

La regulación de las encuestas electorales en México

*Paula Ramírez Höhne**

SUMARIO: 1. Introducción; 2. Los criterios científicos; 3. Publicidad y transparencia; 4. La influencia de las encuestas en la opinión pública; 5. ¿Cómo se regulan las encuestas en México?; 6. Apuntes finales; Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN

Hoy día resulta inimaginable un proceso electoral que carezca de la información que ofrecen las encuestas. Desde hace décadas, en las democracias del mundo entero, los estudios demoscópicos han tenido un rol preponderante en el desarrollo de las contiendas electorales, ya sea por el impacto que tienen en la formación de la opinión pública, o bien, por su función orientadora para definir las estrategias de campaña de los propios contendientes. Es decir, la relevancia del papel que juegan las encuestas durante los procesos electorales es evidente no solo por la gran cantidad de resultados que se publican, sino por los múltiples fines para los que estos sirven.

El interés por regular las encuestas ha sido directamente proporcional a la importancia que estas han adquirido, elección tras

* Maestra en Sociología por el Departamento de Sociología, Graduate Faculty for Political and Social Sciences of the New School University, Nueva York. Actualmente es Coordinadora de Asesores del Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral.

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

elección. En México, la regulación de las encuestas electorales inició hace más de dos décadas, cuando se incluyó en el viejo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE)¹ de 1993 la obligación, para quienes realizaran y publicaran encuestas, de entregar a la autoridad electoral copia del estudio completo que respaldara los resultados dados a conocer. Más tarde, en 1996, se incluyó la atribución del Consejo General del entonces IFE de emitir criterios de carácter científico para ser observados por quienes pretendieran realizar encuestas o sondeos de opinión para dar a conocer preferencias electorales.

La regulación de encuestas tiene una historia que se cuenta en paralelo a las múltiples reformas que ha sufrido la normatividad electoral mexicana. Así, en 2008 se incluyó al gremio democrático en la definición de los criterios científicos que emite el Consejo General y, finalmente, la reforma de 2014, que convirtió al Instituto en autoridad nacional, implicó que el modelo de regulación, desde la Constitución, la ley y los criterios, extendiera su alcance y aplicación a las encuestas que se realizan sobre cualquier elección en el país. Es decir, se amplió su ámbito territorial y conceptual de competencia: el INE se convirtió en la institución rectora de la regulación de las encuestas de carácter federal y local y, por tanto, sus lineamientos y criterios se volvieron obligatorios para toda persona física o moral que dé a conocer resultados sobre preferencias electorales, por cualquier medio.

De 1993 a la fecha, la regulación de las encuestas se ha hecho cada vez más sofisticada, tanto desde el ámbito legal como reglamentario, pero ha mantenido como eje los principios de transparencia y máxima publicidad. Esto es así porque, si bien la regulación vigente contempla más funciones de la autoridad y mayores mecanismos que en el pasado para propiciar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, el fondo de la norma y el trabajo que se realiza siguen persiguiendo lo mismo: que la sociedad cuente con la información necesaria para valorar la calidad de las encuestas que están a su alcance.

Este texto tiene el propósito de explicar en qué consiste la regulación de las encuestas electorales en México, cómo ha evolu-

¹ Abrogado en 2014 como producto de la reforma electoral, constitucional y legal de ese año.

La regulación de las encuestas electorales en México

cionado en los últimos años y cuáles son los resultados obtenidos como producto de su regulación.

2. LOS CRITERIOS CIENTÍFICOS

La regla principal que rige la publicación de encuestas electorales en México es que quien las realiza o las publica debe entregar a la autoridad electoral el estudio completo realizado, para dar a conocer la metodología empleada y poder verificar si los ejercicios se ajustaron a los criterios de carácter científico aprobados por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral.

