

Mesa redonda Elecciones y encuestas

Les agradezco mucho su presencia en esta reunión a Enrique Alducin, Edmundo Berumen, Roy Campos, Alejandro Moreno y Emilio Salim.

El propósito es analizar el pasado proceso electoral considerando quizá que el aspecto más destacado fue el tema del abstencionismo, más allá de lo que es la readecuación, el reajuste, de las proporciones de los partidos en la Cámara de Diputados.

Enrique Alducin (EA). Se le ha dado mucha importancia el abstencionismo y se destaca como el elemento número uno; incluso se ve ahí un repudio al gobierno de Fox. Esto es una lectura fuera de contexto, y la abstención realmente corresponde a una elección intermedia democrática con muchísima menor participación.

No estaría de acuerdo con la visión que se está dando de alta preocupación por el abstencionismo; una participación de 40% es razonable en cualquier país democrático.

En Inglaterra... en Estados Unidos las elecciones nacionales presidenciales son de 50% en la de Kennedy creo que llegó a 55%, estoy hablando de memoria, pero la cifra de 64% de la presidencial de 2000 realmente fue muy alta, aunque desde luego eso no compara con el 98% que obteníamos con el PRI.

Si regresa el PRI, que es probable, tampoco veo posible una vuelta a las participaciones altas, será muy difícil, en función de la escolaridad, de la cultura democrática que existe en el país, de la novedad de la democracia...

Dentro de la norma democrática, o la normalidad democrática, una participación de 40% en una elección intermedia es un rango razonable, no es una debacle nacional o un desencanto total con una democracia o un repudio total al gobierno y al sistema.

Edmundo Berumen (EB). En una mesa de encuestadores la pregunta sería otra, no cuál fue el nivel de la participación.

La pregunta sería si se comportan diferente o no los que se tomaron la molestia de ejercer su derecho a votar de aquellos que no. Si detectamos perfiles diferentes en las preferencias de los que se quedan en casa y de los que van a votar, ahí entonces la discusión sería otra ¿a quién conviene o convino que se queden en casa, a quién convino que haya más votación? Roy Campos (RC). No estoy de acuerdo con Enrique, para mí la abstención sí es preocupante como mexicano, porque a final de cuentas cuando uno hace la cuenta de que sólo 12% de los ciudadanos votó por el partido que está en el poder, entonces empieza a perder un poco de representatividad. Sin embargo, sí preocupa la abstención en término de encuestas porque hace más difícil hacer una encuesta preelectoral con abstención alta.

Este País (EP). Ahora bien, ¿cuáles fueron las diferencias entre las encuestas de hace tres

años y las que vimos en el reciente proceso electoral? RC. El mercado de las encuestas hoy está mucho mejor y más maduro que el que teníamos después de la elección de julio de 2000. Las condiciones son completamente distintas y fue un aprendizaje de tres años.

Ubico cuatro cambios fuertes: 1) todos los que publicaron, yo detecté en este momento para esta elección 73 encuestas publicadas pero todas existen, todas tienen cara, todas las encuestas eran reales, a diferencia de 2000 donde hubo muchas inventadas. Hoy, todas las que se publicaron para ese proceso tenían quien diera la cara por ellas: ése fue un primer cambio sustantivo, cualitativo; 2) todos los encuestadores que estamos aquí conocemos los problemas de ética que existen, conocemos los problemas, jugamos en la raya entre partido y los medios, y todos trabajamos en eso muy bien, nos comportamos no sólo en la ética de encuestas sino en la ética política: sabemos ya el problema y aprendimos; 3) metodológicamente hay solidez; tal vez se puede decir que alguien es bueno para encuestas de campo, que alguien es bueno para cuestionarios, que alguien es bueno, para analizarlos, pero hay solidez metodológica, se reconoce la solidez de todos las empresas que están en el campo, y 4) hay aprendizaje; ninguna de las empresas que hicimos encuestas hicimos lo mismo en 2003 que en 2000, ninguna; todos brincamos de 2000 a 2003, hicimos cambios en las metodologías, lo cual quiere decir que aprendimos; no son empresas nuevas, sino que hubo un salto, un aprendizaje.

