

BALANCE DEL PROCESO ELECTORAL EN MÉXICO 2012: EL PAPEL DE LAS ENCUESTAS

Balance of elections in Mexico 2012: the purpose of survey

Edgar Esquivel Solís

Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (UAM)

✉ eesquive1@yahoo.com.mx

Resumen: El presente trabajo presenta un breve balance del aún inconcluso proceso electoral mexicano de 2012, en el cual se han disputado, 500 diputaciones federales, 128 senadurías, seis gubernaturas, un sinnúmero puestos de elección popular a nivel local y la presidencia de la República, para un total de poco más de 2,100 cargos. Nos centraremos particularmente en las encuestas electorales, dado el enorme protagonismo que tuvieron en estas contiendas. Utilizaremos como marco de referencia el Informe Nuestra Democracia (PNUD, Et al, 2010) con el objetivo de identificar las asignaturas pendientes de la democracia electoral mexicana.

Palabras-chaves: proceso electoral, cargos, elecciones, encuestas, democracia.

Abstract: This article presents a brief overview of the Mexican electoral process still unfinished in 2012, which have been disputed, 500 federal deputies, 128 senators, six governorships, countless elected positions at the local and the presidency of the Republic to a total of just over 2,100 positions. We will focus particularly on the electoral surveys, given the huge protagonism they played in these contests. Use as a reference Our Democracy Report (UNDP, et al, 2010) with the aim of identifying the unfinished business of electoral democracy in Mexico.

Key words: electoral process, positions, elections, surveys, democracy.

Introducción

El presente trabajo presenta un breve balance del aún inconcluso proceso electoral mexicano de 2012⁴, en el cual se han disputado, 500

⁴ El proceso termina formalmente en el mes de septiembre. Actualmente esta en la etapa de calificación de la elección que realiza el Tribunal Federal Electoral (TRIFE).

diputaciones federales, 128 senadurías, seis gubernaturas, un sinnúmero puestos de elección popular a nivel local y la presidencia de la República, para un total de poco más de 2,100 cargos. Nos centraremos particularmente en las encuestas electorales, dado el enorme protagonismo que tuvieron en estas contiendas. Utilizaremos como marco de referencia el Informe *Nuestra Democracia* (PNUD, *Et al*, 2010) con el objetivo de identificar las asignaturas pendientes de la democracia electoral mexicana.

El informe del PNUD, *Nuestra Democracia*, en su capítulo 2, advierte que en la región latinoamericana hay una similitud de problemas al respecto, a saber: (1) una constatable debilidad estatal; a su vez, (2) la crisis de representación que es más que evidente con la ebullición de movilizaciones ciudadanas a lo largo del mundo, que va de los *Indignados* de España y otros países europeos al *Ocupa Wall Street* norteamericano, pasando por la primavera árabe del 2011, las movilizaciones estudiantiles en Canadá, Chile y México, que en su conjunto comparten el malestar frente a sus sistemas políticos por la enorme y creciente desigualdad de riqueza y poder. En buena medida esto explica las movilizaciones registradas a lo largo de 2011 y 2012. (3) El mismo informe del PNUD muestra que en la región de Latinoamérica hay una percepción compartida por los ciudadanos en general respecto a que los políticos no promueven sus intereses y demandas.

La incursión de las encuestas electorales en México.

En México el tema de las encuestas como un elemento central de las campañas políticas se manifestó con fuerza después de 1988, podemos argumentar que esto ocurrió hasta que se desgastó la hegemonía⁵ del Partido Revolucionario Institucional (PRI). La contienda presidencial de ese año de

⁵ Partido hegemónico en México durante al menos medio siglo y el cual gobernó al país desde la década de los años treinta del pasado siglo y hasta el año 2000.

1988, es catalogada como polémica por diversos eventos, entre los más destacables está la “caída del sistema”⁶.

