

LA PRECISIÓN DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES

UN PARADIGMA EN MOVIMIENTO

(Volumen II)

TIMOTHY P. JOHNSON | ALEJANDRO GARNICA ANDRADE
| JESÚS ALEJANDRO MORENO ÁLVAREZ | ULISES
BRUNO BELTRÁN UGARTE | PAULA RAMÍREZ HÖHNE
| RICARDO ARTURO DE LA PEÑA MENA | FRANCISCO
ABUNDIS LUNA Y JOSÉ ALBERTO VERA MENDOZA

LA PRECISIÓN
DE LAS ENCUESTAS
ELECTORALES
UN PARADIGMA EN MOVIMIENTO

(Volumen II)

Instituto Nacional Electoral

Consejero Presidente

Dr. Lorenzo Córdova Vianello

Consejeros Electorales

Lic. Enrique Andrade González

Mtro. Marco Antonio Baños Martínez

Dra. Adriana Margarita Favela Herrera

Dr. Ciro Murayama Rendón

Dr. Benito Nacif Hernández

Mtra. Dania Paola Ravel Cuevas

Mtro. Jaime Rivera Velázquez

Dr. José Roberto Ruiz Saldaña

Lic. Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles

Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez

Secretario Ejecutivo

Lic. Edmundo Jacobo Molina

Titular del Órgano Interno de Control

Lic. Jesús George Zamora

Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica

Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto

LA PRECISIÓN DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES:

UN PARADIGMA EN MOVIMIENTO (VOLUMEN II)

Timothy P. Johnson | Alejandro Garnica Andrade | Jesús Alejandro Moreno Álvarez |

Ulises Bruno Beltrán Ugarte | Paula Ramírez Höhne | Ricardo Arturo de la Peña Mena |

Francisco Abundis Luna y José Alberto Vera Mendoza

Primera edición, 2019

D. R. © 2019 Instituto Nacional Electoral

Viaducto Tlalpan núm. 100, esquina Periférico Sur

Col. Arenal Tepepan, 14610, México, Ciudad de México

ISBN: 978-607-8711-66-6

El contenido de esta obra es responsabilidad de sus autores y no necesariamente
representa el punto de vista del Instituto Nacional Electoral

Hecho en México

Distribución gratuita. Prohibida su venta

LAS ENCUESTAS Y LAS REDES SOCIODIGITALES EN LAS ELECCIONES

RICARDO ARTURO DE LA PEÑA MENA
PRESIDENTE EJECUTIVO DE INVESTIGACIONES SOCIALES APLICADAS (ISA)

La reforma electoral de 2014 fijó para las encuestas un marco regulatorio menos extenso y preciso a nivel de ley que el previamente existente.

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en su artículo 213, determina que el “Consejo General [del Instituto Nacional Electoral] emitirá las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión en el marco de los procesos electorales federales y locales”, que conforme al artículo 208 de la misma norma comprende la “preparación de la elección, jornada electoral, resultados y declaraciones de validez de las elecciones, y dictamen y declaraciones de validez de la elección”; asimismo, reitera que “durante los tres días previos a la elección y hasta la hora de cierre de las casillas, queda estrictamente prohibido publicar, difundir o dar a conocer por cualquier medio de comunicación los resultados de las encuestas o sondeos de opinión que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales”, y establece que “las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión deberán presentar al Instituto Nacional Electoral un informe sobre los recursos aplicados en su realización en los términos que disponga la autoridad electoral correspondiente”.

Resulta tan genérica la regulación de las encuestas o sondeos de opinión a nivel de ley que pareciera totalmente innecesaria toda revisión o reforma a la misma. Además, el que la norma de mayor nivel no establezca criterios ni formule demandas más puntuales en esta materia otorga una flexibilidad conveniente que permite una actualización rápida y un perfeccionamiento expedito.

Es en el Reglamento de Elecciones expedido por el Instituto Nacional Electoral (un ordenamiento de menor jerarquía, pero que puede reformarse conforme a necesidades prácticas) donde se fijan criterios más precisos respecto a la difusión de encuestas.

