



Desde hace tiempo, los resultados de las encuestas que se realizan durante las jornadas electorales tienen problemas de credibilidad, ya que la discrepancia que existe entre los resultados de una casa encuestadora y otra, en muchas de las ocasiones suelen ser radicales, lo que hace sospechar “que existe mano negra” en los datos publicados.

Por ello, aunque se han convertido en un elemento común y “necesario” durante el tiempo de campañas políticas, han ido sumando problemas de credibilidad ante la sociedad, al ver que los resultados finales de un proceso electoral, dista mucho de lo que las encuestas dieron a conocer.

Ejemplo de esto, son los resultados electorales de este pasado 2 de junio, en donde la avasalladora victoria de Claudia Sheinbaum, sin duda alguna sorprendió a todos, hasta a los propios



ROSALÍA ZEFERINO SALGADO

COLUMNA INVITADA

morenistas, que, si bien estaban seguros de ganar, no tenían contemplado de que fuera tan amplio el margen con el que el triunfo se daría, aunque en los últimos días, la presidenta electa manejaba como dato el estar 25 puntos arriba de Xóchitl Gálvez.

En la Ciudad de México sucedió lo mismo, las encuestas abrían la posibilidad de que iba a cambiar de color, por eso, hasta el mismo presidente Andrés Manuel López Obrador, varias veces en las Mañaneras comentó que la Ciudad de México se había “empanizado” al hablar de las tendencias políticas que se “percibía” se estaban generando.



¿Qué sucedió entonces? Entre las respuestas que explican el que los ciudadanos votaran por la continuidad (difundidas por Alejandro Moreno como resultado de una encuesta de salida), se encuentran la aprobación al gobierno de López Obrador, estar a favor de la Cuarta Transformación y el recibir apoyos económicos del Gobierno Federal.

Si había esta claridad, ¿por qué las encuestas mostraban otras tendencias? Quizá la explicación la podemos encontrar en lo que la científica política alemana Elisabeth Noelle-Neumann en 1977, definió como “La espiral del silencio”, concepto con el que describe la tendencia que tenemos las personas a no exponer públicamente nuestras opiniones cuando somos conscientes de que estas no son mayoritarias, ya que tememos a ser marginados socialmente y las consecuencias que esto conlleva, enfatizando que esta dinámica influye en la formación de la opinión pública.

Noelle-Newman, en este sentido, enfatiza el papel de los medios de comunicación en el proceso de conformación de la opinión pública, argumentando que los medios de comunicación pueden moldear la percepción pública al destacar ciertas opiniones y minimizar otras.

Razón por la que las encuestas, han sido “utilizadas” en tiempos de elecciones, no para conocer el sentir de los ciudadanos, sino para generar un determinado clima de opinión y decantar las tendencias hacia una determinada opción, que le genere al votante que su voto va hacia quien parece tener el triunfo asegurado, para así estar del lado de los ganadores. Esto último, ha generado que desde que se dieron a conocer los resultados contundentes a favor de Claudia Sheinbaum, los ciudadanos orgullosos dijieran ¡ya ganamos!

•Asesora en Comunicación
Estratégica e Imagen Pública.