(EP). Uno de los puntos de partida para las encuestas en México se centró fuertemente en las metodologías, sin importar siquiera los resultados.

En este aprendizaje del que hablaba Roy ¿cuáles son sus características, dónde estaría este nuevo lenguaje que se empieza a entender en el mundo de las encuestas concretamente con base en las metodologías? Alejandro Moreno (AM). Ahí es donde más se ha avanzado.

Hoy nos movemos en una serie de temas metodológicos que ya no evocan lo que se hablaba hace diez años, por ejemplo las metodologías de entrevistado, las metodologías de muestreo o incluso el diseño de cuestionarios. Una de ellas precisamente se consolida el 6 de julio, con una elección en la que vota menos gente de la que se espera; si, de cada diez personas en edad de votar, con credencial de elector, que tú entrevistas en una encuesta, solamente van a votar cuatro, entonces te genera un problema de estimación.

Este debate, como bien decía Roy, lo comenzamos en 2000, de hecho desde 99 con la elección interna del PRI, una elección interna abierta, en donde si recuerdas cada una de las primarias que había, antes de la nacional solía tener enormes problemas de estimación, solían equivocarse.

Y una de esas razones la atribuyo a que no estimaban precisamente por quién iba a salir a votar. En 99 el tema se vuelve fundamental y se empieza a desarrollar, hasta que llegamos a una elección federal en la que solamente cuatro de cada diez electores salen a votar. Eso es lo que ahora nos está dando vueltas en la cabeza, más allá del muestreo, de las técnicas de entrevista, y necesariamente porque envuelve el diseño en cuestionario cuáles son las preguntas que voy a utilizar para saber si una persona va a salir a votar o no.

Aunque no sea lo único sí es lo que ha tenido la centralidad del debate. En los países donde

hay más desarrollo en términos de encuestas sobre estos temas no es porque sean mejores, simplemente han tenido más experiencia en muchas más elecciones; acá llevamos dos federales con el tema, tres años apenas, no es nada.

No hay consensos, cada quien emplea distintas metodologías, y creo que es deseable pues no se busca que haya consensos en cómo hacerlo, pero sí que haya consenso en que es necesario hacerlo.

La de este año fue una elección para refrendar el hecho de que los encuestadores teníamos que atender ese problema. Hace dos años estábamos en Reforma ubicando sólo a votantes probables, hace un año todavía; obviamente cuando les preguntas a los encuestadores, el mismo Enrique hace poco dijo que ya lo hacía desde hace mucho, pero no hay una sola publicación; éramos los únicos. Ahora el consenso es que se debe hacer, cada quien con la metodología que más conoce.

También coincido con Roy en que hubo un aprendizaje.

Hemos adecuado metodologías; sin embargo también hay que tomar en cuenta que no todos los cambios han sido certeros ni todos fueron muy precisos. En este caso el uso de votantes probables a nivel nacional sí nos ayudó a la industria en general, y a Reforma en particular, pues tenemos una muy buena estimación de la elección, previendo precisamente esta caída del PAN, una ventaja del PRI, pero es cierto que también hay fallas, que sigue habiendo partes que no entendemos muy bien, y ahí es donde creo que el debate se va a empezar a mover.

EA. Una cosa importante del cambio fue que no hubo guerra de encuestas, no hubo encuestas apócrifas, y sólo cosas menores en estados. Las universidades siguieron jugando el papel de esquirolas, cosa que ya habíamos visto. Pero en la elección federal, la más importante de esa fecha, ya no hubo guerra de encuestas; si acaso hubo un manifiesto del PAN para contrarrestar un poco la influencia tan grande que tiene Reforma, publicando ahí las encuestas que pudo pepear para tratar de cambiar un poco la opinión en el sentido de lo que puedan influir las encuestas.

Pero no se presentaron encuestas apócrifas ni se presentó una situación de que miente fulano, usando las encuestas como un arma arrojadiza. Eso también es muy importante para las propias elecciones, o sea, que las encuestas toman su lugar dentro de las estrategias y dentro de las campañas, incluso dentro de la publicidad de las campañas y se deja atrás la guerra de encuestas que realmente fue tremenda en 2000.