María de las Heras, pionera en los sondeos de opinión en México señala en entrevista que comenzó en a trabajar en las encuestas a partir de 1989, cuando el PRI perdió la gubernatura de Baja California Norte. *Antes de las elecciones se creía que todo iba muy bien, además el PRI jamás había perdido un estado. Resultó que perdió y Colosio⁷ estaba muy molesto. A mí me dijeron que era la última vez que se iban a una elección sin saber que pasaba. Entonces yo me puse a averiguar qué podíamos hacer; y así empecé* (Del Rey, 2012:16). Podemos a partir de este elemento entender la centralidad que a partir del cambio en el escenario político cobró este instrumento de medición.

En 1990 las firmas encuestadoras de opinión pública eran apenas media docena, cuando hoy en día son más de 180. Entre las pioneras destacan el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) que se estableció en 1988 para atender al periódico *La Jornada*; Opinión Profesional (OP), en 1989, para realizar las encuestas para la Oficina de Asesores del Presidente de la República; MORI de México (Market & Opinion Research International) en 1990, filial de MORI de Londres, que atendía a *Este País*; Investigaciones sobre Opinión (ISOP), en 1990, al PRI; Gabinete de Estudios de Opinión (GEO) en 1990 al periódico *El Nacional* y el Centro de Estudios de Opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara en 1991 (Basañez y Alducin, 2006, p.76).

El proceso electoral de 1994⁸ fue aún más concurrido que el de 1988 en el uso de las encuestas, se considera que *desde enero de 1994 doce compañías encuestadoras con diez patrocinadores conocidos han inundado los periódicos y las revistas mexicanas con 39 encuestas preelectorales* (Moreno, 1997:197). Alejandro Moreno señala que la existencia misma de diversas encuestas en un régimen autoritario

⁶Se denomina así al hecho de que la autoridad dejó de reportar los resultados de la contienda, argumentando una falla técnica. Cuando se restableció el “sistema” la ventaja del candidato opositor- Cuauhtémoc Cárdenas, se había diluido y aparecía el candidato oficial, Carlos Salinas como el puntero en la contienda.

⁷Entonces Presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), partido en el poder.

⁸Las elecciones presidenciales en México concurren con la renovación total del Congreso (Cámara baja y alta) y se llevan a cabo cada seis años. La Cámara baja del Congreso Federal se renueva cada tres años, las gubernaturas estatales también son por periodos de seis años.

parecería un indicador de liberalización del mismo, es decir el tránsito hacia un régimen de tipo democrático (1997, p.8).

Usos y abusos de las encuestas

Existe un consenso entre académicos sobre los riesgos que entraña el uso de encuestas con distinta metodología. En México actualmente el único ente público que se encarga de regular a las encuestadoras electorales es el Instituto Federal Electoral (IFE). Un hecho se hizo evidente al cerrarse el ciclo de las encuestas, se puede mentir con ellas y no hay sanción pública alguna (ni administrativa ni pecuniaria). Las explicaciones se han movido por diversas vertientes. Por ejemplo la de la empresa GEA-ISA, la misma que en el año 2006 generó polémica al ser la única que difundió para el mes de abril de ese año que el entonces candidato Felipe Calderón había rebasado al candidato puntero, Andrés Manuel López Obrador.

Se ha evidenciado que las casas encuestadoras en México pueden publicar cualquier dato, muy disparado respecto a lo que reflejen otras y no ocurre nada, no hay ninguna sanción: ya sea normativa, económica, o pública. Nosotros consideramos que es inevitable que más temprano que tarde el debate sobre la ética de las empresas encuestadoras se llevará a cabo impulsado por la sociedad civil, quien regularmente provee de legitimidad a las Instituciones que no la tienen.

Roderic Ai Camp señala que en naciones industrializadas esto se ha resuelto desarrollando prácticas ampliamente aceptadas. El mismo politólogo norteamericano advierte:

No se trata simplemente de un problema meramente técnico de interés para encuestadores y académicos, o para quienes los contratan, sino de algo que puede tener consecuencias políticas importantes cuando los resultados se distorsionan o se presentan en forma equívoca en foros públicos, especialmente durante debates políticos y contiendas electorales (1997:12).

