

# Institucionalidad trastocada: IFE, encuestas y elecciones 2012

*Agustín Porras  
Etelberto Ortiz  
Patricia Couturier  
Luciano Concheiro B.\**

## RESUMEN

En las elecciones de 2012, al igual que en las de 2006, la institución que debería desempeñar el papel de árbitro, el Instituto Federal Electoral (IFE), no cumplió con su propósito y se declaró incompetente para hacer que se respetaran las reglas del proceso electoral y la propia Constitución. Esto es especialmente claro en las encuestas electorales y en relación con los gastos de campaña. Como parte de un proceso de “desposesión política” o expropiación de los espacios sociales por el ámbito estatal además de la sustitución de los ciudadanos por los partidos políticos y el dominio del Ejecutivo sobre los otros poderes, se analiza en particular el caso de las encuestas en las recientes elecciones, donde la inmensa mayoría de los estudios, en vez de aportar información de calidad a los votantes, obedeció a una suerte de “mercado electoral” que deformó por completo el sentido de las encuestas. También se discuten los resultados de una encuesta electoral realizada por académicos, que se verificó en campo y que fue de las pocas que presentó intervalos coincidentes con el resultado electoral. Finalmente, se discute el carácter de la institucionalidad electoral para considerar un reordenamiento que permita hacer creíbles las elecciones sobre la base de un proceso de ciudadanización del IFE y de las propias elecciones como parte de un necesario cambio radical del régimen político mexicano.

**PALABRAS CLAVE:** ciudadanización, elecciones, encuestas, IFE, estimaciones probabilísticas.

## ABSTRACT

2012 elections, just as those of 2006, the Federal Electoral Institute (IFE), institution in charge to play as arbiter, did not fulfilled to its obligation and declare itself unable to enforce the rule of law, according to the Constitutional contour. All of it as part of a “political dispossession” or expropriation of social space by the Estate;

\* Agustín Porras es profesor-investigador en el Departamento de Relaciones Sociales; Etelberto Ortiz, Patricia Couturier y Luciano Concheiro B. son profesores-investigadores en el Departamento de Producción Económica, UAM-Xochimilco.

on top of the displacement of citizens by political parties; the paper presents the case where an instrument of information of the citizens, the electoral surveys of opinion, was coopted by the government and other de facto powers. Common citizens were “blinded” by an overwhelming wave of surveys, shoot every day of campaigns, inducing misleading information, actually inducing a direction to vote. The number and form of presenting those surveys created a sort of an “electoral market” that ended up distorting all the electoral process. The paper discusses an alternative survey, ( among other few surveys ) which with a single sample, but conducted properly, did have the results that in the end appeared as effective. The whole situation is used to discuss the institutional framework in order to consider a necessary reform to create conditions to have electoral process respectable for all citizenship, as a part of a fundamental change in the political regime in Mexico.

KEY WORDS: citizenship, elections, surveys, IFE, probabilistic estimation.

Los esfuerzos por encauzar a México por el camino de una estructuración política y social que responda al ideal de una sociedad plenamente regida por procesos democráticos son muy viejos. Esas ideas, si bien estuvieron presentes en el siglo XIX, se encuentran condensadas a partir de la Revolución Mexicana en la expresión “Sufragio efectivo, no reelección”. La divisa revolucionaria se plasmó en cierta forma en la Constitución de 1917, pero hacerla plenamente vigente ha tomado mucho más tiempo. De hecho parecería que transformarla en realidad no sólo ha pasado por procesos de construcción de una institucionalidad adecuada, sino que nos encontramos en una situación que desde su expresión objetiva, el “sufragio efectivo”, en muchos momentos resulta cuestionable aceptar que se haya encontrado una manera de hacer creíbles los procesos electorales.

Se podría decir que es propio de una democracia incipiente, e incluso que hoy en día parecería que estamos frente a situaciones menos autoritarias que hace 30 años, o al menos en la senda de crear un espacio más respetuoso de la participación democrática de los ciudadanos. Aun así, tenemos que ser muy críticos de lo que está ocurriendo porque también se perciben vientos que amenazan con empujar en sentido contrario lo poco que se ha avanzado.

En las elecciones recientes, en 2012, se perciben dos problemas centrales que muestran nuestra preocupación. La creación del

Instituto Federal Electoral (IFE) se inscribió en la perspectiva de hacer que las estructuras de poder existentes, en particular aquellas insertas en el gobierno, no tuvieran la capacidad de intervenir y distorsionar el proceso electoral. Como todos saben antes de esto, las instancias que intervenían en el proceso electoral, se encontraban directamente bajo control del gobierno en turno, lo que para todos era evidente es que no era posible pensar que las elecciones pudieran ser respetuosas de la voluntad popular, como fue el caso de la elección de 1988. Sin embargo, los procesos observados en las últimas dos elecciones han brindado evidencia para plantear que la institución que habría de desempeñar el papel de árbitro no cumplió con su propósito y se declaró incompetente para hacer que se respetaran las reglas del juego. Esto es especialmente claro en el caso de las encuestas electorales y en cuanto a los gastos de campaña. Puesto que los dos temas son sumamente amplios en este trabajo nos ocuparemos del primero y en otra ocasión se abordará el segundo.