Respecto a los votantes probables acoto que sí ha sido Alejandro el que más lo ha analizado y el que más lo ha impulsado y que ahora es una práctica generalizada; yo la empleé en el año de 99 en la elección primaria del PRI, ahí era clarísimo que Madrazo iba muy bien a nivel de la población general y Labastida iba muy bien entre los priistas; para distinguir ahí sí tenías que establecer quién era el electorado: si se consideraba a la población en general y no se usaba el filtro de tomar nada más a los priistas, pues se podían tener desviaciones muy graves, incluso pronosticar el triunfo de Madrazo, cuando era Labastida el ganador y eso lo publicamos en El Universal, o sea que si existió una constancia de ese filtro.

RC. La discusión no es si se usaba o no. De alguna manera todos teníamos alguna intuición que teníamos que usarlo, lo que pasa es que Reforma el año pasado, cuando todavía no había conocimiento de la elección, empezó a publicar esos resultados y lo criticamos mucho, porque cuando la elección no está en camino, cuando no hay candidatos, cuando no hay campañas ¿debe manejarse el concepto de probables votantes o no? Si ahora impusiéramos una elección hacia 2006 ¿tendríamos que manejar en este momento probables votantes? Soy de la opinión de que todavía no, en este momento publicaría población general, y me iría con votantes probables hasta que estuviéramos cerca de la elección.

AM. Estoy de acuerdo contigo. No se puede empezar demasiado temprano, quizás un poco antes de que empiecen las campañas. El propósito de Reforma de publicar votantes probables en septiembre de 2002, fue ponerlo sobre la mesa de discusión, y si recuerdan publicábamos ambas estimaciones. Cuando se acercaba la elección, preferimos indagar sobre los votantes probables porque estoy convencido de que nos mejoraba la estimación y el resultado estuvo muy claro, tuvimos una encuesta casi perfecta en el sentido de estimación.

Se ha mejorado el trabajo pero también se han caído en algunos problemas, que pueden convertirse en vicios.

El primero, publicar una serie de escenarios que lo único que provocan es confusión acerca de lo que va a ser la elección.

Es saludable que metodológicamente digamos que en el escenario 1 pasará tal cosa; en el escenario 2 pasará tal otra, pero es muy confuso, sobre todo desde el papel social de las encuestas. En el caso Reforma aunque llevábamos las dos series población general y votantes probables, al final, sólo publicábamos votantes probables; tuvimos que apostar a un solo escenario, y tuvimos que apostarle a nuestra metodología y afortunadamente ganamos la apuesta. Pero el problema es ése.

RC. La verdad es que eso va contra la disposición del IFE, que te dice que si publicas votantes probables también debes decir cuál fue el resultado que te salió normalmente.

AM. Pero ésa es una falacia de las disposiciones del IFE porque si empleas técnicas de votantes probables eliminando de entrada a los no probables, es decir, una práctica muy común en Estados Unidos, no puedes tener población general. En el caso del Reforma tenemos población general porque no la eliminamos y digo Reforma porque por ejemplo en El Norte sí se hace.

Emilio Salim (ES). Leí con mucho cuidado el artículo de Enrique en el número anterior de Este País y me parece que debemos de festejarlo. En el plano nacional hemos tenido un avance; las encuestas preelectorales de las casas serias cumplieron su función, que dieron aproximaciones muy satisfactorias conforme al resultado. Hay algunos problemas de interpretación, creo que lo mejor es dar las dos cifras con votantes probables y población general, para todos es útil esto. Sin embargo este comportamiento es totalmente diferente a

lo que pasa en los estados. Tengo dos casos documentados, el de Guanajuato y el de Querétaro, en este último se desató una verdadera guerra sucia de encuestas, que recuerda lo que pasaba en los años 80 cuando empezabas a tratar de sacar el método, la técnica, como la única forma de dirimir controversias.

Esta guerra de encuestas genera un desorden por lo menos en las clases políticas locales, que tiene mayor injerencia en los municipios que lo que podría tener la clase política nacional.

