



LINOTIPIA
PENILEY RAMÍREZ
@penileyramirez

Ahora lo sabemos: sí había un voto que no aparecía en las encuestas, pero estaba a favor de Sheinbaum.

Voto oculto

Al inicio de mayo, en la Reunión Nacional de Consejeros Regionales de BBVA México, le preguntaron a Xóchitl Gálvez si el “arroz electoral” ya se había cocido. “N’ombreee, ya se les quemó y el mío está en su punto. El voto oculto está con nosotros”, dijo ella.

Gálvez no era la única que hablaba de un voto oculto. Varios analistas, en días previos a la elección, publicaron que había al menos un 10% de un voto oculto, de gente que no respondía las encuestas con sinceridad o se decían indecisos.

Había esperanza (en unos) y preocupación (en otros) de que la elección estuviera más cerrada de lo que decían las encuestas. Pocas horas antes de la elección, me dijeron fuentes que pidieron no citar sus nombres, en el círculo más cercano a Claudia Sheinbaum creían que la diferencia entre la candidata morenista y su opositora era de un 18%, y no de 30%, como terminó ocurriendo.

En la Ciudad de México, opositores y gobierno creían que la elección estaría más cerrada, y que Santiago Taboada tenía una posibilidad real de competirle a Clara Brugada. Incluso en el equipo del gobierno, la mañana de los comicios, los ojos estaban puestos, con tensión, en la elección capitalina.

Nada de eso ocurrió. Brugada ganó con amplia ventaja la Ciudad de México y Sheinbaum logró 59% de la votación, 6% más de lo que AMLO obtuvo en 2018.

Ahora lo sabemos: sí había un voto que no aparecía en las encues-

tas publicadas, pero estaba a favor de Sheinbaum. En promedio, las encuestas publicaron resultados que estimaban para Sheinbaum un 8% menos de lo que consiguió.

Pero las encuestadoras, me dicen, sí tenían estos datos. “La probabilidad de que Sheinbaum obtuviera más votos que el Presidente era muy baja. No obstante, todos teníamos los números enfrente y no lo creíamos, era una barrera mental”, me dijo Francisco Abundis, de Parametría. “Todo el mundo modeló, se achicó. Si nadie hubiera modelado, hubiéramos salido todos impecables”.

En la jerga de las encuestadoras, “modelar” significa crear modelos matemáticos, considerando elecciones y errores previos. “Nuestros modelos tenían a Claudia a 30 puntos de ventaja”, añadió Abundis. Estaban considerando el 2021, cuando las encuestadoras le dieron a Morena, en promedio, 8% más de lo que obtuvo.

En algunos círculos de élite, incluso hasta la tarde de las elecciones, seguían creyéndole a Massive Caller, una compañía a la que no reconocen como sería los demás en su gremio y que erró por 33% la diferencia entre Sheinbaum y Gálvez.

Además jugó en la elección otro elemento: los votantes que ganan más de 50 mil pesos al mes, tienen educación universitaria, son hombres y patrones, cuatro segmentos del electorado que, según redes sociales, columnistas y medios, no votarían por Sheinbaum. Sin embargo, publicó *El País*, 6 de cada 10 hombres, 4 de cada

10 empresarios, 5 de cada 10 personas que ganan más de 50 mil pesos al mes, y 4 de cada 10 graduados universitarios votaron por Sheinbaum. Esos números son menores al promedio general que votó por la morenista (6 de cada 10) pero muestran un fenómeno que no he visto en la cobertura de prensa.

Hay un apoyo discreto a Sheinbaum entre cientos de miles de personas de grupos sociales que han sido, en general, críticos del obradurismo. En el voto de estos grupos, me explicaron analistas, no pesaron los programas sociales, pero sí el aumento de los salarios, la fortaleza del peso, el crecimiento económico en el México de la pospandemia y las candidaturas opositoras. Entre estos votantes, como entre los beneficiados por los programas sociales, poco importó la militarización, los contrapesos institucionales o el sistema de salud.

En esta semana, a pesar de la caída del peso, Sheinbaum se dedicó a calmar los mercados: divulgó que Rogelio Ramírez de la O se quedará en Hacienda, habló con los representantes de BlackRock, de la OCDE, el Banco Mundial, y se ha reunido con su asesora Altagracia Gómez, de Minsa, una de las empresas poderosas del país. También, ha enviado mensajes a favor de la libertad de expresión y propuso un parlamento abierto para las reformas en el Congreso.

Los números muestran: Sheinbaum tiene más fans de clóset de los que creía su propio partido. Y en la primera semana desde su elección, se ha dedicado a cultivarlos.