El caso de las encuestas electorales se funda en el marco de la posibilidad de aportar información de calidad a los votantes a lo largo del proceso electoral, y no dejar que ésta aparezca hasta el final como un resultado en ocasiones difícil de evaluar y, por ello mismo, cuestionado en múltiples ocasiones.

El marco en que se plantean dichas encuestas responde a una situación que en México es común en el diseño institucional. En efecto, se puede decir que tenemos una larga historia de diseño institucional que se presenta como muy avanzado y después en el proceso se trastoca y se convierte en su opuesto. No es algo privativo de los procesos electorales y lo encontramos en muchos ámbitos. Por ejemplo, recientemente se introdujo una legislación antimonopolio bajo la premisa de que eso debería coadyuvar al desarrollo de mercados eficientes. El referente ideal sería algo así como un modelo de competencia perfecta. No obstante, la entidad pública encargada de supervisar el ejercicio de dicha legislación, en sus inicios consideraba que Teléfonos de México (Telmex) no actuaba como monopolio, a pesar de la evidencia en contrario que cualquier ciudadano podía aportar al efecto.

En otro ámbito tenemos una declaración de derechos humanos que algunos dicen es de lujo, lo que debería traducirse en los hechos es en una realidad tangible, desde un principio de igualdad

de todos los ciudadanos frente a la ley se da lugar a un sistema brutalmente discriminatorio, por ejemplo de los derechos de los pueblos indígenas, y en la muy precaria situación del ejercicio de los derechos ciudadanos. La realidad es que vivimos en un país en el que los ciudadanos no son iguales frente a la ley. No porque la ley diga que somos desiguales, sino porque el ejercicio del poder se funda en sostener las desigualdades y el abuso. El resultado es que la condición ideal que se establece en las instituciones simplemente no es vigente.

Esto tiene que ver en el fondo con la confluencia de los referentes sociopolíticos y la llamada “sociología del derecho”, que en la tradición del pluralismo liberal aparecen separados por una supuesta autonomía del derecho, cuando en realidad, el discurrir de la política ha puesto en entredicho el propio contrato social (Santos y García, 2001:11-83).

Además, en el caso de México, asistimos a un proceso de ciudadanización que ha cedido el espacio de la llamada sociedad civil a su realización en el ámbito estatal y a la sustitución de los ciudadanos por los partidos políticos y el dominio del Ejecutivo sobre los otros poderes (Tapia, 2008:54).

Este artículo se plantea para sustentar que en lo referente a la participación del IFE y el ejercicio de los derechos ciudadanos nos encontramos con otra situación equivalente.

El trabajo se presenta en tres secciones. En la primera se discute la noción de las encuestas electorales como parte del ejercicio cívico que envuelve el proceso electoral. En el segundo apartado se discuten los resultados de una encuesta electoral que –como académicos de la que fuimos parte– se verificó en campo y que vale la pena decirlo, fue de las pocas que presentó intervalos que comprendieron el resultado electoral; esta encuesta fue realizada por el Observatorio Universitario Electoral (OUE).<sup>1</sup> En

<sup>1</sup> Integrantes del Observatorio Universitario Electoral: Asociación de Académicos Daniel Cosío Villegas de El Colegio de México; Observatorio Universitario Electoral de Opinión/Universidad Autónoma Metropolitana; John Ackerman, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM; Sergio Aguayo, El Colegio de México; Julio Boltvinik, El Colegio de México; Jesús Cantú, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey; Araceli Damián, El Colegio de México; Héctor Díaz-Polanco, CIESAS; Brígida García, El Colegio de México; Gustavo Garza, El Colegio de México; Lorenzo

el tercer inciso volvemos a la discusión sobre el carácter de la institucionalidad que no ha podido dar el fruto ofrecido, y de las líneas que será necesario considerar en un reordenamiento que permita hacer creíbles las elecciones.

#### INFORMACIÓN Y PROCESO ELECTORAL

Las encuestas electorales, como parte de los estudios de opinión pública, tienen como referente los trabajos realizados por George Gallup a partir de 1935. Poco después, en 1938, Jean Stoetzel creó un instituto privado, el Instituto Francés de Opinión Pública (IFOP) y una revista, *Sondages*, que toma forma en trabajos interdisciplinarios de psicología y sociología que plantean la cuestión central del “voto como decisión” basada en información obtenida y difundida con rigor científico. En este sentido, “The People’s Choice” representa la primera encuesta importante sobre el comportamiento electoral en Estados Unidos y en particular en relación con las modalidades en la formación de las opiniones y de la decisión para el voto. Destaca en la formación de las decisiones la “personalidad” del sujeto y su exposición a los medios de comunicación masiva (Picó, 1998).

