

¿De qué sirven las encuestas fuera de los tiempos de campaña?

Por: Luis Estrada ([@luisestrada_](#))

Los partidos políticos usualmente buscan que la elección interna de sus candidatos sea lo más controlada posible. Asimismo, la legislación mexicana genera un contexto en el que las campañas políticas tienen un impacto limitado sobre los votantes, a quienes se les provee información acotada e insuficiente. En el excesivo, paternalista y condescendiente marco regulatorio electoral mexicano, los votantes son desorientados a través de instrumentos que simulan la apertura y la participación de la opinión pública –incluyendo las encuestas de preferencias electorales– en las decisiones de selección de candidatos a cargos de elección popular.

En los dos años previos a las elecciones, y varios meses antes de que comience oficialmente el periodo de las campañas, los partidos políticos en México buscan elegir quiénes serían sus mejores candidatos con base en encuestas electorales que preguntan a una muestra representativa de electores: “si hoy fueran las elecciones, ¿por quién votaría?”. Por medio de las encuestas, los líderes partidistas recaban una aproximación a la preferencia electoral, previa a la campaña, altamente influenciada por la presencia mediática, el reconocimiento del nombre y la opinión general, de cada uno de los precandidatos y aspirantes.

Medir las “preferencias electorales” fuera de los tiempos de campaña, no obstante, conlleva el riesgo de obtener una medición inválida: si los ciudadanos usualmente no están atentos a la información de política, ¿qué validez tiene saber por quién votarían si aún no cuentan con la información necesaria para escoger entre las opciones disponibles? ¿Qué es lo que realmente mide la pregunta sobre las supuestas preferencias electorales? ¿Por qué la opinión pública favorece a quienes destacan más en los medios

de comunicación, sin importar sus propuestas o las razones por las cuáles serían buenos candidatos?

El propósito de las campañas electorales es acentuar a la política y a los políticos durante un tiempo determinado, en el que todos los candidatos se rigen por las mismas reglas de competencia, y durante el cual los votantes pueden analizar los planes, contrastar propuestas, confirmar sus expectativas y reforzar sus propios sesgos. Es cierto que los electores no recurren a una amplia cantidad de información para tomar decisiones políticas, sin embargo las campañas políticas sí atraen su atención y les sugieren discutir temas políticos, en mayor o menor medida, con sus familiares, amigos o compañeros de trabajo.

Las reglas electorales en México, en la supuesta búsqueda de equidad, inhiben el objetivo primordial de las campañas políticas: frustran el contraste entre propuestas al castigar la crítica en aras de evitar la calumnia y la difamación; inhiben el intercambio de ideas al establecer un número limitado de debates públicos con formatos rígidos y acartonados; saturan a las audiencias con spots sin contenidos ni propuestas concretas, y establecen un esquema de financiamiento que beneficia a los partidos políticos que obtuvieron una mayor cantidad de votos en la elección inmediata anterior.

Al reprimir el contraste y el debate, las campañas políticas se vuelven prácticamente irrelevantes. Sin información valiosa y de calidad, ¿cómo deciden los electores cuál es la mejor opción? DEFOE y SPIN-TCP han decidido llevar a cabo encuestas con representatividad a nivel nacional en vivienda para conocer cuáles son las variables y heurísticos que definen la preferencia de los votantes previo al inicio de las campañas.

Las encuestas DEFOE-SPIN no sólo darán a conocer las preferencias electorales, sino que se diseñaron para evaluar aspectos metodológicos de debates que aún no están resueltos y que podrán rechazar (o no) hipótesis sobre la "no respuesta", efectos de diferentes fraseos en las preguntas del cuestionario, y el efecto de los medios de comunicación en la formación de

las preferencias fuera de tiempos de campaña.

Más importante, las encuestas preelectorales DEFOE-SPIN serán públicas en su totalidad, incluyendo la base de datos y el cuestionario, con la finalidad de que cualquier persona interesada, no sólo académicos, sino particularmente analistas o miembros de los medios de comunicación, en México o en cualquier parte del mundo, pueda conocer la metodología, llevar a cabo análisis distintos a los de DEFOE y SPIN y, en su caso, realizar sugerencias que mejoren el ejercicio. En DEFOE y SPIN estamos interesados, desde hace tiempo, en retomar la agenda sobre el comportamiento electoral en México, misma que ha permanecido rezagada en los últimos años, precisamente, debido a la falta de bases de datos completas y públicas de las encuestas electorales.

Las encuestas electorales en México, que en un principio brindaron certidumbre al proporcionar información valiosa a los actores políticos, a los medios de comunicación y a los electores, se han convertido, en ocasiones, en fuente de decisiones subóptimas por parte de los partidos políticos al designar a sus candidatos, de reacciones equivocadas en los medios de comunicación y hasta en el origen de conflictos post-electorales.

Las encuestas DEFOE-SPIN buscan revivir los debates en torno al comportamiento electoral en México y poner el ejemplo sobre qué entendemos por transparencia y compromiso con la labor científica en el levantamiento y publicación de encuestas electorales. Es importante destacar que estamos en contra de la regulación a encuestadores por parte de las autoridades y creemos firmemente que el gremio encuestador debería autoregularse a través de las mejores prácticas internacionales, incluyendo la transparencia absoluta en la publicación de información de encuestas públicas.

La democracia mexicana abreviará su transición una vez que diversos mecanismos de debate y de contraste estén disponibles para la sociedad y que las herramientas públicas de información, sean realmente utilizadas

para analizar, contrastar y tomar decisiones plenamente reflexionadas.

* Luis Estrada es Doctor en Ciencia Política (UCSD 2005). Socio-Director General de [SPIN](#).

¡Gracias por leer! Ayúdanos a seguir con nuestro trabajo. ¿Cómo? Ahora puedes suscribirte a Animal Político en Facebook. Con tu donativo mensual recibirás contenido especial. Entérate cómo suscribirte [aquí](#). Consulta nuestra lista de preguntas frecuentes [aquí](#).