

RESEÑAS/NOTAS DE INVESTIGACIÓN

Cambios en el comportamiento político mexicano: la perspectiva de las encuestas electorales

Changes in Mexican Political Behavior: The Perspective of Electoral Polls

■ Moreno, Alejandro (2018) *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica ■

Germán Pérez-Verduzco*

Recibido: 22 de julio de 2019

Aceptado: 19 de septiembre de 2019

Una pregunta común para quienes alguna vez hemos sido encuestadores es “¿por qué fallan las encuestas?”. Como plantea Alejandro Moreno (2018) —investigador mexicano con una amplia trayectoria en estudios electorales, de opinión pública y comportamiento político—, frente a un ejercicio tan complejo como es la anticipación de los resultados de una elección competitiva con base en algunas entrevistas realizadas a una pequeña fracción del electorado (y la posibilidad de diversas fuentes de error técnico y humano) la pregunta debería ser: “¿por qué *aciertan* las encuestas?”. Las encuestas electorales pueden fungir como una fuente de inteligencia política para los partidos políticos que les brindan por igual, tanto a ellos como a otros actores sociales como la ciudadanía o los periodistas, la

posibilidad de realizar análisis políticos, periodísticos o estratégicos con el fin de anticipar los resultados de una elección. Justamente esta cualidad de *anticipar* los resultados electorales se ha convertido en la principal virtud, y al mismo tiempo, en la mayor condena de las encuestas. De acuerdo con Moreno (2018), esto se aprecia tanto antes de la elección como después: *antes*, porque los resultados sólo favorecen a unos y no a otros, padeciendo por ello las descalificaciones de estos últimos; y *después*, por los críticos que sólo esperan el resultado final para inmediatamente indicar sus fallas.

Por otro lado, aunque las encuestas electorales son imprescindibles en los estudios políticos contemporáneos, no debe olvidarse que se trata únicamente de herramientas para recabar información sobre el que, sin lugar

* Universidad de Colima, México. Correo electrónico: <german_perez@uacol.mx>.

a duda, constituye el actor político más importante en las democracias representativas: el electorado. Quizás por ello, el autor ha decidido dividir la obra en dos grandes secciones o apartados: uno dedicado precisamente a los votantes, y otro enfocado a las encuestas. A su vez, cada apartado se divide en tres capítulos, los cuáles se describen a continuación.

Posterior al capítulo introductorio donde se mencionan los temas y conceptos a desarrollar en el libro aparece la primera sección: *Los votantes*, la cual gira en torno a una de las principales tesis de la obra: que en los últimos veinticinco años ha ocurrido un importante cambio en el electorado mexicano. Para Moreno (2018), esta permutación se evidencia sobre todo en tres características de los votantes: *a)* están más despartirizados o menos identificados con los partidos políticos; *b)* están más ideologizados, en el sentido de que se distingue una mayor identificación con ideologías de izquierda y, *c)* están más internetizados, es decir que recurren cada vez más a las nuevas tecnologías y las redes sociales para informarse.

Durante varios años, la identificación partidista fue uno de los rasgos más importantes del votante mexicano. Sin embargo, en 2017, por primera vez en la historia la mayor parte de los mexicanos se consideraba apartidista, situación que convirtió a las elecciones presidenciales de 2018 en las primeras donde la mayoría de los mexicanos no se identificaba con algún partido político (Moreno, 2018). Así, el capítulo II, bajo el título “Despartirizados”, aborda el desalineamiento partidista actual, que contrasta con la fuerte identificación partidaria (principalmente priista) que

se manifestó en el país durante gran parte del siglo xx.

Asimismo, se han presentado un importante debilitamiento partidista y una secularización política. El primer fenómeno se evidencia en la reducción de la influencia del partidismo en el voto, que, según el autor, podría deberse a indisciplina partidaria ocasionada (entre otros factores) por candidaturas impopulares o por el desempeño gubernamental (Moreno, 2018). La segunda cuestión puede atribuirse a la modernización y el aumento del nivel de escolaridad en el país, aspectos que generan una movilización cognitiva en los electores, debilitando así su vínculo emocional con los partidos políticos (Dalton, 1984).

Además de la *despartidización*, en los últimos años el votante mexicano ha experimentado una mayor ideologización, cuestión analizada en el capítulo III, titulado “Ideologizados”. Desde el punto de vista del autor, recientemente se ha hecho más común la utilización de la terminología izquierda-derecha, al grado incluso de que “lejos de estar bajo peligro de extinción, las orientaciones ideológicas amenazan con arrebatarse a la identificación partidista su sitio como principal influencia del voto” (Moreno, 2018: 74). Y no sólo eso, sino que también se ha dado una creciente correspondencia entre ideología y voto, o sea, una cristalización ideológica, principalmente en la izquierda. Aquí vale la pena mencionar que la orientación ideológica es distinta al partidismo: mientras este último consiste en la identificación con alguno de los partidos políticos, lo primero constituye un sistema de creencias, símbolos y aspiraciones independientes a dichos partidos (Moreno, 2018).