No obstante, desde las primeras encuestas diferentes obstáculos se oponen a la constitución de una “ciencia de la opinión pública”, como planteaba Pierre Bourdieu (2000) en su conocido artículo “La opinión pública no existe”, las problemáticas que proponen las encuestas de opinión están subordinadas a intereses políticos que se expresan en presiones del mercado sobre la práctica de los encuestadores, sumisión a los tiempos, improvisación y falta de rigor, “una ciencia a petición del cliente y a medida de éste”. Los investigadores están llamados a “conquistar” su autonomía en lugar de someterse a presiones de la demanda y a dejarse seducir

---

Meyer, El Colegio de México; Etelberto Ortiz, Universidad Autónoma Metropolitana; Edith Pacheco, El Colegio de México; Juan Reyes del Campillo, Universidad Autónoma Metropolitana; Williband Sonnleitner, El Colegio de México; Agustín Porras Macías, UAM-Xochimilco, Alejandro Álvarez, Delia Patricia Couturier, UAM-Xochimilco; Luis Mochan, Jesús Ramírez Cuevas, Epigmenio Ibarra, José A. Casillas, José A. Adrian Rodríguez, Luciano Concheiro, UAM-Xochimilco; Amilcar Sandoval, entre otros.

por ella. La ausencia de condiciones materiales e intelectuales para la autonomía científica impide toda forma de legitimación científica de los sondeos de opinión. ¿Quién paga, cuánto y por qué? será el único credo de esta sociología que sólo conduce a una “mercenarización” de las ciencias sociales (Picó, 1998).

La idea de las encuestas electorales se inscribe en una visión ideal, la de un ciudadano pleno, que no sólo tiene derecho a votar, sino que dispone de las herramientas personales para que su participación sea respetada. Si así fuera, disponer de información sobre el proceso le daría instrumentos de juicio que debieran fortalecer la capacidad de la sociedad para hacer valer su voto. Quizás sea obvio, pero justo eso fue lo que expresa el ideario de “Sufragio efectivo, no reelección”, la demanda de una sociedad que observaba que su voto no era respetado.

Pero aún no hemos acabado de exponer la figura de nuestro ciudadano de derecho pleno. Debemos suponer que es un individuo plenamente consciente de sus legítimos intereses, tal que los puede sustentar en la orientación de su voto. En esa forma nuestro ciudadano pleno no sería manipulable por medio de cualquier clase de información o de cualquier otra forma de coerción sobre el ejercicio de su derecho al voto.

En este punto la discusión del tema puede volverse muy resbalosa. Bien sabemos que en los albores del México independiente el derecho al voto estaba restringido para aquellos que no pudieran leer y escribir y definitivamente era excluyente de las mujeres y en la práctica de los pueblos indígenas. La calidad de ciudadano al definirse de manera ideal desembocaba en la exclusión, por lo que uno de los triunfos de la Revolución fue conquistar el voto para todos los ciudadanos, aunque el sufragio de las mujeres a nivel federal<sup>2</sup> todavía se tardó hasta 1953.

Sin embargo, la historia está plagada de sinsabores alrededor de las formas que se fueron creando para aparentar que se cumplía con la ley, pero en lo esencial se manipulaba para controlar el acceso al poder. La historia del priísmo, si bien es ampliamente conocida, quizá ahora deberíamos revisarla para explicarnos el

<sup>2</sup> El primer estado en reconocer el voto de las mujeres y de éstas a ser votadas fue Yucatán, con el gobernador Felipe Carrillo Puerto. Véase Bartra (2011).

porqué sectores muy importantes de la población no creen en las elecciones. Entre otras formas, la compra del voto tiene una historia tan larga como lo es la participación del voto corporativo. Ambos procesos tienen un elemento en común, descansan en la posibilidad de negar al ciudadano su derecho al voto. El ejercicio de la soberanía y de la democracia se volvió en la práctica la negación del ciudadano.

En ese contexto, la creación del IFE fuera del ámbito directo de control del gobierno establecería la presunción de que se podría avanzar en la dirección correcta, la de un desarrollo democrático y la reconstrucción de la ciudadanía plena. No obstante, nuevamente se vuelve a la apariencia de democracia para dar lugar al ejercicio autoritario, pero ahora envuelto en otras formas. Nos referimos no sólo a que es deliberadamente deformada la información en especial por el duopolio televisivo, sino a la negación del carácter básico de los ciudadanos por medio de la creación de información que no es en realidad sino desinformación como el caso de las encuestas electorales y en connivencia con las televisoras y otros medios de comunicación.

Pero antes veamos la forma en que se presenta la figura ideal de las encuestas electorales. Se reconoce que éstas encierran una forma de creación de información, presuntamente elaborada a partir de la opinión de ciudadanos plenos, que pasa por un proceso de elaboración "científico". Sin embargo, la calificación de lo científico se deja al juego privado de las compañías encuestadoras. Así, un ingrediente que sería esencial para el carácter público de la información se dejó en manos de intereses particulares asociados a fuerzas involucradas en las elecciones. De esta manera, lo que se creó fue una especie de "mercado de la información electoral", que evidentemente y con celeridad encontró lugar para ofertarse al mejor postor.

