



Encuestas, realidad alterada

Jorge Triana

El próximo 2 de junio, los ciudadanos deben tomar decisiones informadas, convencidos de que su voz cuenta. La manipulación de encuestas no debe menoscabar este principio democrático.



Las encuestas de preferencias electorales, hoy en día, son más que herramientas para conocer la opinión pública; se han transformado en armas políticas poderosas y, al mismo tiempo, perversas.

Es evidente que, a través de la manipulación de encuestas, el partido en el gobierno ha intentado, con éxito, generar la percepción de una contienda electoral ya definida de antemano, provocando así desilusión y apatía en los votantes.



En la última elección para la gubernatura del Estado de México, se evidenció la manipulación de la percepción ciudadana por parte de casas encuestadoras. Errores superiores al 20% e incluso al 30% en sus pronósticos fueron la constante, mostrando diferencias abismales con los resultados finales de la elección.

Durante meses, múltiples encuestas en el Estado de México presentaron como ganadora inevitable a la candidata lopezobradorista Delfina Gómez, frente a la aliancista Alejandra del Moral. Esta situación generó desaliento entre los votantes y se reflejó en una baja participación ciudadana. Muchos no participaron en la elección, convencidos de que su voto no cambiaría el resultado.

Encuestas como las de Poder 360, FactoMétrica, Mendoza Blanco y Asociados, Voltia, CEPLAN y Target Consulting mostraron, una semana antes de la elección, una diferencia mayor al 20% entre las dos candidatas. Incluso casas encuestadoras renombradas, como Covarrubias y Asociados, Berumen, Demoscopia Digital, El Financiero, Enkoll, Parametría, TResearch y Consulta Mitofsky, erraron por un promedio de 15%.

Al final, aunque Delfina Gómez ganó, la diferencia fue de sólo un 8%, muy por debajo de lo pronosticado, y eso sí, con una participación raquítica de apenas el 50%.



Las mismas encuestadoras que erraron monumentalmente en el Estado de México ahora pronostican un escenario similar para la elección presidencial, favoreciendo a Claudia Sheinbaum.

Peor aún, durante el proceso interno de Morena, Marcelo Ebrard, Ricardo Monreal y Adán Augusto López vetaron las encuestas de ciertas casas encuestadoras, como Buendía & Márquez, Enkoll y De las Heras-Demotecnia, por tener un sesgo a favor de Sheinbaum a consecuencia de la relación comercial que establecieron con el gobierno de la Ciudad de México mientras ella ocupó la jefatura de gobierno.

Hoy, como nunca antes, vemos encuestas que proyectan una ventaja de 35 puntos de Claudia Sheinbaum sobre Xochitl Gálvez, y al mismo tiempo, otras que nos dicen que la diferencia sólo es de 5 puntos. Claramente, algo está mal con las mediciones en esta elección.

Para preservar la democracia y asegurar elecciones justas, es crucial abordar esta manipulación. Se requiere una legislación más estricta sobre la divulgación de encuestas y una mayor transparencia en las relaciones entre encuestadoras y partidos políticos.

Mientras no exista formalmente esta regulación, la responsabilidad recae en la autoridad electoral para emitir lineamientos que eviten abusos en la promoción de encuestas y sancionar prácticas ilegales.



PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
EL UNIVERSAL	16	31/03/2024	OPINIÓN

Los medios y la sociedad deben estar alertas y ser críticos frente a estas estrategias, recordando que una democracia sólida requiere la participación activa de la ciudadanía y la confianza en el valor de sus votos.

El próximo 2 de junio, los ciudadanos deben tomar decisiones informadas, convencidos de que su voz cuenta. La manipulación de encuestas no debe menoscabar este principio democrático.

<https://www.eluniversal.com.mx/opinion/jorge-triana/encuestas-realidad-alterada/>