El Libro Tercero, Capítulo VII, dedicado al proceso electoral, está destinado a las normas aplicables a “las personas físicas y morales que realicen, o bien, que publiquen encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias o tendencias electorales durante los procesos electorales federales y locales” (artículo 132), determinando que los criterios generales de carácter científico que deberán adoptarse para estos ejercicios “deberán observarse en su integridad” (artículo 133).

En el artículo 136 del Reglamento de Elecciones se acota el alcance de los criterios al periodo que va “desde el inicio del proceso electoral federal o local correspondiente, hasta tres días antes de la celebración de la jornada electoral respectiva”, separando los estudios que, como las encuestas de salida o los conteos rápidos no institucionales, se realicen durante la jornada electoral y que se den a conocer desde el cierre de casillas y hasta tres días después, a cuya regulación se añade la exigencia de presentar un aviso por escrito para el registro del ejercicio al menos 10 días antes de la jornada electoral, así como normas específicas para la operación del trabajo durante la propia jornada.

En cualquier caso, para todo tipo de estudios se establece la exigencia de que se haga entrega a la autoridad de copia del “estudio completo que respalde la información publicada” y de las bases de datos en formato original –materiales que deberán hacerse públicos en cuanto estén disponibles, y colocarse de manera íntegra y permanente para consulta en páginas electrónicas institucionales–, debiendo identificarse el patrocinador, el difusor y el responsable del estudio y, de este último, acompañarse (cuando sea una primera entrega) de la documentación relativa a su identificación.

En el mismo artículo 136 se determina que los resultados de encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio deberán especificar, en la publicación misma, la información siguiente: las fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de la información; la población objetivo y el tamaño de la muestra; el fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados, es decir, las preguntas de la encuesta; la frecuencia de no respuesta y la tasa de rechazo general a la entrevista; señalar si el reporte contiene estimaciones de resultados, modelo de probables votantes o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta; indicar clara y explícitamente el método de recolección de la información, esto es, si

se realizó mediante entrevistas directas en vivienda o a través de otro mecanismo, o bien si se utilizó un esquema mixto, y la calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra.

Para dar seguimiento a la publicación de encuestas, en el artículo 143 se establece que las autoridades administrativas electorales, en sus ámbitos de competencia, “deberán llevar a cabo desde el inicio de su proceso electoral hasta tres días posteriores al de la jornada electoral, un monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, con el objeto de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación”.

Con base en este seguimiento y con la compilación de las entregas realizadas por los responsables, las áreas competentes preparan y presentan informes que dan cuenta del cumplimiento a lo previsto en materia de encuestas y sondeos de opinión, entre ellos “si las encuestas publicadas cumplen o no con los criterios científicos emitidos” y “el listado de quienes habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, no hubieran entregado [...] copia del estudio completo que respalda la información publicada, o bien, hayan incumplido con las obligaciones que se prevén” en el Reglamento multicitado (artículo 144), debiendo formularse requerimientos para el cumplimiento de la obligación de entrega de los estudios que respalden los resultados publicados (artículo 147) e incluso dar vista de su incumplimiento al área jurídica competente para que inicie el procedimiento sancionador respectivo, en caso de ser necesario (artículo 148).

Retomemos algunos elementos de esta regulación: los requerimientos de entrega de información (base de datos y reporte del “estudio completo”) y la publicitación de los datos técnicos son una demanda establecida para las “encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio”, esto último quiere decir que no solamente a través de medios impresos. Además, dado que los informes que deben prepararse para dar cumplimiento a lo previsto en materia de encuestas y sondeos de opinión deben indicar “si [...] cumplen o no con los criterios científicos emitidos”, se asume que no toda encuesta o sondeo de opinión que hayan sido publicados han de cumplir necesariamente con dichos criterios científicos.

Sin embargo, las autoridades han tendido a adoptar una perspectiva reduccionista acerca de cuáles estudios deben ser monitoreados y sobre cuáles debe exigirse la entrega de la información que se demanda para las “encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio”.