Frente a ello, la autoridad electoral, el IFE, se declaró "incompetente". Y es necesario interpretar la situación. Una parte del problema consiste en delimitar el carácter "científico" de una encuesta, asunto que es sobre el cual existen mayores elementos de juicio. Sin embargo, en la práctica se reduce a que las encuestadoras informan sobre la metodología que presuntamente han usado, sin que exista ningún elemento que permita confirmar que así se ha hecho. El otro aspecto resulta más complicado, pero ciertamente

muestra el aspecto que se percibió como objeto de manipulación, que fue el manejo televisivo de resultados que difícilmente se podría aceptar como estadísticamente solventes.

Las encuestas son instrumentos de captación de información para caracterizar una población, un universo. Por su naturaleza, tan sólo pueden identificar un rango, un espacio, dentro del cual se presume que están las variables que efectivamente caracterizan a la población. De esa forma, la medición que se puede obtener a partir de una encuesta tan sólo tiene sentido y es medible no como un valor determinado sino como un rango dentro del cual se presume se encuentra el valor verdadero. De otra forma, hablar de porcentajes o de puntos de diferencia en la práctica transforma a los estudios de opinión en una suerte de ciencia de la “desposesión política” (Bourdieu, 2004:103).

Para obtener un resultado significativo, el diseño de una encuesta tiene que disponer de parámetros u observaciones que caracterizan la población, es decir, el universo muestral. Esas observaciones permiten hacer el diseño y proceso muestral, tal que éste en cierta forma ofrece una réplica de las características de la población que inciden en los resultados. Se trata de aquellas características que se conocen de otras fuentes de información tales como censos de población, otras encuestas, los resultados de otros procesos electorales, etcétera. De esta manera se puede determinar el tamaño mínimo y la forma en que se debe estratificar y ordenar el proceso muestral para que pueda tener una característica esencial, y es que tenga calidad aleatoria. De no ser así, incrementar el tamaño de la muestra no permitirá mejorar la calidad de los resultados.

Estas son características esenciales de cualquier levantamiento muestral. Tanto más cuando la materia objeto de la encuesta está cambiando constantemente a lo largo del tiempo. Efectivamente, los electores en el proceso electoral bien pueden cambiar de opinión antes de llegar el punto en que vierten su voto; por cierto, a consecuencia de la información que generan las encuestas electorales. Sin embargo, esa característica bien puede aparecer como un ingrediente que muestra la calidad de las encuestas. Así, una encuesta que frente a cualquier “perturbación” sigue dando los mismos resultados y finalmente si los mismos nunca contuvieron el resultado efectivo, bien pueden estar dando cuenta de que el proceso muestral en que descansó careció de la calidad necesaria o



que simplemente se proyectaron resultados que nunca provinieron de un proceso muestral aleatorio.

Los que firman este artículo y algunos otros colegas universitarios percibimos desde principio de 2012 que el manejo de la información que se proyectaba con las encuestas publicadas hasta mayo eran de muy dudosa calidad y ciertamente se inscribieron en un modelo de campaña dirigido a confundir y no a informar. En su oportunidad en medios públicos, los que formamos el Observatorio Universitario Electoral denunciarnos lo que estaba ocurriendo (*La Jornada*, 11 de junio de 2012) y el IFE al día siguiente nos contestó que estaba haciendo bien su papel. En ese momento decidimos impulsar la realización y levantamiento de una encuesta electoral diseñada para cumplir plenamente con la noción de que una encuesta electoral debe apegarse a un diseño que permita una apreciación certera de la realidad. Su propósito sería informar al ciudadano pleno y no entrar en el mercado de las encuestas electorales. En ese caso, el criterio tendría que ser la calidad científica de la información que se genera y no su valoración de mercado.

#### LOS REQUERIMIENTOS DE UNA ENCUESTA QUE SEA SIGNIFICATIVA

La validez científica de las estimaciones en las encuestas de opinión política se puede determinar por su calidad estadística. Ésta, en los estudios de opinión pública política, se determina por el número de personas que deberán ser entrevistadas y que constituye el tamaño de la muestra que se selecciona. Asimismo, resulta esencial el procedimiento de muestreo, puesto que el valor predictivo de una muestra radica en tener la calidad de probabilística. Es esencial utilizar un método de muestreo simple aleatorio en una sola etapa. La determinación del tamaño de muestra se hace de acuerdo con requisitos determinados de confiabilidad y precisión. Sin ellos, no es posible extrapolar los resultados de una muestra al análisis del universo muestral.

Cuando la muestra se selecciona en varias etapas aumenta el tamaño de muestra pero sin perder nunca su criterio probabilístico. Esto significa que cada unidad seleccionada en la muestra se obtenga de manera aleatoria. Si en una unidad seleccionada en la última etapa no se obtiene respuesta, entonces se sustituye por

otra unidad la cual también debe ser seleccionada de manera aleatoria, y así sucesivamente hasta que se alcance el tamaño de muestra deseado de manera irrestricta y aleatoria para garantizar el carácter probabilístico de la muestra. Sólo en este caso se cumplirán los requisitos de confiabilidad y precisión contemplados para determinar el tamaño de la muestra. De esta manera, siempre se selecciona al azar un tamaño de muestra mayor al que determinan los requisitos de probabilidad, para poder considerar un porcentaje determinado de no respuesta y que las unidades en la muestra siempre sean seleccionadas de manera aleatoria.

