



CONFIDENTE EMEEQUIS



POR JULIÁN ANDRADE

CUANDO LAS ENCUESTAS NO LE GUSTABAN A LÓPEZ OBRADOR

Las vueltas de la vida y la política. Hace casi doce años, el equipo jurídico de la Coalición Movimiento Progresista presentó una queja ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) para anular la contienda de 2012.

Lo relevante del asunto no es (era) la inconformidad con el resultado, ya que López Obrador nunca ha reconocido una derrota, sino los argumentos que se utilizaron y entre ellos, los de las encuestas como instrumentos de propaganda.

Esto es un contraste con lo que ahora vienen haciendo en Morena, donde sí utilizan las encuestas de modo propagandístico, al grado de que el Tribunal Electoral del Estado de México sancionó, en 2023, a diversas empresas por los estudios nada rigurosos que se hicieron para promover a Delfina Gómez, quien al final ganó la contienda por la gubernatura, pero por márgenes muy distintos a los que se predecían.

En 2012 el TEPJF integró una Comisión integrada por los magistrados Constancio Carrasco, Flavio Galván y Salvador Nava, quienes realizaron un análisis exhaustivo de los agravios que el PRD, PT y Convergencia argumentaban para descalificar a Enrique Peña Nieto y lograr así la nulidad de la elección.

Integraron en su demanda, la adquisición encubierta en radio, televisión y medios impresos, financiamiento indebido en el que habría participado Banco Monex, gastos excesivos de campaña, compra de votos, entre otros aspectos a los que se añadieron el uso que en la Coalición Progresista consideró indebido de los estudios demoscópicos.

Uno de los argumentos centrales era que en teoría no se sabía quién financiaba las encuestas y se consideraba que eran viles instrumentos de campaña porque López Obrador siempre aparecía en segundo lugar.

Esto generaba, de acuerdo con los agravios, un efecto de adhesión al ganador (Bandwagon effect), aunque en la sentencia los magistrados también señalaron que podía ocurrir lo contrario, el respaldo al probable perdedor por un sentimiento de simpatía (Uderdog effect).

En la queja se afirmaba que la mayoría de las casas encuestadoras no tenían rigor científico, aunque el propio TEPJF certificó que en 51 de los 59 sondeos sí se cumplió con los requisitos técnicos.

Los magistrados instructores señalaron que “existe una coincidencia general de los especialistas en el sentido de que los resultados de las encuestas electorales no son adecuados ni suficientes para deducir el comportamiento final del electorado”.

Es decir, “no deben ser equiparados como predicciones de eventos futuros”. Un aspecto interesante es que en la SUP-JIN-359/2012 precisa que “la falta de un control adecuado del uso (y abuso) de los sondeos de opinión con fines electorales puede generar confusión en el electorado por la publicación de encuestas falsificadas o manipuladas antes de la jornada electoral”, algo que no ocurrió en 2012, pero que se arraigó desde el 2023 en la elección mexicana.

En la sentencia también se expresa con claridad que las encuestas son importantes en la democracia como medio de expresión e instrumento de información para los ciudadanos. Un aspecto medular de las acusaciones del equipo de López Obrador era que existió una suerte de colusión entre medios de comunicación y las empresas que realizaron las encuestas, algo que nunca pudieron probar.

La respuesta de los magistrados todavía sigue agriando las mañanas presidenciales ya que se estableció, con precisión, hace una década, en lo que respecta al trabajo de los periodistas y editores, que “la realización y divulgación de encuestas y sondeos de carácter electoral deben ser tuteladas dentro del ámbito de los derechos de libertad de expresión y a la información”.

El meollo del asunto radica en distinguir, antes y ahora, a las empresas serias de las patito, porque justo en esa diferencia es la que puede dar luces de cómo anda el ánimo ciudadano, el que por lo demás es siempre cambiante.

Y hay una moraleja, las encuestas a veces fallan, como en 1948 cuando daban por derrotado a Harry Truman en EEUU, o las de 1990 que predecían en Nicaragua la victoria de Daniel Ortega y ganó Violenta Chamorro.

Y hay una moraleja, las encuestas a veces fallan, como en 1948 cuando daban por derrotado a Harry Truman en EEUU, o las de 1990 que predecían en Nicaragua la victoria de Daniel Ortega y ganó Violenta Chamorro

El meollo del asunto radica en distinguir, antes y ahora, a las empresas serias de las patito, porque justo en esa diferencia es la que puede dar luces de cómo anda el ánimo ciudadano, el que por lo demás es siempre cambiante.

Y hay una moraleja, las encuestas a veces fallan, como en 1948 cuando daban por derrotado a Harry Truman en EEUU, o las de 1990 que predecían en Nicaragua la victoria de Daniel Ortega y ganó Violenta Chamorro. Hay un análisis riguroso y puntal de la sentencia SUP-JIN-359/2012, que escribió Saul López Noriega y se puede consultar en la página del TEPJF.

LAS VÍSPERAS DEL 2024

Alejandro Moreno afirmó que el presidente López Obrador no reconocerá la derrota de su candidata si llega a ocurrir.

El líder del PRI tiene razón, ya que en Morena nunca acepta la victoria ajena.