Dado que la autoridad electoral no es especialista en demoscopia —ni tiene por qué serlo—, la ley² establece que para la emisión de los criterios de carácter científico, el INE debe realizar una consulta al gremio de encuestadores para que sean ellos, los expertos en la materia, quienes propongan los estándares metodológicos que debe cumplir todo estudio que pueda catalogarse como científico. Es así que en octubre de 2014, ya con la reforma constitucional y legal en plena vigencia, el Consejo General del INE aprobó los criterios de carácter científico³ para la realización y publicación de encuestas electorales, luego de una amplia consulta realizada a los encuestadores mexicanos independientes y agremiados a través de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), así como de la representación mexicana en la Asociación Mundial de Investigación en Opinión Pública (WAPOR, por sus siglas en inglés).

Pero, ¿qué son exactamente los criterios de carácter científico? Se trata de un conjunto de elementos sobre los cuales se debe informar a la autoridad electoral cuando se publica una encuesta sobre preferencias de votación. En concreto se refieren a dos tipos de información: la relacionada con la autoría y el financiamiento de las encuestas, y la que reporta la metodología empleada. En específico, es obligatorio que se informe quién realizó la en-

² Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE).

³ Véase el acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral: INE/CG220/2014.

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

cuesta, quién la pagó y quién se hizo cargo de su publicación; además, debe entregarse el marco metodológico empleado que incluya el propósito del estudio, la población objetivo, el tamaño y la forma de recolección de la muestra, el margen de error estadístico implícito, la tasa de rechazo general y específica, el tratamiento de la no respuesta, la forma de procesamiento de la información, entre otra información relevante. También debe entregarse en formato electrónico la base de datos de las encuestas publicadas, sin contraseñas ni candados de ningún tipo, para que puedan ser consultadas y, en su caso, los ejercicios de estimación estadística puedan ser replicados en sus términos.

En suma, estos criterios constituyen el conjunto de información que, de acuerdo con los estándares nacionales e internacionales en materia demoscópico-electoral, debe contener todo estudio que se precie de ser científico. No obstante, los criterios no imponen un tipo de metodología a emplear, pues eso atropellaría los derechos intelectuales de los científicos dedicados a la medición de la opinión pública, sino que la norma solo regula la información que es necesario reportar para que la rigurosidad metodológica de cada ejercicio pueda ser analizada y valorada a la luz de sus conclusiones y resultados. Esto es así porque no existe una fórmula única para medir la opinión pública: el tamaño de la muestra es distinto en cada caso, así como la forma de recolectar la información —cara a cara, vía telefónica, esquema mixto, etc.—, el procesamiento de los datos, el tratamiento de la no respuesta, entre otras cosas. Para cada elemento, es el científico social encargado del ejercicio demoscópico quien determina la mejor solución metodológica para obtener el resultado más preciso posible. Por ello, la regulación de encuestas electorales no consiste en que la autoridad le imponga a los expertos “una forma” de realizar sus estudios, sino que sean ellos quienes informen cómo llevaron a cabo sus encuestas y cuál fue el método empleado que respalda los resultados que se publicaron.

3. PUBLICIDAD Y TRANSPARENCIA

Toda la lógica de la regulación de encuestas electorales tiene que ver con su publicidad: solo se regulan las encuestas que se pu-

La regulación de las encuestas electorales en México

blican, y para cumplir con las normas que las rigen es necesario dar a conocer la información metodológica que respalda los resultados difundidos. De hecho, la regulación se detona una vez que los resultados de una encuesta son publicados; es decir que, a diferencia de lo que ocurre con la regulación en otros países, en México no es necesario registrarse previamente o contar con un permiso o salvoconducto para realizar y publicar encuestas electorales: la norma solo obliga a que se informe sobre los estudios de opinión publicados, y no sobre aquellos que tienen la pretensión, intención o interés de darse a conocer.⁴ Para la regulación en México solo se cuenta lo publicado.

Las encuestas privadas —es decir, que no son del dominio público— son perfectamente válidas y legales, pero no son reguladas por la autoridad electoral por dos razones simples: la primera es que no habría forma de saber cuáles encuestas se realizan si estas no se publican; y la segunda —y más importante— es que para efectos de la función electoral, el interés reside en los ciudadanos y la influencia que las encuestas tienen —o no— en su decisión de voto. Esta última es la razón de fondo que motiva la regulación de las encuestas: la idea de que juegan un papel en la decisión del voto y, por tanto, es necesario asegurar que los resultados que arrojen tengan un sustento científico, válido, y que no sean propaganda electoral disfrazada de encuestas.