Al considerar estos requisitos de calidad probabilística se debe señalar que las estimaciones de los parámetros del universo con la información que arroja la muestra, corresponden a un intervalo de confianza y de ninguna manera a puntos muestrales. Esto permite señalar que las estimaciones, por ejemplo el porcentaje de preferencias electorales por determinado partido político o candidato que se obtiene en una muestra probabilística, puedan mostrar o no determinado traslape o inter-sección en la estimación, es decir, la probabilidad de un evento en determinado rango de variación. De esta manera, no se puede decir que un candidato lleva la delantera en las preferencias electorales a partir de un punto fijo muestral; sino que se pueden estimar las probabilidades entre dos o más candidatos que estiman las preferencias electorales en un rango determinado.

Esto contradice totalmente a la publicidad que se hizo de la información que produjeron las encuestas realizadas por las empresas de opinión pública, durante las campañas electorales, en el proceso de elección presidencial de julio de 2012; las cuales siempre ofrecieron resultados que mostraban diferencias puntuales entre los candidatos. De esa manera se proyectó una imagen que permitía ubicar a los cuatro candidatos de manera fija en los cuatro lugares que se buscaba proyectar de acuerdo con porcentajes puntuales de preferencias electorales. Nunca se mostraron los intervalos de las estimaciones que debieron haberse realizado, lo cual hubiera permitido conocer los traslapes o intersecciones entre las estimaciones y con ello conocer el rango de variación de dichas estimaciones. Esta manera de presentar las estimaciones les permitió “ubicar” a un ganador y a un perdedor indiscutibles, todo con el propósito de difundir la idea de un voto útil, es decir, orientar

a no votar por el perdedor y desperdiciar el voto, situación que ha ocurrido en elecciones presidenciales pasadas. Además, como se verá más adelante, siempre se presentaron estas estimaciones, de manera errónea, mostrando una gran diferencia entre el primero y el segundo lugar para darle fuerza a la idea de un perdedor indiscutible; situación que días después de la elección, fue señalada por el IFE, expresando que la mayoría de las encuestas presentaron resultados erróneos a la opinión pública y que debían reconocer sus errores.

De pronto apareció como obvio lo que habíamos señalado como Observatorio Universitario Electoral en su oportunidad. Ninguna de las encuestas ampliamente publicitadas por Televisa y TV Azteca contenía en su proyección los resultados que objetivamente ocurrieron. Es decir, resulta inconcebible que encuestas bien hechas, presentadas y presuntamente elaboradas casi a diario, en ningún momento tuvieron en sus resultados, ni por error, los valores realizados en la elección. No se trata de que en el último momento se hubiera presentado un cambio súbito de opinión o de condiciones objetivas. Siempre se trató de un engaño.

Esa manera de presentar los resultados de las encuestas con estimaciones puntuales y falseando las verdaderas estimaciones que debieron haber existido, recrea la idea de “una carrera de caballos” en la que aparece un puntero todo el tiempo y con una gran ventaja sobre el segundo lugar. Se induce así a apostarle al caballo que va ganando poco antes de que termine la carrera, lo cual ciertamente está prohibido en las carreras de caballos, pues siempre las apuestas se cierran antes de que empiece la carrera.

Tratándose de las elecciones, las apuestas por los candidatos se realizan durante toda la carrera y solamente se cierran las apuestas unos días antes de que ésta termine, es decir, unos días antes de la elección. En este sentido se debe señalar que los resultados de las encuestas de alguna manera sirvieron para manipular a la opinión pública para forzar la idea de un solo candidato ganador muy alejado del segundo lugar.

Las encuestas de opinión en México sólo debieran dar información de las preferencias electorales dos meses antes de la elección; es decir, siguiendo la imagen de las carreras de caballos, se deben cerrar las apuestas antes de que empiece la carrera, a menos que haya un estricto control sobre la difusión de resultados de las encuestas.

En efecto, se debería debatir respecto de la validez científica de las encuestas y sobre la forma de presentar los resultados de manera que se elimine el sesgo de manipulación de la opinión pública.

Sin embargo, hubo algunas encuestas que presentaron resultados totalmente distintos a la mayoría de las casas encuestadoras y cuyas estimaciones tuvieron una diferencia muy menor en relación con los resultados reales de la elección de julio de 2012.

A continuación se muestran las estimaciones de las casas encuestadoras hasta el final de la publicación de resultados de encuestas, tercera semana de junio, y se comparan con las estimaciones de encuestas que mostraron resultados totalmente diferentes, que, como se mencionó, plantearon resultados reales, muy cercanos a los de la elección.