Aquí radica justamente el objeto de este balance. La discusión sobre el uso estratégico de las encuestas. Este instrumento de “medición” de la opinión pública se utiliza lo mismo como “termómetro político” que como elemento central de la mercadotecnia y propaganda política. Sostenemos que los sondeos de opinión fueron en este proceso electoral un elemento central en las campañas políticas, no sólo para medir el impacto de una campaña (su orientación) sino también como elemento de propaganda, con el claro objetivo de orientar e incidir en los votantes.

Reconocemos que existen voces en sentido contrario, como la del académico Raúl Trejo, quien sostiene *que las encuestas no nos ofrecen pronósticos, sino diagnósticos de una situación social específica. Son fotografías de un momento determinado, no túneles del tiempo capaces de anticipar, o de suscitar por sí mismas, comportamientos colectivos*⁹. Trejo Delarbre no ofrece ningún elemento o dato que sostenga esta afirmación. En sentido contrario, nosotros sostenemos que si bien, no son el único elemento en una campaña política, si son uno de sus principales componentes, y ofrecemos como elemento de apoyo para este argumento la centralidad que han cobrado desde que iniciaron formalmente su aparición en México en 1988. Actualmente, en la segunda década del siglo XXI, hay en México cerca de veinte empresas dedicadas al boyante negocio de las encuestas, mismas que encuentran como canales de salida: diarios impresos, noticiarios de radio y televisión. Ese es justo parte del debate que abordamos, ¿para quién trabajan los encuestadores?

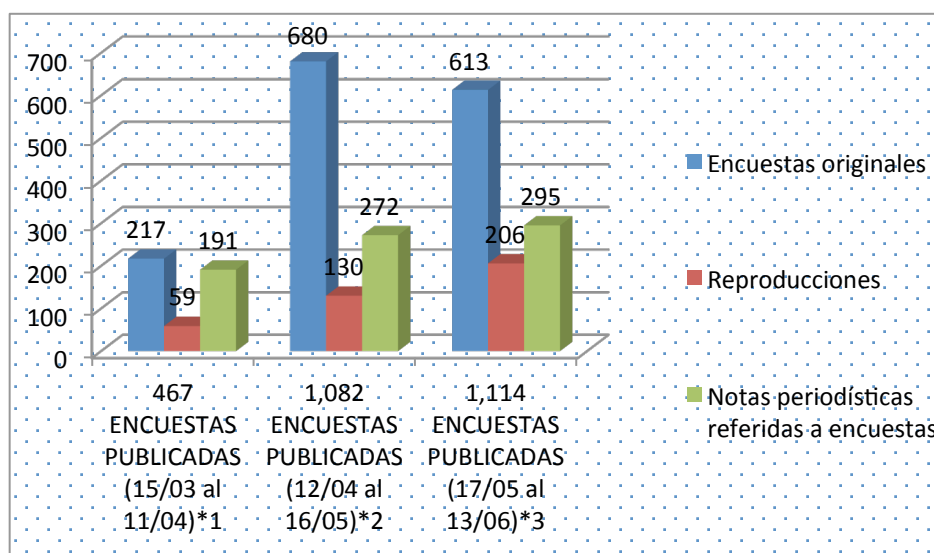
Para Giovanni Sartori los medios de comunicación, en especial la televisión en la actualidad son *sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias*. Para Trejo Delarbre en un ánimo celebratorio de este instrumento señala que a través de las que se aplicaron en 1994, en los comicios

⁹Las negritas son nuestras.

presidenciales de ese año se observa “una cultura política democrática” (1997:56). Sin precisar su singular idea de la democracia. Esto último no es menor, ya que el debate en torno de ella se centra entre quienes la ven sólo como *una forma de elegir a los gobernantes. Eso dicen algunos teóricos conservadores. Para otros, la democracia involucra más que sólo eso* (PNUD, 2010:39). Nosotros coincidimos plenamente con esta última postura.