4. LA INFLUENCIA DE LAS ENCUESTAS EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Si bien es cierto que las encuestas tienen una influencia en la opinión pública, no se conoce a la fecha un estudio concluyente donde se sostenga que tienen un efecto directo y unidireccional

⁴ La única excepción a esta regla general son las encuestas de salida y conteos rápidos que se realizan el día de la jornada electoral, para los cuales sí es obligatorio dar aviso previo de su realización a la autoridad electoral correspondiente, así como informar las principales características del estudio que se vaya a llevar a cabo. Para las encuestas de salida y los conteos rápidos se ha establecido a nivel reglamentario que la autoridad electoral acreditará a aquellos que cumplan con dar el aviso correspondiente, independientemente de si el estudio se publica o no.

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

en la definición del voto ciudadano. En realidad, las encuestas, al igual que cualquiera de los varios elementos que influyen en la definición del voto, tienen efectos diversos, multidireccionales y de distinta magnitud. Hasta la fecha no hay una fórmula que permita saber con seguridad el grado de influencia que tienen las encuestas en el electorado —mucho o poco—, su alcance en la población objetivo —a cuántos y a quiénes influye—, ni el sentido de esta —a favor o en contra de qué candidato o fuerza política—.

Existe literatura especializada que se ocupa de explicar la correlación entre la publicación de encuestas y las preferencias electorales;⁵ en ella se formulan diversas teorías: desde la que sostiene que los electores tienden a preferir aquellos candidatos que van a la cabeza en las encuestas (*bandwagon effect*; Donsbach, 1984); la que señala que, por el contrario, los ciudadanos sienten mayor empatía hacia los candidatos que van abajo en las preferencias electorales (*underdog effect*; Lavrakas, Holley y Miller, 1991), o aquella que plantea el dilema del llamado “voto útil”, según el cual, el votante toma en cuenta las preferencias electorales para, con su voto, “impedir” o ir en contra de alguna candidatura, es decir, votar por quien tiene mayores posibilidades de ganarle a quien el ciudadano no quiere que gane.

Pero más allá de la correlación que exista entre la publicación de encuestas y las preferencias electorales, es innegable que los estudios demoscópicos juegan un papel neurálgico en la narrativa misma de los procesos electorales: nos cuentan cómo se posicionan los diferentes actores de las contiendas a lo largo del tiempo, cómo los percibe la sociedad, quiénes gozan de mayor empatía y cuáles arrastran un repudio generalizado. Pero en realidad, las encuestas nos dicen mucho más que eso, nos hablan del humor público, del estado de ánimo de la sociedad, de las ideas políticas que le resultan atractivas y las que aborrece, por solo mencionar lo más evidente. Y dado que esa información es usada tanto por los propios contendientes y sus equipos de campaña como por periodistas, comentaristas, articulistas, analistas, y la sociedad en general, las encuestas se vuelven un elemento

⁵ Véase Juárez Gámiz, Julio, “De los números a las palabras: apuntes narrativos para las encuestas electorales”, en *La precisión de las encuestas electorales. Un paradigma en movimiento*, INE, 2017.

La regulación de las encuestas electorales en México

central de la discusión pública, sistemáticamente nutrida por los datos que arrojan sus estudios.

Es por ese rol preponderante de las encuestas en los procesos electorales que surge el interés por regularlas. Y es por eso también que aquí y allá ha existido invariablemente la tentación y mala práctica de publicar propaganda electoral disfrazada de encuestas, pues existe la visión simplista y distorsionada de que con ello se puede ganar ventaja en una elección; como si publicar datos que dan por ganadora a una candidatura implicara un efecto necesariamente positivo para su campaña, cuando sabemos que los efectos nunca son unidireccionales, ni mucho menos homogéneos.

5. ¿CÓMO SE REGULAN LAS ENCUESTAS EN MÉXICO?