Tomemos los ejemplos de las casas encuestadoras que gozan de mayor prestigio en el mercado político de la opinión pública electoral.<sup>3</sup> Ninguna mostró resultados de preferencias electorales considerando intervalos de confianza, sólo presentaron estimaciones puntuales con porcentajes.

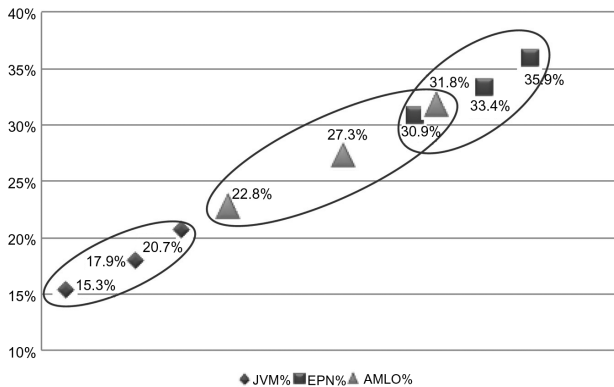
Consulta Mitofsky (Televisa), el 26 de junio dio los resultados siguientes en su última encuesta: Peña Nieto 44.5%, López Obrador 29.4 %, con una diferencia entre los dos de 15%. Como se advierte, sólo presentó puntos porcentuales. Buen Día y Laredo del periódico *El Universal*, presentó resultados el 15 de junio: Peña Nieto 43.6% y López Obrador 27.7%, también sólo presentó puntos porcentuales con una diferencia entre ambos de 15.9%. *El Sol de México* y Parametría, el 1 de marzo, Peña Nieto 48% y López Obrador 19%; en esta encuesta el PAN estaba en segundo lugar con 31%. GEA-ISA: Peña Nieto con 43.4% y López Obrador con 34.9%. En marzo de 2012, Covarrubias y Asociados: Peña Nieto 42.3% y López Obrador 30.3%. Las demás encuestadoras presentaron casi los mismos resultados, la mayoría alejados de los de la elección.

Sin embargo, algunas casas encuestadoras presentaron resultados diferentes como es el caso del periódico *Reforma*, que el 31 de mayo publicó una encuesta en la que daba 29% a Peña Nieto y 26% a López Obrador, pero en sus siguientes encuestas también presentó resultados muy erróneos.

<sup>3</sup> Los datos que se presentan de las distintas encuestas se tomaron de las páginas de internet de las casas encuestadoras responsables de las mismas.

Llama la atención el caso de Demotecnia (María de la Heras), que el 24 de junio presentó una encuesta en la que daba a Peña Nieto 40.1% y a López Obrador 32.4%, es decir, una diferencia de sólo 7.7%; y la encuesta de Ipsos-Bimsa que también dio estimaciones cercanas en su última encuesta del 14-19 de junio dio 35 puntos a Peña Nieto y 29 a López Obrador; estas encuestas y la del Observatorio Universitario Electoral son las que más se acercaron a los resultados reales. Destaca que sólo la de este último caso, del OUE, la información se presentó como debe ser, especificando los intervalos de confianza. Si tomamos los puntos medios de estos últimos, Peña Nieto obtenía 33.4% y López Obrador 27.3%, que arroja una diferencia de 6.1%. Esta fue la única estimación que no es diferente de los resultados reales de la elección, que fueron Peña Nieto 38.21% y López Obrador 31.59%, con una diferencia de 6.6%. Se puede observar que la estimación del OUE fue la única que contenía en sus intervalos de confianza los resultados reales; aunque la última encuesta de Covarrubias y Asociados presentó resultados que contenían intervalos de confianza, sus estimaciones estuvieron muy alejadas de los resultados reales de la elección. La Gráfica 1 lo confirma:

GRÁFICA 1  
 Proyección de resultados de acuerdo con la encuesta  
 del Observatorio Universitario Electoral



Fuente: Observatorio Universitario Electoral. Encuesta realizada en la primera semana de junio de 2012, presentación a la prensa el 22 de junio.

La pregunta que surge de inmediato es ¿por qué sólo las encuestas de Demotecnia, Ipsos-Bimsa y del OUE<sup>4</sup> fueron las únicas que aportaron estimaciones con mayor grado de aproximación y claridad en la comunicación? La respuesta, aunque parezca muy temeraria, es porque no falsearon sus resultados. Fueron precisas y transparentes con los elementos metodológicos en que se sustentaron, por lo que podían llegar a resultados que contenían una aproximación congruente con el propósito de la encuesta. Se presentaron al público con la información necesaria para que éste pudiera evaluar los resultados y la calidad de la proyección.