Uno de los usos que se les da a las encuestas electorales es el político, esto implica que la encuesta como instrumento “científico” esta investida del “halo de pureza” que la sociedad le confiere a la ciencia: objetividad y neutralidad, se supone que la distinguen de otros discursos. Esta herramienta ha sido manejada en los recientes procesos electorales en México para incidir en la formación de la opinión pública. Otro elemento que también incide en las encuestas considera Ai Camp lo es el elemento de la censura, esto resulta a partir de las restricciones y/o coacciones a la prensa.

Gráfico 1: Generación y difusión de encuestas durante tres meses (marzo a junio 2012).



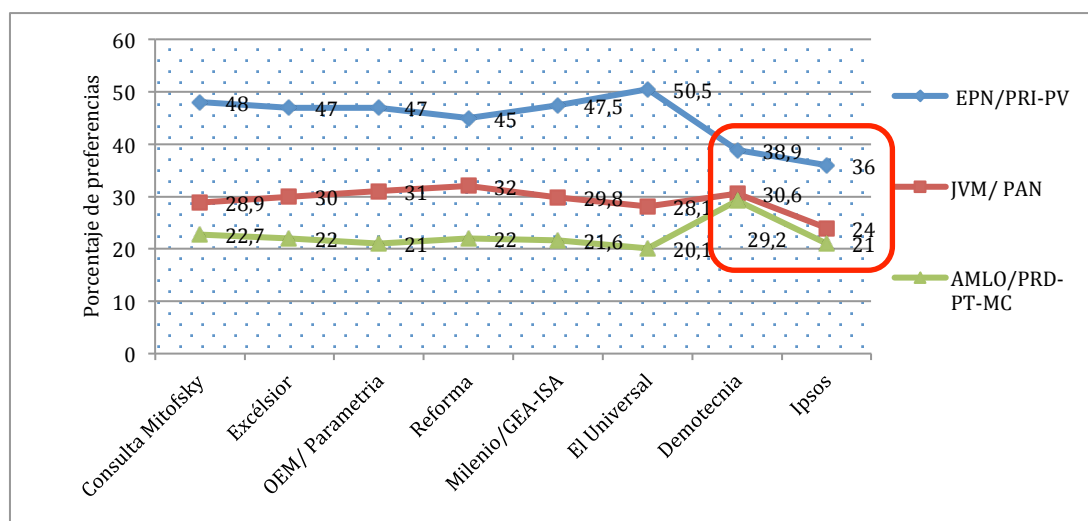
Fuentes: *1. IFE, *Cuarto Informe*, Abril 2012, , disponible en; http://www2.ife.org.mx/documentos/proceso_2011-2012/EncuestasConteosRapidos/inicio.html

*2. IFE, *Quinto Informe*, mayo 2012. disponible en; Idem. *3. IFE, *Sexto Informe*, junio 2012, disponible en; Idem.

Podemos observar en el anterior gráfico 1, que en particular los meses de abril, mayo y junio¹⁰, se registró una avalancha de encuestas, por su número y difusión. El proceso electoral mexicano se desarrolló en un contexto distinto al de 2006, en diversos ángulos, pero a la vez idéntico en otros. Continuó la intervención de poderes fácticos, claramente la principal televisora con su manifiesto y evidente sesgo favorable hacia el candidato del PRI, intervención que fue discutida incluso en medios internacionales¹¹. Lo que se hizo evidente es que la joven democracia mexicana es aún acosada desde varios frentes.

La ola de encuestas llegó de la mano del debate sobre su seriedad y sobre todo, desde el círculo rojo se incrementaba la suspicacia sobre quién financiaba tantos ejercicios difundidos en la prensa, radio y televisión. El debate en torno de estos instrumentos estadísticos creció también de manera exponencial. En los programas radiofónicos llamaban ciudadanos preguntando: ¿conocen ustedes a alguien que hubiera sido encuestado?

Gráfico 2: Preferencias según cada casa encuestadora (marzo 2012).