A lo largo de los años, la legislación en materia de encuestas se ha ido afinando y perfeccionando, adecuándose a las circunstancias y exigencias de la sociedad y a las nuevas condiciones de la competencia electoral. También las normas que emite la autoridad han implicado un esfuerzo concreto por establecer un contexto de exigencia para contar con estudios que se apeguen a los criterios científicos internacionalmente reconocidos por el gremio de la demoscopia.

Un ejemplo elocuente de este esfuerzo ha sido la incorporación de la obligación reglamentaria de realizar un monitoreo de medios impresos que permita a las autoridades electorales —al INE y a los OPLE— detectar las encuestas que se publican a lo largo del proceso electoral y, de esta manera, tener elementos objetivos y documentales para requerir a los responsables la entrega de su respaldo científico, en caso de que no haya sido entregado de forma proactiva. El monitoreo de publicaciones impresas es una práctica que inauguró —de *motu proprio*— el extinto IFE, dado que, aunque resultaba evidente la proliferación de encuestas en medios de comunicación masiva, el número de estudios que se recibían con el respaldo científico era significativamente menor al de las encuestas que se publicaban. Desde 2014 es obligatorio para el INE y los OPLE realizar un monitoreo de medios

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

impresos para detectar la publicación de encuestas y posibilitar su regulación efectiva. De hecho, el monitoreo es la actividad que detona la regulación en la materia, pues ofrece el insumo básico —semilla— para la regulación: las encuestas publicadas.

La autoridad electoral —el INE, por lo que hace a las encuestas sobre elecciones federales y los OPLE respecto de las locales— realiza cinco actividades centrales para regular las encuestas durante los procesos electorales:

1. *Monitoreo de medios impresos*: el monitoreo se realiza de manera permanente todos los días que dura el proceso electoral⁶ y abarca un catálogo de publicaciones definido por su alcance o relevancia en la discusión política; es decir, se revisan y analizan las publicaciones con mayor tiraje, así como aquellas especializadas que tienen un rol de líder de opinión en materia política. Para la regulación de encuestas sobre elecciones federales, el INE monitorea 524 medios impresos, de los cuales, 93 son de circulación nacional y 431 locales.⁷

La ley establece la obligación de entregar la metodología con el respaldo científico de las encuestas electorales que se publiquen *por cualquier medio*; entonces, surge la pregunta obvia: ¿por qué se monitorean únicamente medios impresos y no otro tipo de medios de comunicación? La experiencia en la regulación de encuestas ha mostrado que los periódicos y revistas son uno de los principales catalizadores de noticias en el país; no hay una noticia relevante que, aun cuando se dé a conocer en un programa de televisión o radio, no aparezca eventualmente en las páginas de un periódico o una revista especializada. Lo mismo ocurre con las encuestas: no hay encuesta relevante⁸

⁶ Un proceso electoral federal dura por lo regular nueve meses, aunque, de manera excepcional, el reciente proceso 2017-2018 duró 10 meses.

⁷ Para la regulación de encuestas sobre elecciones locales, cada OPLE determina el número y tipo de publicaciones a monitorear, por lo que se trata de un dato que varía según la entidad de que se trate.

⁸ Es decir, en este texto se considera relevante una encuesta que tenga un impacto en la opinión pública, ya sea por el reconocimiento de quien la realizó, por quien la publicó o por los resultados que arrojó.

La regulación de las encuestas electorales en México

que, independientemente del medio original que la dé a conocer, no aparezca más tarde en un medio impreso, incluso como parte de un análisis en una columna de opinión.

Durante el proceso electoral federal 2017-2018, el monitoreo del INE detectó 513 publicaciones inéditas⁹ que daban a conocer resultados de preferencias electorales para distintos cargos federales de elección popular.

2. *Recepción de estudios que respaldan las encuestas publicadas y formulación de requerimientos* (en su caso): actualmente existen numerosas casas encuestadoras y medios de comunicación que entregan el respaldo científico de las encuestas que publican sin que medie requerimiento alguno. No obstante, hay otro universo no menor de encuestas que se publican sobre las cuales la autoridad electoral no recibe el respaldo metodológico y, por tanto, debe requerirlo. Para ello se basa en las detecciones del monitoreo, que provee no solo los datos principales de las encuestas que se difunden,¹⁰ sino que es testigo mismo de la publicación, que es el insumo documental básico para formular un requerimiento.