Este fenómeno puede apreciarse al revisar las elecciones de 2000, 2006 y 2012, donde la cristalización ideológica ofreció una base de voto cada vez mayor: 35, 38 y 50 por ciento, respectivamente (Moreno, 2018).

Pareciera que la ideologización del electorado también ha provocado una mayor polarización política. De hecho, al observar los datos analizados por Moreno (2018) se aprecia claramente que la distribución de los votantes en el gradiente ideológico presenta un notable movimiento centrífugo. Dicho de otra forma: el electorado centrista se ha ido desvaneciendo cada vez más, distribuyéndose la mayoría de los votantes en ambos extremos del gradiente ideológico.

Es muy probable que tanto la ideologización como la polarización se deban en gran parte a los algoritmos de las redes sociales, que se han convertido en una especie de “cámara de eco” que refuerzan las disposiciones ideológicas a buscar información parcial. Como bien explica Moreno (2018) en el capítulo IV, bajo el título “Internetizados”, Facebook y Twitter llenan al electorado de contenido altamente ideológico, por lo cual se trata de un aspecto para tener en cuenta al analizar el comportamiento del votante: “Internet y las redes sociales son imposibles de ignorar en la competencia electoral, ya que una porción significativa y creciente de votantes recibe e intercambia información política por esas vías” (Moreno, 2018: 99). Acertadamente, el autor pronosticaba desde varios meses a la celebración de las elecciones de 2018, que éstas se caracterizarían por dos principales grupos de votantes: por un lado, una izquierda internetizada y joven simpatizante de Morena; y,

por el otro, una derecha televisiva y de mayor edad simpatizante del PRI. Este escenario permite establecer que la brecha digital existente en el país acaba produciendo también una brecha política derivada, en gran medida, del acceso a ciertos medios informativos.

A diferencia de los tres capítulos del primer apartado, donde el protagonista de la historia es el votante, la segunda sección titulada: *Las encuestas*, está enfocada a presentar y discutir sus aspectos históricos, metodológicos y organizacionales. Para quien escribe este apartado del libro es el más interesante desde el punto de vista académico, sobre todo para quienes se encuentran en una etapa formativa en investigación cuantitativa aplicada a la ciencia política, o simplemente para quienes desean aprender más sobre demoscopia. Esta sección, al igual que la anterior, está conformada por tres capítulos: *a)* uno sobre la naturaleza y orígenes de las encuestas; *b)* otro referente a los antecedentes de las encuestas electorales en México, y *c)* el final, donde se analiza el desempeño de las encuestas electorales en el país durante el periodo de 1994 a 2017.

En general, existen muchos prejuicios y desconfianza hacia las encuestas electorales. Como dice el autor, “en torno a las encuestas suele manejarse una idea general de error no como desviación, falla o equivocación, sino como falsedad o manipulación” (Moreno, 2018: 142). A decir verdad, hay varias encuestas que se equivocan con frecuencia. Y muchas otras que sólo tienen un carácter propagandista. Pero también es cierto que algunas encuestas son exactas, de ahí la importancia de identificar sus fines y distinguirlas. Como expresaba el autor previo

a las encuestas electorales de 2018, uno debe estar atento no sólo a los resultados que éstas arrojan, sino también al uso retórico que se hace de ellas (Moreno, 2017). Por ello, es necesario comprender los conceptos básicos de la demoscopia, como por ejemplo las propias encuestas electorales, definidas por Moreno (2018) como un instrumento que “permite estimar, con cierto margen de error, las preferencias del electorado en su conjunto o del electorado probable con base en las preferencias de una muestra de electores” (Moreno, 2018: 140); o el error en las encuestas electorales, definido como “la diferencia entre sus estimaciones y el resultado de una elección” (Moreno, 2018: 142).

Partiendo de esta base será más difícil desvirtuar o malinterpretar los resultados ofrecidos por las encuestas. “Las muestras nos permiten hacer inferencias respecto a una población, generando estadísticas que se aproximan a un parámetro poblacional pero sólo dentro de un intervalo o margen de error. Cuando un encuestador dice que su encuesta estima 25 % de intención de voto por un candidato, con un margen de error +/- 3 %, en realidad está diciendo que el apoyo a ese candidato entre el electorado en su conjunto podría estar entre 22 % y 28 % en 95 de 100 muestras que se obtengan, de las cuáles la de él es solamente una” (Moreno, 2018: 146-147).

Así, la idea central del capítulo V, “Naturaleza y orígenes”, es que cuando las encuestas se hacen adecuadamente, son muy útiles para medir con exactitud y precisión las preferencias del electorado frente a una elección (Moreno, 2018). Además de lo dicho, el capítulo detalla los antecedentes más importantes

de las encuestas electorales: desde los primeros estudios de opinión pública realizados en Estados Unidos por Gallup en los años treinta y la aportación de Likert a las escalas de medición de actitudes en los cuarenta, hasta los sondeos de la *Literary Digest* y la falla en la predicción del resultado de las elecciones estadounidenses de 1948, acontecimientos que ponían en tela de juicio el valor y exactitud de las encuestas. Como cierre del capítulo, el autor explica sucintamente los diversos tipos de error: error muestral, error de cobertura y error por la no respuesta.