Fuente: <http://www.reforma.com/>; <http://www.mitofsky.com.mx/>;
<http://www.milenio.com/>;
<http://www.demotecnia.com/>; Para *Excélsior*: <http://www.bgc.com.mx/>; <http://www.ipsos-bimsa.com.mx>.

¹⁰ Coincidiendo con los meses (abril, mayo y junio) en que se desarrolló la campaña.

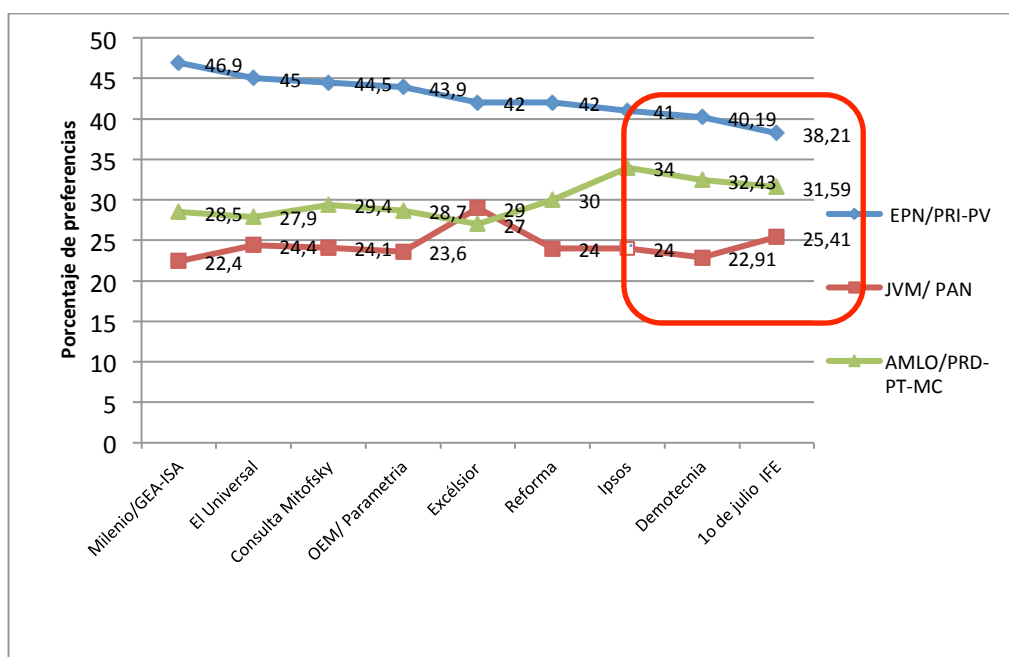
¹¹ Estamos pensando claramente en los reportajes del periódico inglés *The Guardian*.

En este gráfico se pueden observar las coincidencias de las 5 encuestas más difundidas que son: “Consulta Mitosky”, *Excélsior*, Organización Editorial Mexicana, realizada por Parametria, la de *Milenio* GEA-ISA, aunque en este ejercicio del mes de marzo son muy similares los datos del grupo *Reforma* para el mes de mayo estuvo en el ojo del huracán justamente por que en su ejercicio la diferencia entre el primero y el segundo lugar (Enrique Peña del PRI-PV y Andrés Manuel López Obrador) fue de sólo 4 puntos. Particularmente la de Consulta Mitosky fue la más difundida al ser presentada en los diversos noticieros de la principal empresa televisora de México, además de la radio.

A propósito de esta disparidad a lo largo de la campaña (abril-junio) entre los dos grupos de encuestas la Consejera Electoral, María Marván señaló en entrevista:

¿Cómo pueden encuestas que dicen ser nacionales traer una 20 puntos de ventaja (de un candidato sobre otro) y otra cuatro? No es creíble. Eso quiere decir, necesariamente, que una de las dos miente...Y si no nos están entregando metodologías –añadió–, la situación se vuelve más preocupante porque puede llevar a cierta confusión al electorado. Una encuesta seria no es propagandística. (*La Jornada*, 3 de junio 2012).

Gráfico 3: Últimas encuestas presentadas antes de la elección (27 junio 2012).



