

TRANSICIONES

VÍCTOR ALEJANDRO ESPINOZA



Barómetros

Más que fotografías, las encuestas son barómetros que sirven para “medir la presión del aire y determinar, gracias a ella, la altura a que se halla uno o prever aproximadamente los cambios atmosféricos” (Pequeño Larousse Ilustrado). Las encuestas de opinión nos indican la percepción de la sociedad en un momento determinado. Las que más presión miden sin duda son las electorales; y son las que al parecer más presión levantan. Es decir, las encuestas sirven para pulsar las preferencias electorales, pero también para marcar el rumbo de las contiendas y, en determinado momento, influir en los resultados electorales.

A partir de la elección presidencial de 1988, se populariza el uso de instrumentos de medición de preferencias electorales. Las encuestas se aplicaban con regularidad en otros países desde décadas atrás; el caso que se usa de ejemplo es el de Estados Unidos. En México no se utilizaban porque no eran necesarias. Así de sencillo. No había necesidad de medir el ánimo electoral ciudadano pues ya se sabía quién ganaría las elecciones. Bastaba con que el Partido Revolucionario Institucional designara candidatos para saber quién obtendría la victoria. Pero las elecciones presidenciales de 1988 cambiaron en muchos sentidos el rumbo del sistema político y electoral mexicano. Las campañas de aquellos años resultaron inciertas. El crecimiento del candidato del Frente Democrático Nacional, Cuauhtémoc Cárdenas, resultó inédito para nuestra historia política. Así, el cuestionamiento de los resultados se tradujo en el fin del sistema autori-

tario por la vía electoral. La gran paradoja es que el fraude electoral en la contienda presidencial de 1988 significó el último de los recursos para acceder a la silla presidencial.

A partir de 1988 proliferaron las casas encargadas de medir las preferencias electorales. Es decir, al transitar a la democracia, el uso de los barómetros se volvió útil y necesario. Hoy ningún candidato puede prescindir de la medición del pulso electoral. Pero también, arrojan información útil para conducir o reorientar las estrategias de campaña. El dato al que más atención se le otorga es al derivado de la pregunta de por cuál candidato se piensa sufragar; pero las encuestas introducen otras variables importantes para conocer la cultura política.

En la actual contienda electoral, podemos ver con claridad el papel que están jugando los resultados que arrojan las distintas encuestas. Si le favorecen al candidato, inmediatamente las esgrime como prueba de su éxito y para afirmar que la victoria es cosa de tiempo. Si le son desfavorables llegará incluso al cuestionamiento de la veracidad de las mismas. Es cuando más se recurre al lugar común: “Los resultados son simples fotografías que mañana seguramente variarán”. A pesar de ello, todos los candidatos darían cualquier cosa porque dichos instrumentos arrojaran resultados favorables a su causa.

Con base en la experiencia de otros países, los resultados de las encuestas también sirven para descartar a candidatos que en determinado momento tuvieron la posibilidad de obtener la

victoria. Claro que ello depende en gran medida de la cultura política, es decir, de las percepciones de los ciudadanos. Sin embargo, de los resultados del estado que guardan las preferencias electorales en un momento determinado, depende la suerte de los candidatos. Me explico: en una contienda de alta competencia entre tres candidatos, quien se sitúe en tercer lugar en determinado mes de las campañas, seguramente se “caerá” para ya no recuperarse. Por eso a veces ante un fuerte candidato puntero, la verdadera lucha se da por ocupar el segundo lugar. Las preferencias del tercer lugar pueden ser atraídas por el candidato del segundo lugar y con ello obtener el triunfo. Desde luego, que también existe la posibilidad que se desplacen hacia el puntero y terminen por garantizarle el triunfo. Sin embargo, para quien ocupa los lugares dos y tres representa la única oportunidad para alcanzar y ganar. La otra opción es que aquéllos pacten para derrotar al que ocupa hasta ese momento el primer lugar. El gran problema, como vimos en 2000, es que la renuncia de la candidatura no es nada sencillo. Normalmente el del segundo lugar propone que la declinación se de a partir de los resultados de las encuestas; que sea el tercer lugar el que se sacrifique. Es cuando éste cuestiona el valor de las encuestas. Y vuelta al inicio.

Ante cada resultado las casas de campaña entran en tensión. Detienen la respiración antes de conocer los resultados. Los encuestólogos se están convirtiendo en los verdaderos protagonistas de los procesos electorales. Sin embargo, el reto es siempre conducirse con profesionalismo y no maquillar las cifras a favor de determinado candidato o patrocinador. Es demasiado lo que está en juego como para poner en riesgo su verdadero capital: El prestigio.

El autor es politólogo.