El capítulo VI, “Las encuestas electorales en México”, constituye un breve repaso histórico de los acontecimientos claves de la demoscopia en el país. Como relata Moreno (2018), los dos momentos más importantes se dieron en las décadas de los cuarenta y los ochenta. En los cuarenta porque ahí se dio la entrada formal de la demoscopia a México, particularmente en el periodo de posguerra cuando se realizaron varios sondeos referentes a temas de migración, educación, o de la propia guerra. Sin embargo, en el contexto de un partido dominante en el país, se hicieron muy pocas encuestas electorales en aquella época. No fue sino hasta finales de los ochenta, previo a las elecciones presidenciales de 1988, que ocurrió la detonación de las encuestas político-electorales (Moreno, 2018).

Por último, el capítulo VII, “Desempeño de las encuestas electorales” representa otra de las principales aportaciones del autor, quien realiza un ejercicio hasta entonces inexistente: la recopilación de prácticamente todos los errores de las encuestas electorales realizadas en México en las últimas dos décadas y media.

Específicamente, el trabajo de Moreno (2018) consistió en una revisión histórica sobre el desempeño de cientos de encuestas y más de un centenar de organizaciones encuestadoras que realizaron y publicaron sondeos en las elecciones federales y estatales de 1994 a 2017. De su análisis se desprenden hallazgos interesantes. Por ejemplo, que el porcentaje de encuestas que se encontraban dentro del margen de error respecto al resultado oficial ha aumentado con el paso del tiempo, acertando en sus pronósticos 20 % de las encuestas en 1997, 30 % en 2003, 63 % en 2009, y 67 % en 2015 (Moreno, 2018).

En este capítulo se describen también algunas propuestas para intentar disminuir el sesgo en las encuestas, desde las nueve métricas propuesta por Mosteller, Hyman, McCarthy, Marks y Truman (1949) para determinar el tamaño del error, hasta el recurso de promediar los resultados de las diversas encuestas (*poll of polls*). Aquí cabe retomar la cuestión de la credibilidad en las encuestas, ya que como indica el autor “el sesgo sistemático de cada empresa encuestadora puede observarse con su historial en todas las elecciones en que ha publicado estimaciones” (Moreno, 2018: 219).

De hecho, el autor hace un valioso ejercicio al respecto: calcular los errores promedio y errores ventaja con las métricas 3 y 5 de Mosteller, respectivamente. Así, se aprecia que entre 1994 y 2017, las encuestas para la elección de diputados federales y senadores han sido las de mayor exactitud, seguidas por las elecciones presidenciales, y en último lugar, es decir las de mayor error, las referentes a la elección para gobernador. En este capítulo, el lector encuentra además un listado de las empresas encuestadoras con menores errores M3 y M5, o sea aquellas con las estimaciones más precisas.

Para concluir, e intentando sintetizar la obra en un párrafo, podría decirse que este libro de Alejandro Moreno analiza el cambio electoral en México en los últimos veinticinco años desde dos perspectivas distintas pero complementarias: una derivada de las características emergentes del electorado mexicano (creciente despartidización y mayor ideologización e internetización), y otra proveniente de la naturaleza de las encuestas, así como sus usos e interpretaciones. Ambos elementos, sin duda, constituyen actores políticos fundamentales en el ámbito de los estudios electorales.

Sobre el autor

GERMÁN PÉREZ-VERDUZCO es licenciado en Psicología por la Universidad de Colima, maestro en Análisis Avanzado de Datos por la Universidad de Salamanca y doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Colima. Sus líneas de investigación son: participación ciudadana juvenil, el comportamiento político, la confianza en las instituciones de la democracia. Entre sus publicaciones más recientes se encuentran: “Confianza en el Instituto Nacional Electoral mexicano: una perspectiva comparada” (2020) *Reflexión Política*, 22(45); “Factfulness: una guía para derribar mitos, prejuicios y falsas creencias sobre la situación mundial” (2020) *Espiral Estudios Sobre Estado y Sociedad*, 28; “Contra las elecciones. Cómo salvar la democracia” (2019) *Reflexión Política*, 21(41).

Referencias bibliográficas

- Dalton, Russell (1984) “Cognitive mobilization and partisan dealignment in advanced industrial democracies” *Journal of Politics*, 46(1): 264-284.
- Moreno, Alejandro (2017) “Encuestitis y encuestits” *El Financiero* [en línea]. 8 de diciembre. Disponible en: <<https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/alejandro-moreno/encuestitis-y-encuestits>>
- Moreno, Alejandro (2018) *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Mosteller, Frederick; Hyman, Herbert; McCarthy, Phillip; Marks, Eli y David Truman (1949) *The Pre-Election Polls of 1948: Report to the Committee on Analysis of Pre-Election Polls and Forecasts*. Nueva York: Social Science Research Council.