Fuente: <http://www.reforma.com/>; <http://www.mitofsky.com.mx/>; <http://www.milenio.com/>; www.demotecnia.com/; *Para Excélsior*: <http://www.bgc.com.mx/>; <http://www.ipsos-bimsa.com.mx>.

En este tercer gráfico podemos observar que la encuesta que más se alejó del resultado final de la jornada electoral fue la de Milenio-GEA-ISA. El periódico se disculpó con sus lectores por tal desatino, pero lo mismo había ya ocurrido con el mismo diario aunque con distinta casa encuestadora. Tal pareciera que ese periódico ajusta su línea editorial para servir a intereses distintos a los de sus lectores. Lo mismo ocurrió con Consulta Mitofsky, empresa que trabajó para la principal empresa televisora de México, sus cálculos quedaron fuera del margen de error (+/- 2.5%) al alejarse en poco más de 6 puntos del resultado de la jornada electoral. Las únicas encuestas que fueron certeras y sus datos quedaron dentro del rango de error son la que destacamos con rojo en el gráfico.

A manera de cierre

El informe del PNUD destaca que hay un consenso académico en el que el camino del gobierno hacia un Estado democrático deben cumplirse las siguientes condiciones (Cuadro 2.1, “La democracia de Ciudadanía”:42):

1. Autoridades públicas electas;
2. Elecciones libres y limpias;
3. Sufragio Universal;
4. Libertad de expresión;
5. Acceso a información alternativa;
6. Libertad de asociación;
7. Un territorio que define a la comunidad votante;
8. La expectativa de que las libertades se mantendrán en lo futuro.

Consideramos que a partir del desarrollo del proceso electoral 2012, los puntos subrayados son aún una asignatura pendiente. Lo más grave quizás sea que la percepción generalizada es que la democracia en México no es el mecanismo para procesar las demandas de las mayorías y menos aún la forma de generar bienestar ciudadano. Se considera que el proceso político de elección de autoridades se encuentra capturado por élites y poderes fácticos quienes se convierten así en un a suerte de “gran elector”.

Referências

- AGUAYO, Sergio. *Un balance de la alternancia, 2000-2010*, en Vuelta en U. Guía para entender y reactivar la democracia estancada, México, Taurus, pp. 231-254. 2010.
- AGUILAR, F. Luis. *El concepto/enfoque de Gobernanza: sus características esenciales*, en Gobernanza: El nuevo proceso de gobernar, México, FriedichNaumanStiftung, pp. 31-43. 2010.
- AZIZ, Alberto. *La construcción de la democracia electoral*, en Una Historia Contemporánea de México. Transformaciones y permanencias, México, Ediciones Océano, pp. 367-419. 2005.

- BASAÑEZ, Miguel y ENRIQUE, Alducin. *Las encuestas políticas en México*, en la revista Este País, México, número 181, pp. 76-81. 2006.
- COHEN, Jean Louis. *Cambiando paradigmas sobre la ciudadanía y el exclusivismo de la demos*, en Democracia y Ciudadanía en la Sociedad Global, María Cristina Camacho (compiladora), México, UNAM-Aragón, pp. 115-145. 2001.
- CRESPO, José Antonio. *México: participación electoral, comicios concurrentes y desarrollo estatal*, en Domingo C. Pablo (coord.), México, El Colegio Mexiquense A.C., pp. 313-340. 2005.
- CROUCH, Colin. *Posdemocracia*, México, Taurus. 2004.
- DEL MAR, Rey María. *María de las Heras. Presidenta fundadora de De las Heras Demotecnica*, México, periódico El Nuevo Mexicano, p. 16. 2012.
- La Jornada, Domingo 3 de junio 2012,
<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/politica/007n1pol>
- PNUD. *Capítulo 2, Difusión de la ciudadanía y la sociedad del bienestar*, en Nuestra Democracia, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 37-56. 2010.
- ROGELIO, Hernández. *La transformación del presidencialismo en México*, Una Historia Contemporánea de México, México, Ediciones Océano, pp. 89-115. 2005.