AM. En la medida en que las elecciones se hagan más complejas, así como las alianzas y las coaliciones, los arreglos institucionales, los acuerdos y los convenios, entre elites, estamos empezando a tocar una diferenciación entre lo que son los alcances de encuestas y lo que ya es un análisis político. El encuestador se ha vuelto un analista político, pero de alguna manera está abandonando su papel fundamental.

En esta evaluación y en la que hace Enrique, y en la que hacen varios, se toma la dificultad de la alianza parcial PRIVerde en 97 distritos. Para evaluar las encuestas ¿qué tienes que hacer? Tomar esa alianza como un partido, que fue lo que se dijo, o recalcular de acuerdo con los convenios pero cuando lo empiezas a hacer, estás cayendo en un problema que va más allá del alcance de la encuesta. El papel fundamental de la encuesta es decirle al público general cuál es la preferencia de la gente, no necesariamente cómo va a quedar una elección..RC. Las encuestas miden la percepción de una situación en un momento dado, y miden el estado actual de las preferencias entre cierto grupo de población, que ese grupo puede ser todos, o los que uno defina como los más probables votantes.

Así, la pregunta es ¿cumplimos el papel o no los encuestadores, en esta elección? Sí cumplimos, y totalmente.

Porque mandamos señales correctas a la sociedad y a la clase política. Todos los encuestadores, todos, mandamos la señal de que era prácticamente imposible que un partido tuviera la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, y ése ya es un mensaje absolutamente cierto. Mandamos el mensaje de que la pelea estaba en primer lugar entre PAN y PRD Y así fue. Dijimos que el PRD iba a andar cerca de los 20 puntos, lo ubicaron en 16, 17, 18, y efectivamente ese fue el nivel, quedó un poco abajo de los 20 puntos. Mandamos y éstas son señales importantes para la población y para la clase política el mensaje de que sólo cuatro partidos tenían su registro seguro y que había dos con posibilidades; que los demás iban a desaparecer, y eso sucedió.

Enviamos el mensaje de que habían cuatro estados con ganador: Colima, Querétaro, Nuevo León y San Luis y dijimos que Sonora estaba cerrado, y había un desconocimiento total de Campeche, y así quedó: cuatro estados con un ganador, en Sonora cerrado y en Campeche desconocimiento. Ése era el mensaje y así quedó. Mandamos el mensaje de que en el D. F. el PRD iba a arrasar y así fue. Mandamos el mensaje de que el Verde iba a sacar más de los cinco puntos que el PRI le daba como valor y así sucedió.

ES. Quisiera abundar sobre el papel del encuestador y cuáles son todas estas señales que llegan no sólo a la opinión pública sino a los analistas y a los actores políticos.

Creo que el punto aquí es que las encuestas siempre van a estar relacionadas con el poder y con los conflictos, algunas veces para detonarlos, otras para preverlos y amortiguarlos. Tanto las encuestas preelectorales y sobre todo las de salida si no se manejan bien pueden ser detonadoras de verdaderos conflictos en algunos estados de la República.

AM. El hecho innegable es que más allá de nuestra comunidad de encuestadores, el público en general, llámese políticos, periodistas, analistas y el ciudadano común sí esperan algo de precisión, y al fin y al cabo esto se vuelve un pronóstico, eso es una realidad innegable por más que no la queramos ver así, Roy...

Y también tu usuario privado, tu cliente particular te va a pedir buenos resultados, más allá de que tus metodologías sean impecables.

RC. Y la pregunta es quién va a ganar...

AM. Exacto. Por otro lado, es muy importante la credibilidad de los ejercicios de una encuesta en una comunidad bastante amplia, de expertos y de no expertos, de usuarios comunes y corrientes que además cada vez se acostumbran más al lenguaje de las encuestas. La publicación de encuestas ha jugado un papel, si me permiten usar el término, de culturización y la revista Este País ha sido pionera en esto en donde el tema de los votantes probables también se vuelve de dominio público.

