

FORO INE. ENCUESTAS, MESA 4

“Quien esté libre de culpa, que haga la siguiente encuesta.”

Jorge Alcocer V.

Han pasado 27 años desde que en abril de 1988, por instrucciones del ingeniero Heberto Castillo, encomendé a la doctora Ana Cristina Covarrubias levantar una encuesta sobre intención de voto, por partido y candidato, para la elección presidencial de aquél año.

Cinco años después, en marzo de 1993, el primer número de la revista **Voz y Voto** tenía como encabezado una pregunta: ***“¿Quién cree?”***; motivada por la encuesta que la misma doctora Covarrubias levantó en febrero del mismo año, 1993, preguntando sobre el conocimiento de las instituciones electorales y la credibilidad que les otorgaba la ciudadanía.

Ignoro el número de encuestas electorales que entre 1993, año de surgimiento de **Voz y Voto** y este año, 2015, se han realizado; deben ser cientos. Quizá la AMAI, que surgió justo al calor del primer *boom* demoscópico electoral, tenga ese dato, que no es anecdótico, sino que podría dar base a una interesante comparación.

¿Cuántas encuestas electorales, publicadas, han sido un fracaso rotundo? Dejo de lado las encuestas “patito”

Sin temor a equivocarme, afirmo que han sido pocas, tanto a nivel estatal, gobernadores, como en elecciones federales, presidenciales, para senadores o diputados.

De esos fracasos, uno marcó, para mal, la opinión sobre las encuestas electorales en México. Me refiero a la encuesta del diario Milenio/GEA-ISA de 2012. Todos la recordamos. Fue un estrepitoso fracaso.

Si vemos la otra cara de la moneda, el nivel de acierto, en cuanto a “capacidad predictiva” de los ejercicios previos a la jornada comicial, las encuesta a pie de urna y los conteos rápidos, de la demoscopia electoral mexicana, es elevado, me atrevo a decir que es digno de reconocimiento.

Pero a los encuestadores les ocurre como al automovilista que un día, por descuido o impericia, con su automóvil mata un perro, y desde ese día en el vecindario le apodan “el mataperros”.

Establecido lo anterior, me coloco en la experiencia de 2015 y me atrevo a mirar hacia adelante, a hacer prospectiva de las encuestas electorales en los años que

vienen, de ahora a julio de 2018; después de 2018 el INE, o lo que exista, organizará un evento como éste.

¿Qué lecciones dejó el 2015 en materia de encuestas electorales, tanto para encuestadores como para usuarios y lectores de encuestas?

El mayor desacierto de 2015 es también el mayor reto: medir la intención de voto por candidatos independientes.

Tenemos una sola experiencia digna de consideración: el caso de Nuevo León. El reto es pasar de la justificación al entendimiento del fracaso, casi generalizado.

Quien menos se equivocó, es una forma de mirar el vaso, fue el grupo Reforma, los ganadores de la medalla al fracaso más estruendoso fueron las empresas GEA-ISA y el Gabinete de Comunicación Estratégica, que, por cierto, no es socio de la AMAI.

Ese es un primer reto de cara al futuro inmediato. Ignoramos cuántos candidatos independientes tendremos en competencia en 2015, cuando lo sepamos, podremos aquilatar el tamaño del reto.

Otro reto es establecer de alguna forma parámetros para conocer, al menos intuir, la veracidad de lo que dicen los encuestados, los entrevistados, cuando expresan, sea mediante la técnica de urna y boleta, en encuestas presenciales, o de viva voz, en telefónicas, su intención de voto.

Tuvimos una novedad en 2015: la dispersión del voto, que benefició a los partidos minoritarios; aunque dos de ellos no alcanzaron el 3 por ciento para conservar registro, otros cinco si lo hicieron y de ellos cuatro se colocaron en rangos que les dan significancia, estadísticamente hablando: Morena, Verde, Panal y Movimiento Ciudadano. Solamente el PES se encuentra en la línea de flotación.

Es una novedad que los tres mayores partidos (PRI, PAN y PRD) sumados, hayan obtenido el porcentaje más bajo desde 1991; es, repito, una novedad, lo que no sabemos es si estamos ante una tendencia, y menos aún si sería irreversible, como algunos futurólogos predicen.

Por cierto, dejo anotado que no fueron los candidatos independientes, en 2015, los que permiten explicar la novedad; hay otra cosa, otro fenómeno que tenemos que estudiar para explicar.

Creo que tiene que ver con la llamada “crisis de los partidos”, que es, a fin de cuentas, la crisis de los tres mayores partidos. Pero la verdad no me atrevo a ir más lejos, al menos aquí y ahora.

Otro problema de la demoscopia electoral serán las alianzas electorales, marcadas ahora por la regla o ley de hierro que podemos frasear de la siguiente manera “aunque haya alianza –coalición o candidatura común- cada quien para su santo”; es decir, cada partido aparecerá en la boleta con su propio emblema.

¿Cómo va a afectar la intención de voto la existencia de coaliciones? En particular, cuando de coaliciones de amplio frente –opositor o gobernante- estamos hablando.

Casos como los que vimos hace seis años, en Oaxaca, Puebla y Sinaloa, no tendrán el mismo efecto; ayer eran frentes opositores, en 2016 serían frentes de gobierno. El opositor, en esos tres casos, en 2016, será el PRI.

En elecciones no funciona la aritmética; es álgebra, pues, como ya sabemos, hay sumas que restan. Y si las cosas se complican, hay que usar álgebra Buleana.

Otro reto serán los dos casos de gobernadores con mandato reducido: Puebla y Veracruz. Y para complicar más las cosas, hay que tomar en cuenta que en Puebla solamente eligen gobernador.

Los retos son fascinantes, en primer lugar para los profesionales de la demoscopia, pero lo son también para los partidos, candidatos y autoridades electorales. También para quienes como es mi caso, somos usuarios y lectores.

Termino esta intervención con un breve apuntamiento sobre la regulación legal de las encuestas electorales. Creo que debemos transitar de una vez por todas a la eliminación de los resabios del viejo modelo restrictivo. Eso supone dos cambios de especial importancia:

1. Suprimir el mal llamado “periodo de reflexión” , también conocido como “veda de propaganda”: Pero si se permite la difusión de encuestas hasta el día previo a la jornada comicial, las campañas deberán terminar ese mismo día; y
2. Sacar al INE, o como se llame en el futuro, de la emisión de los criterios “científicos” a que deberán atenerse las empresas de encuestas que publiquen o difundan sus resultados. Que eso lo haga un comité de expertos nombrado por la AMAI, adoptando los criterios de Wapor.

Una regulación sencilla y clara es un medio para tener mejor calidad y mayor responsabilidad.

Tomo un minuto adicional para dejar planteada una breve reflexión: desde hace lustros he leído y oído a los encuestadores defenderse de sus errores con el

argumento de que las encuestas no predicen, que son una foto, hay quien me ha dicho que “borrosa”, de un instante.

Y sin embargo, el resultado más importante de cualquier encuesta se presenta con el siguiente encabezado: “si la elección hubiese sido el día de hoy, así habrían quedado”.

Pues eso es predecir, o sea decir que lo de hoy podría ocurrir mañana.

Sin ese ingrediente, predictivo, las encuestas y sus resultados son agua de borrajas.

Por eso digo que lo mejor es que los encuestadores y sus encuestas sean calificados por el público, no por el INE.

Así de sencillo.

Muchas gracias.