Dicha reducción supone dos acotamientos: el primero, se limita la exigencia de cumplimiento de la obligación de entrega de información solamente a aquellos ejercicios que la propia autoridad considera que constituyen una “encuesta por muestreo” (haciendo caso omiso del hecho de que también se incluyen “sondeos de opinión” que no son propiamente “encuestas por muestreo”), lo que lleva a una tautología en la condición de cumplimiento de los criterios científicos emitidos: si cumple con los criterios, será una “encuesta” y, por ende, deberá reportarse y cumplir con la entrega de información; si no cumple con los criterios, no será una “encuesta” y, por tanto, no deberá reportarse ni cumplir con la entrega de información; *ergo*, para que se demande la entrega de información una “encuesta” deberá cumplir con los criterios científicos establecidos, por lo que al examinar si los estudios considerados cumplen o no con dichos criterios, por definición todos habrán de cumplirlos. Claramente, algo no está bien en esto.

El seguimiento de publicaciones de “encuestas por muestreo o sondeos de opinión” debiera contemplar todos los ejercicios que se asuman como mediciones de las preferencias electorales de la ciudadanía, al margen de si la autoridad estima que cumplen o no con criterios científicos para ser consideradas propiamente “encuestas”. De hecho, la autoridad debiera poner énfasis en el seguimiento y demanda de información básica de todos aquellos ejercicios que no cumplan con los criterios científicos, para que den cuenta de qué son y cómo fueron realizados, para poder reportar e informar al público precisamente de aquellos que no cumplen con los criterios científicos establecidos, cuando así sea, y alertar al electorado acerca del carácter no científico y la escasa confiabilidad de estas mediciones.

Seguir la ruta adoptada hasta ahora supone que se siga exigiendo el cumplimiento de entrega de información a las instancias serias y profesionales que realizan estudios por muestreo y que se soslaye la demanda de datos sobre qué hacen a quienes difunden datos sin sustento ni métodos consistentes.

El segundo acotamiento es la fuente de difusión de las “encuestas por muestreo o sondeos de opinión” a las que se da seguimiento. El hecho de establecer un

monitoreo a medios impresos y excluir a otros medios impide que se cumpla con la premisa de que las regulaciones en la materia deben considerar las “encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio”, no solamente los medios impresos.

Pareciera sencillo que la propia autoridad administrativa electoral nacional, que ya lleva a cabo un amplio monitoreo de radio y televisión para ver y evaluar el contenido de las transmisiones relacionadas con las noticias durante las campañas electorales, agregara a dicha tarea el seguimiento de toda referencia o publicación de encuestas o sondeos de opinión a través de medios electrónicos que son ya monitoreados. El costo de efectuar este seguimiento sería relativamente marginal, aun cuando pudiera extender el monitoreo para cubrir el periodo comprendido del cierre de campañas al término de las votaciones, para vigilar que no se violen las normas legales que proscriben la difusión de encuestas en este periodo; e incluso del cierre de casillas a los tres días posteriores, para detectar la difusión a través de radio y televisión de encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales.

Pero más complicado parece ser el seguimiento de la difusión de “encuestas por muestreo o sondeos de opinión” a través de redes sociales y sitios en la red mundial. Sin embargo, actualmente no es tan difícil: existen servicios profesionales que dan seguimiento a toda referencia en el ciberespacio a “palabras clave”, de manera tal que pueden generar reportes que den cuenta de la dirección específica y el horario determinado en que se detecta una publicación que contiene una palabra “marcada” e incluso recuperar el contenido de la entrada particular en la que se descubrió la referencia correspondiente.

Desde luego que el inventario de “palabras clave” debiera ser definido formalmente por la autoridad, tal vez en acuerdo y diálogo con especialistas, y la empresa que daría seguimiento o que realizaría el monitoreo del ciberespacio –entendido como el conjunto de objetos e identidades que hay en la red informática mundial– en principio solamente generaría un listado con entradas y contenidos, pero no podría clasificar ni filtrar por sí misma estos materiales sin una guía clara y precisa que permitiera determinar qué entradas deben efectivamente tomarse en cuenta como publicaciones y cuáles deben considerarse como originales en función de su prioridad temporal.

