

## **Berumen: El Secreto está en el Voto**

Las encuestas electorales en México han sido un instrumento de medición político ampliamente utilizado desde hace mucho tiempo. Sin embargo, su difusión pública inicia a finales de la década de los ochenta, en el proceso electoral de 1988. A lo largo de su recorrido han sufrido cambios muy considerables, han evolucionado y en otras ocasiones han retrocedido en cuanto a su infraestructura y a los resultados que proporcionan.

Actualmente los organismos encargados de la investigación del mercado electoral en nuestro país, crean nuevas técnicas metodológicas para lograr que este sistema de investigación sea más eficiente y confiable. Las encuestas electorales son un medio más a través del cual los ciudadanos podemos estar al tanto de lo que está sucediendo con la política en nuestro país, así como también constituyen una oportunidad para involucrarnos activamente con todo el proceso electoral.

### **¿INFORMACIÓN O CONFUSIÓN?**

La difusión pública que se les ha dado a este tipo de encuestas desde las elecciones de 1988 ha traído consigo una problemática por la cual hoy en día se sigue luchando: **la credibilidad**.

“A fines de la década de los ochenta –platica Edmundo Berumen, director general de Berumen y Asociados–, es donde se dio una amplia difusión del uso de esta herramienta de investigación, con muchos cuestionamientos en esa ocasión, muchas dudas sobre si era una herramienta valedera o no, no por los que largamente las habían venido utilizando (partidos políticos, oficinas gubernamentales), sino por el público en general”.

Durante las elecciones de 1994, después de seis años de discusión, este medio vuelve a ser utilizado de forma masiva, principalmente a través del llamado conteo rápido, y se reconoce como una forma útil y confiable de mantener informada a la sociedad, al obtener convergencia en las estimaciones del resultado de la elección presidencial.

Actualmente, a dos meses de las próximas elecciones, encontramos que las cifras reportadas por las encuestas electorales divergen. "El que difieran en sus estimaciones es explicable por el simple hecho de que las diferentes casas encuestadoras, partidos políticos y coordinaciones de campaña usen distintos modelos para filtrar a los posibles votantes con base en los resultados de las encuestas de salida de elecciones pasadas, en las cuales se registra el perfil de los mismos”, comenta Berumen.

## **IMPACTO EN EL ELECTORADO**

“La gran masa del electorado no está pendiente de lo que dicen las encuestas, ni se entera de ellas, ni tampoco van a tener influencia alguna en su elección”, afirma el director general de Berumen y Asociados. El mexicano en general concentra su interés en asuntos menos políticos; son escasos los que van a acudir a los medios de comunicación en busca de información sobre encuestas electorales, y el pequeño segmento que sí se interesa lo hace meramente para reforzar su preferencia electoral, es decir, las encuestas no inciden en el sentido de cambiar el nepotismo del ciudadano.

Por otro lado, los medios de comunicación tampoco están muy atentos en los asuntos más internos de las campañas “lo único que a los medios de les llama la atención es quién va a la cabeza”, expone Berumen. En el ámbito en donde sí tienen una funcionalidad importante los resultados de las encuestas es dentro de las mismas campañas, ya que todos los datos de éstas llegan al grupo asesor del candidato para que ellos solícitamente los estudien y dependiendo de los resultados modifiquen su perspectiva política, “esta sería una manera indirecta en donde una encuesta electoral influye para mejorar las preferencias hacia un candidato, pero no porque la encuesta haya tenido en sí un impacto directo”, asevera Berumen. Un punto más que desfavorece la credibilidad de las encuestas electorales al igual que a la industria de investigación, es el surgimiento de empresas no especializadas en investigación de mercado que elaboran encuestas sin realmente tener un conocimiento a fondo de lo que es una metodología correcta. “Estas empresas no solo surgen de la nada si no surgen con recursos que les permiten pagar páginas completas de periódicos de circulación nacional en donde ahí divulgan lo que se les antoja como si fuera una encuesta bien hecha que dudo que lo sea. Quienes estamos en el medio y los clientes que cotidianamente contratan este tipo de servicio, ya saben qué casas encuestadoras son serias y las van a seguir contratando. Las otras son membretes que surgen con un fin y un objetivo propagandístico y esos no venden investigación, venden resultados”, ratifica Berumen.

## **INFORMACIÓN EN EL TIEMPO**

Referente a los tipos de encuesta que se realizan en México que estrictamente tienen que ver con la fase del proceso electoral, el director de Berumen y Asociados nos explica ampliamente: “Cuando los partidos todavía no tienen a su candidato seleccionado, utilizamos la herramienta de

encuesta de preselección de candidatos para detectar a aquellos personajes en el interior de cada partido que tienen las posibilidades de generar las mayores simpatías; en seguida hay un segundo ejercicio de encuesta masiva para quienes quisieran votar por unos de los precandidatos. Una vez que ya todos los partidos tienen un candidato seleccionado, sacamos una herramienta distinta para hacer seguimiento a las preferencias electorales; se empiezan a hacer modelos que más allá de estimar preferencias, estimen votantes posibles. Eso pasa a lo largo de toda la campaña. Posteriormente, vienen una serie de encuestas que tienen que ver con la infraestructura de la elección, son encuestas para validar instrumentos como es el padrón electoral, qué tan fiable es y qué calidad tiene. Sigue corriendo el reloj y más adelante ya no nos conformamos con hacer ese tipo de estudios del padrón, ahora queremos hacer los de las listas nominales que son las listas de todos aquellos que recogieron su credencial para votar; son las listas que van a estar en las casillas el 2 de julio. Al llegar la jornada electoral, entran las llamadas encuestas a la salida de la casilla, lo que se quiere retratar con esta herramienta es el perfil del votante y por quién votó, las otras miden a ciudadanos, ésta es la única que mide al votante; el perfil lo mides muy bien, el por quién votó no tan bien, depende del ambiente que esté al exterior de la casilla. Sigue avanzando el reloj y llegamos a la penúltima herramienta que es el conteo rápido, en donde ya cerró la casilla, ya se juntaron los funcionarios y levantaron el acta de escrutinio y cómputo del resultado de la elección y se ponen a contar las boletas, al terminar su ejercicio, todos los partidos firman y después exhiben en una cartulina al exterior de la casilla el resultado. Por último, vienen las encuestas post electorales, donde volvemos hacer selección de ciudadanos en una muestra y buscamos motivaciones del por qué sí votó y por qué o por qué no votó y el perfil del ciudadano.

### **POR UNA DEMOCRACIA TANGIBLE**

Actualmente el mercado de investigación electoral en México prepondera básicamente durante el proceso electoral de cada sexenio. Uno de sus más próximos objetivos es ampliar las encuestas electorales a más niveles para seguir fomentando la democracia del país “Creo que vamos a llegar a un estado de cosas donde los partidos van a utilizar esta herramienta de investigación en periodos inter electorales, ya no sólo cuando estamos en pleno proceso de campaña electoral, sino a lo largo del periodo en que están ya desempeñando su cargo aquellas personas que elegimos mediante procesos electorales”. Hoy en día las entidades encargadas de realizar este arduo trabajo miran hacia adelante con el deseo de servir a los ciudadanos como un medio confiable de

información política, y asimismo ser impulsores de una nueva tendencia democrática en busca del progreso de nuestro país.