#### ¿CÓMO REPLANTEAR EL REFERENTE INSTITUCIONAL PARA HACER CREIBLES LOS PROCESOS ELECTORALES?

El contexto general sobre los procesos electorales en México está marcado por claras insurrecciones y movimientos cívicos de protesta. Sin intentar ser exhaustivos es importante mencionar la toma de municipios y destitución de presidentes municipales y cabildos, particularmente los rurales de 1985 a 1988 que abarcan cerca del 10% de todos los municipios del país. Esta serie de insurrecciones cívicas (López, 1988 y 2004) son la antesala del triunfo electoral de Cuauhtémoc Cárdenas en 1988 y la lucha contra el fraude electoral, con la consabida salida institucional, el surgimiento del PRD y más adelante, en 1990, la llamada Ley electoral “definitiva” que, si bien integra el IFE, la ciudadanización de este organismo queda truncada frente al privilegio de una salida pactada a favor de las élites políticas partidarias.

En 2004 y 2005 se produce un movimiento cívico en contra del desafuero de Andrés Manuel López Obrador, quien finalmente fue lanzado como candidato y en 2006 de nuevo se produce un fraude electoral en su contra, generándose una movilización cívica sin precedentes y una salida a ese movimiento al margen de las

<sup>4</sup> En la encuesta del Observatorio Universitario Electoral el diseño de todo el proyecto lo realizó el grupo de integrantes del propio Observatorio antes mencionado; el tamaño de la muestra y la selección aleatoria de la misma la realizó Berumen y Asociados; así como el trabajo de campo y la base de datos con las estimaciones correspondientes.

instituciones electorales, que deriva en la creación del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena).

La perspectiva abierta por los movimientos ciudadanos deriva en la exigencia de una modificación del régimen político y socioeconómico y crea nuevos espacios del quehacer político, en concreto, referido al tema de este escrito, deriva en la exigencia de una efectiva ciudadanía de las instituciones electorales y concretamente en el reclamo generalizado de que las encuestas electorales no deben concebirse como una mercancía, sino que debieran representar el interés público de disponer de información válida sobre el proceso electoral.

El esquema actual electoral se parece mucho al que rige las relaciones de los bancos comerciales y sus usuarios de servicios. Se supone que éstos están al tanto de la calidad y estabilidad financiera de los bancos comerciales cuando deciden abrir una cuenta en un banco. También cuando aportan sus ahorros al abrir una cuenta de inversión. El usuario lo hace a partir del acceso público a los estados financieros que se hacen disponibles en medios de acceso público. La presunción es doble: en primer lugar que dichos estados financieros reflejan la situación objetiva de los bancos. Segundo, que los usuarios están en capacidad de evaluarla. Su decisión entra en el mercado y “compra” un servicio al que logra atraerle o crea una condición de mercado de acuerdo con su situación. No obstante, cuando se han presentado quiebras bancarias o de instituciones financieras no bancarias el común denominador ha sido el engaño. La situación es equivalente al menos respecto a dos aspectos sensibles en la esfera de los derechos ciudadanos. Hay información de carácter público que es crucial para los ciudadanos, sea porque afectan su patrimonio, como es el caso de la información financiera, o porque afecta sus derechos como ciudadano, en el caso de la información electoral. Pero también hay otro, que es el de reducir los derechos a la información a un asunto de mercado: el usuario bancario elige una institución financiera pero no la puede validar. El ciudadano común, al votar hace una elección, pero a ciegas; en ambos casos se hace sobre la base de una información sesgada que lo conduce a tomar decisiones que descansan en información que lo conduce al engaño.

Volviendo al caso de las encuestas electorales, podemos señalar un aspecto muy importante que pudo captar la encuesta del OUE, y que la hace extraordinaria. La encuesta permitió conocer las razones por las cuales las personas definían sus opciones electorales. Reproducimos otro cuadro de los resultados que se obtuvieron en la misma encuesta del OUE, que ilustra las razones del voto y, en ello, las deformaciones propias del sistema electoral mexicano.

CUADRO 1  
*Razones para votar, de acuerdo con la encuesta  
del Observatorio Universitario Electoral*

Razones por las que vota	EPN	AMLO	Sin voto definido	Total
Es con quien mejor nos iría a mí y a mi familia	29.7	28.5	29.9	29.4
Es con quien mejor le iría a mi barrio/pueblo	18.9	23.0	16.3	19.2
Es el que ayudaría de verdad a los pobres y a todos los que necesitan ayuda	10.6	15.7	17.0	13.0
Porque ha hecho muy bien su tarea cuando ha ocupado puestos	13.3	9.7	9.5	12.0
Es el que va a ganar	13.5	10.0	10.2	11.9
Su partido siempre nos regala cosas (cemento, despensas, vales para tiendas)	10.8	5.2	9.5	7.8
Es el más honrado y acabaría con la corrupción	3.2	8.5	7.5	6.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Observatorio Universitario Electoral, junio de 2012.



El Cuadro 1 refleja las ideas dominantes en el “mercado electoral” y que las encuestas de opinión se encargan de reforzar a partir de falsas construcciones de “conciencias”. Bajo la primera y segunda preguntas se muestra lo que las personas creen que puede ser mejor para ellos y en cierta medida es la idea que tienen de la política, una cierta conciencia e identidad. La tercera y cuarta preguntas expresan la proyección de los partidos políticos en esta última campaña: Peña Nieto hablando de “los compromisos cumplidos” y López Obrador de la “honestidad valiente”.