Una vez definidas y filtradas las entradas a tomarse en consideración se tendría un inventario de publicaciones de “encuestas por muestreo o sondeos de opinión” en el ciberespacio, que debiera cruzarse con los resultados de los monitoreos en medios impresos (los cuales debieran consolidarse y centralizarse en una base general nacional para su cotejo), en radio y televisión, para detectar duplicidades y establecer condiciones de originalidad entre las diversas publicaciones de un mismo estudio en distintos medios.

Las publicaciones “originales” detectadas en el ciberespacio podrían cumplir una de varias situaciones: ser referidas en una instancia conocida y registrada ante las autoridades electorales, en cuyo caso la corroboración de datos publicados, su veracidad, así como el cumplimiento de la entrega de información sobre los estudios, sería una tarea sencilla que supondría la comunicación entre la autoridad e instancias previamente reguladas. La autoridad podría entonces diferenciar las “encuestas” reconocidas por las firmas acreditadas de aquellas que sean apócrifas, pudiendo dar a conocer en su oportunidad un listado de “falsas encuestas” atribuidas a instancias existentes.

Otra posibilidad es que la entrada haya sido publicada en un sitio con propietario o por un usuario claramente identificado y reconocible en una red social. En tal caso, la autoridad podría solicitar a dicho propietario o usuario los datos correspondientes y proceder de manera similar al caso anterior. En muchas ocasiones los datos de identificación y contacto de un usuario determinado están disponibles en las propias páginas de las redes sociales, o bien pueden ser proporcionados por los administradores de las mismas.

Finalmente, existirían muchos casos en los que la identidad y localización física de los responsables de la publicación resulten imposibles o muy difíciles de determinar debido a que la comunicación es anónima o ha sido generada bajo pseudónimo. En estos casos, y cuando los administradores de las propias redes sociales no puedan proporcionar datos fehacientes que permitan identificar al responsable de la publicación, lo que podría hacer la autoridad es disponer de un listado de acceso público donde relacione las “encuestas” de origen desconocido con aquellos datos técnicos que hubieran tenido a bien precisar en la publicación detectada, de haber reportado alguno, pero con la advertencia de la inviabilidad de corroborar dicha información, dado el carácter anónimo o la falta de identidad definida del generador de la misma.

Imaginemos por un momento cómo sería entonces el seguimiento de encuestas por la autoridad electoral en una nueva realidad propia del siglo XXI: todo comenzaría con diversos procesos de monitoreo, algunos a los medios impresos, llevados a cabo desde cada entidad y a nivel nacional; otro a la radio y la televisión, centralizado y dentro del monitoreo que ya se realiza sobre pautas de noticias, y otro más de seguimiento de las entradas en el ciberespacio. Un segundo paso sería la concentración y evaluación centralizada de las publicaciones a través de los diversos medios, para generar un listado consolidado que dé cuenta de los registros originales, su medio de origen, responsable y tiempo. Luego, se iría revisando de cuáles de estos registros originales se cuenta ya con un reporte entregado de manera voluntaria por los responsables; de cuáles se puede solicitar corroboración de su autenticidad y en su caso la entrega de información; y de cuáles es imposible determinar un responsable.

Finalmente, se generaría un reporte concentrado (con entradas particulares por entidad si así se desea, para su divulgación en los sitios de cada organismo local) que diera cuenta de: 1) las “encuestas por muestreo y sondeos de opinión” sobre los que se contara con el reporte completo, de aquellos con los que se estuviera recabando; 2) aquellos que teniendo un responsable identificado no cumplieran con los criterios científicos establecidos por la autoridad, 3) las “encuestas o sondeos de opinión de origen desconocido”, y 4) las “encuestas o sondeos de opinión apócrifos”.

No sobraría pensar en eventuales sanciones a quienes generen información falsa que sea atribuida a alguna casa encuestadora realmente existente y que puedan ser identificados y responsabilizados por ello. Tampoco estaría de más pensar en integrar plenamente el reservorio documental de encuestas, no dejando por separado los reportes de las encuestas de salida de los demás estudios entregados a la autoridad en un mismo proceso electoral. En fin, habría muchos detalles puntuales que discutir, precisar, mejorar. Pero lo esencial es que se abra la tarea de seguimiento y monitoreo para dar cobertura efectiva a las “encuestas por muestreo o sondeos de opinión difundidos por cualquier medio”, como ya lo establece la norma.