Creo que el uso político de las encuestas sigue muy fuerte. Nancy Berger, en un artículo espléndido a mediados de los noventa aquí en la revista tuvo una frase afortunada, "la guerra de encuestas no es sino una guerra política con fachadas metodológicas", aunque hoy en el uso político de las encuestas los datos no se muestran encontrados con el mismo propósito de hace diez o quince años, que era desprestigiar a la casa encuestadora y al encuestador. Ahora es simplemente una guerra de datos: el mío es el correcto, y un encuestador político, un encuestador partidista, al avanzar el interés de su partido pues igual puede mostrar que el partido va adelante, incluso con metodologías correctas.

EP. ¿De qué otra manera se puede utilizar políticamente el resultado de una encuesta? ¿No basta el avance metodológico para impedir esta utilización? EB. Otro de los usos políticos de las encuestas, quizá más importante, aunque no es público y sí mucho más reservado, es cuando en el interior de cada partido los actores dicen "a mí no me sorprende el resultado, yo ya lo sabía". Son esas encuestas que se hacen, se guardan y no se divulgan y entonces los responsables, a la hora de los resultados son criticados internamente por otras facciones que dicen "no me sorprende, yo ya lo sabía".

ES. La modernización política ha traído consigo que los rumores políticos ya no se basen en episodios vistos, sino en supuestas encuestas que nadie conoce. Pero todos en la lucha política utilizan las encuestas como elementos de política, como elementos de convencimiento.

EP. ¿Pero piensan que esto es sano, no está enturbiando las cosas? Porque hay una cosa que no vamos a eliminar que es el uso del secreto y del rumor... La encuesta que se contrata y

que entra en el ámbito de lo privado y que sigue trabajando en el silencio como parte del escenario político.

ES. Yo propondría hacer públicos nuestros planes de trabajo, claro, sin que esto se convierta en una camisa de fuerza. ¿Como le hicimos para dirimir si era aceptable o no una encuesta? Cuando nos obligamos todos a sacar las vitrinas metodológicas. La lucha política además de rumores pueden ser sustentada en dichos, en hechos, en observaciones y ahora también, que es la novedad, en encuestas, que no sabemos si se hicieron o no se hicieron y no sabemos cuál es su calidad.

RC. Lo que puede parar eso es que los medios las publiquen...

ES. Claro...

RC. Ése es el papel de los medios...

EA. Me gustaría aclarar algo acerca del uso partisano o político de las encuestas. Por ejemplo, El Universal publicó que la mitad de las delegaciones eran para el PAN y la mitad para el PRD y publica solo cuatro encuestas de hecho nada más hizo cuatro encuestas, dos eran del PAN y dos del PRD. No dio el universo completo. O por ejemplo en la serie del Reforma no se advierte la situación de que los perredistas iban a arrasar en el D. F.

Los periódicos están jugando también un papel político. Reforma no quiso meterse a Campeche, siendo más importante que el municipio de Apodaca donde vimos cuatro o cinco encuestas. A nivel local es más grave, lo vimos en el artículo muy claro de Emilio Salim donde una encuesta del periódico AM de Querétaro tuvo unos errores impresionantes y en la guerra de encuestas, el periódico jugó un papel muy importante.

Los encuestadores difícilmente mandamos señales, damos nuestras encuestas pero los que las usan son los medios.

EB. Pero esos desbalances también se ven en los medios televisivos. Por ejemplo, Roy tiene el derecho de picaporte para salir al aire en Televisa, pero al encuestador de TV Azteca cuándo lo has visto, nunca lo ves, al que ves es al conductor del noticiario.

AM. Efectivamente se tomó una decisión de no hacer una encuesta en Campeche y al final nos arrepentimos, pero no preveíamos una elección tan cerrada y aquí hay una cosa muy distinta con el tipo de encuestas que hace Roy Campos o las que haces tú mismo, Enrique. El periódico Reforma es muy generoso comparado con otros, para ofrecer datos de estudios de opinión pública, de encuestas que, como tú y todos los que están aquí lo saben, son muy caros. Ofrecer 38 estimaciones electorales para una jornada con recursos de un medio es más allá de lo que te puedas imaginar en muchos lados.

Ahora bien, quisiera referirme a las evaluaciones.