Lo que viene a romper el cuadro son las quinta y sexta preguntas. En junio de 2012 al momento de realizarse la encuesta la percepción era que ya había un ganador, el de las carreras de caballos, el que se perfilaba diario con las presuntas encuestas. También nos muestra la cara del otro componente de este último proceso electoral, la percepción generalizada de la compra del voto. En consecuencia se identificaba quién ganaría a pesar de aceptar la compra del voto y de que el único candidato identificado como honesto era otro.

Otros aspectos de la encuesta del OUE muestran el papel que desempeñaron los medios televisivos en crear la situación de una falsa conciencia presuntamente construida sobre la base de la información que daban las encuestas, que en realidad podemos decir que fue una campaña de desinformación; cierto, pero fue algo más, representó el ejercicio de la violencia en contra de la libertad de los ciudadanos, representó la expropiación de su capacidad de decidir a quién elegir.

El contraste entre las encuestas muestra dos caras del problema. En primer lugar, de que el espacio para los procesos políticos contemplados como legales y necesarios se puede pervertir. Pero también muestra algo que es de la mayor significación: que se puede hacer bien. La condición es que la información que tiene un papel crítico para los ciudadanos no debe ser sujeto de “mercadeo”, ya que fácilmente se le pone precio y por lo visto genera un rendimiento muy jugoso. El daño lo sufren los ciudadanos y el desarrollo político del país.

El orden político se pretende que sea legitimado en procesos electorales, presume de crear una condición que nos iguala. Lo cierto es que los procesos políticos reales, que descansan en actores políticos de facto, lo transforman en su opuesto. El ideal democrático se postula así como la vía para resolver el conflicto

social y hacer a un lado la figura del autoritarismo. ¿Qué ha ocurrido en México que conduce justo a lo contrario? En la vieja vena, se puede decir que se deja “la casa de dios en manos de los fariseos”. Es decir, se dejan aspectos críticos de las instituciones democráticas al libre juego del mercado. Es como si le dijeran a los ciudadanos “compre usted la encuesta que se le dé la gana”. Cualquier historieta se vale pues ninguna vale. Al fin y al cabo que en esa vendimia no puede participar ninguna procuraduría del consumidor.

¿Hay alternativa? Creemos que sí. Instituciones públicas como las universidades estarían en capacidad de realizar ese tipo de estudios, fuera del manoseo electorero que los partidos políticos y los medios de comunicación impulsan. Es la hora de una ciudadanización de la política que supere el descrédito de las instituciones como el IFE<sup>5</sup> y permita un proceso real de democratización de México.

<sup>5</sup> Rosa María Lince, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, al presentar la quinta Encuesta nacional sobre cultura, política y prácticas ciudadanas (Encup, 2012), destacó la preocupación que debe representar para la sociedad que se haya derrumbado también la credibilidad del Instituto Federal Electoral (*La Jornada*, 13 de noviembre de 2012:12).

## BIBLIOGRAFÍA

- Bartra, Armando (2011), *Tiempos de mitos y carnaval. Indios, campesinos y revoluciones. De Felipe Carrillo Puerto a Evo Morales*, México, Ítaca/PRD-Distrito Federal.
- Bourdieu, Pierre (2000), "La opinión pública no existe", en *Cuestiones de sociología*, Madrid, Istmo, pp. 220-232.
- (2004), "Contra la ciencia de la desposesión política", en *Intervenciones 1961-20001. Ciencia social y acción política*, Hondarribia, Guipúzcoa, Hiru/Ciencias Sociales, pp. 103-159.
- López Monjardin, Adriana (1988), "Los movimientos políticos locales", *Cuadernos de la Casa Chata*, núm. 160, México, CIESAS, pp. 237-262.
- (2004), "Los ciudadanos excluidos, la agenda pendiente en los municipios rurales", en R. Diego, L. Concheiro y P. Couturier (coords.), *Políticas públicas para el desarrollo rural*, México, Juan Palos/UAM-Xochimilco, pp. 315-342.
- Picó, Josep (1998), "Teoría y empiria en el análisis sociológico: Paul F. Lazarsfeld y sus críticos", *Papers. Revista de sociología*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 9-48.
- y Enric Sanchis (2003), *Sociología y sociedad*, Madrid, Tecnos.
- Santos, Boaventura de Sousa y Mauricio García Villegas (2001), "Colombia: el revés del contrato social de la modernidad", en Boaventura de Sousa Santos y Mauricio García Villegas (coords.), *El caleidoscopio de las justicias en Colombia*, Bogotá, Conciencias/Instituto Colombiano de Antropología e Historia/Universidad de Coimbra/Universidad de los Andes/UNA/Siglo del Hombre, pp. 151-207.
- Tapia Mealla, Luis (2008), *Política salvaje*, La Paz, Clacso/Muela del Diablo Editores.
- Tribunal Supremo Electoral (2011), *Compendio electoral del Estado Plurinacional de Bolivia*, La Paz, SIFDE.