. ¿Cómo lo reportamos?
3. ¿Qué tipo de errores son los más comunes en los informes de encuestas?
4. Qué hacer y qué no hacer en un informe de encuestas: una perspectiva metodológica
5. Qué hacer y qué no hacer en un informe de encuestas: una perspectiva ética
6. ¿Cuáles son los alcances de los informes de encuestas?
7. Nuestra responsabilidad con el público.

Alejandro Moreno es profesor de Ciencia Política en el ITAM y Director de encuestas de opinión pública para el periódico El Financiero, ambos en la Ciudad de México D.F. Ha sido autor, coautor y coeditor de alrededor de una veintena de libros sobre datos de encuestas y ha sido responsable de la publicación de más de 3000 artículos periodísticos para los periódicos *Reforma* (1990-2015) y *El Financiero* (desde 2016). Fue presidente de WAPOR, actualmente es vicepresidente de la Asociación de la Encuesta Mundial de Valores y se ha desempeñado como director operativo de la Corporación Latinobarómetro.