Hasta el momento nos estamos evaluando nosotros mismos y creo que hace falta que otros, fuera del medio de encuestadores, hagan ese trabajo, evaluando lo que estamos haciendo.

Es bueno que Enrique haya publicado una primera evaluación porque la está haciendo un encuestador que no salió ni como el más certero y preciso, pero tampoco más malo, y le está dando lugar a otros que salieron bien y lo está haciendo de una manera objetiva. Creo que ésa es una actitud muy saludable.

Es cierto que parte del público que lee encuestas es un público especialista, de analistas políticos que las toma para hacer sus propias elaboraciones, sus propias conclusiones, y acepta lo que va a pasar. Y dentro del mundo de los analistas políticos cada quien tiene sus encuestas preferidas, cada quien hace caso de una u otra y tienen fuentes confiables. Una de las prácticas que hay que poner a revisión, y que es muy común, es el uso de la encuesta de encuestas que incluso Enrique mismo usa. Tanto 2000 como 2003 a nivel nacional federal nos han hecho ver que una encuesta de encuestas es un ejercicio totalmente inútil, porque en 2000 los promedios estaban todos equivocados y acertaron las encuestas que estaban en los extremos, las que Berumen llama aberrantes, y que a partir de esta elección se ha tendido a llamar atípicas. En 2003 también salieron las atípicas como las más certeras y las más precisas, entonces cuidado, señores. Y algo similar sucede con las estatales, donde muchas de las atípicas suelen ser muy certeras y precisas.

EP. Hay un acuerdo en que los medios, como sujeto político, hoy cuentan más que los partidos. Si queremos hablar de un gran candidato de los medios típico en México es el presidente Fox... Pero así como es incuestionable el papel cada vez más importante de los medios, no se puede negar que los encuestadores se han convertido en auténticos agentes políticos.

ES. Somos jueces. Negarlo sería absurdo. Que los encuestadores, los analistas políticos y los medios de comunicación jugamos en el tablero del poder, por supuesto que lo hacemos. La diferencia es que los encuestadores tenemos como objetivo, como misión, la objetividad, mediante un conjunto de métodos y técnicas que aplicamos para el caso. Tratamos de ser más objetivos que los demás y tratamos de hacer las observaciones primarias.

Pero todos los analistas políticos llegaron a conclusiones a las que bien pudieron haber llegado sin tener los datos de las encuestas y las elecciones, y se los demuestro cuantitativamente. Para mi colaboración en la revista no tomé las encuestas preelectorales, tomé la Encuesta Mundial de Valores de 2000 y resulta que con ella yo hubiera llegado a cualquiera de las conclusiones a las que llegaron la mayoría de los analistas políticos que escribieron en Este País el mes pasado. Eso quiere decir muchas cosas, entre otras, tal vez, que la historia es menos dinámica de lo que suponemos.

EB. De hecho una variable que entra en juego cada vez más cuando te encargan una encuesta es saber si es para publicar o para consumo interno, y entonces la casa encuestadora toma posición distinta en términos de su uso, pedir un acuerdo mínimo sobre lo que se va a publicar.

ES. Edmundo, creo que señalas un punto muy importante. Son dos universos y se hacen hasta contratos distintos para las encuestas públicas y las encuestas de consumo interno.

Las encuestas públicas son noticia, y sufren los mismos fenómenos y se rigen por las mismas leyes que la noticia. Por ejemplo, en el mundo de la radio hay locutores o líderes de opinión que de pronto caen en el descrédito o bien son aceptados como agentes creíbles. Algo similar sucede con las encuestas.

EP. Otro fenómeno importante de esta elección es que pese a la aprobación del presidente Fox, el PAN no pudo capitalizarla...

AM. En efecto, sigue siendo una cuestión interesante. Quizá nuestras medidas de popularidad, que ya llevan tres sexenios al menos, no están captando una parte política clara. La verdad es que pareciera no ser suficiente entonces tener popularidad como presidente o altos niveles de aprobación para que reditúe en las urnas.

RC. Sin embargo, es cierto que una alta popularidad, y no sólo a nivel nacional sino a niveles locales, no garantiza votos por el partido del que la tiene, pero una baja popularidad sí garantiza el castigo por el partido. .