A lo largo del proceso electoral federal 2017-2018, el INE recibió 210 estudios con el respaldo metodológico de

⁹ El monitoreo de medios impresos distingue en sus detecciones tres tipos de publicaciones: las encuestas originales —es decir, cuya difusión es inédita—, las reproducciones —que son aquellas publicaciones que retoman resultados dados a conocer con anterioridad—, y las citas —que hacen referencia a encuestas publicadas previamente, pero que retoman de manera parcial resultados dados a conocer previamente—. La obligación de entregar el estudio metodológico es solo para quien publique encuestas originales o inéditas, pues el respaldo de las reproducciones y citas se asume entregado por la publicación original de la encuesta. Durante el proceso electoral federal 2017-2018, el INE detectó 3 228 publicaciones referentes a encuestas sobre preferencias de votación de elecciones federales; de ellas, 513 fueron originales, 255 reproducciones y 2 460 citas. Estos datos nos hablan de la preponderancia de las encuestas en la discusión pública.

¹⁰ Fecha de publicación y realización de la encuesta, ubicación de la publicación, autoría o responsable del ejercicio, principales resultados, y los datos metodológicos —cuando se dan a conocer—, entre otra información relevante.

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

410¹¹ encuestas publicadas; de esos estudios, 59 se entregaron como resultado de requerimientos realizados por la autoridad electoral. Cuando no hubo respuesta a los requerimientos, es decir, cuando no se entregó el estudio que avalara que la encuesta publicada fue realizada adoptando criterios científicos, se iniciaron procedimientos sancionadores para determinar si hubo violaciones a las disposiciones legales en materia de encuestas electorales. En el pasado proceso electoral federal se iniciaron siete procedimientos sancionadores por esta causa. En todos los casos, el Tribunal Electoral confirmó la sanción impuesta por el INE.¹²

3. *Verificación del cumplimiento*: una vez que la autoridad electoral recibe los estudios metodológicos que respaldan las encuestas publicadas, verifica que estos cumplan con los criterios científicos obligatorios.¹³ En esta revisión, el INE y los OPLE no valoran o califican la metodología empleada y reportada, sino que se aseguran de que se entregue la totalidad de la información que exige la norma. En el pasado proceso electoral, los 210 estudios recibidos con el respaldo de las encuestas publicadas sobre elecciones federales cumplieron con la entrega de la totalidad de la información que establece la regulación en la materia.¹⁴

¹¹ Un mismo estudio puede contener el respaldo metodológico de los resultados dados a conocer en más de una publicación.

¹² Respecto de los procedimientos sancionadores derivados de encuestas electorales sobre elecciones locales publicadas, los datos varían según la entidad de que se trate. Para conocer la información precisa sobre los resultados de la regulación de encuestas sobre preferencias electorales locales visitar las página de internet de los OPLE correspondientes, o bien, consultar los informes presentados ante los consejos generales de los OPLE, disponible en <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/elecciones-locales-2017-2018-informes-entregados-los-opl/>

¹³ Para conocer los criterios de carácter científico, establecidos en el apdo. I del Anexo 3 del Reglamento de Elecciones, véase <https://www.ine.mx/normatividad-vigente-materia-encuestas-electorales/>

¹⁴ Para conocer los estudios entregados al INE durante el proceso electoral federal 2017-2018, véase <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/elecciones-federales-ordinarias-2017-2018-estudios-entregados/>

La regulación de las encuestas electorales en México

4. *Publicación sistemática de toda la información:* como se explicó, el propósito central de la regulación en materia de encuestas electorales es que la sociedad cuente con los elementos informativos que le permitan valorar la calidad de las encuestas que se publican. Por ello, toda la información que la autoridad electoral recibe por parte de las casas encuestadoras que realizan los estudios, de los medios de comunicación que los publican, e incluso la información que genera el INE y los OPLE como resultado de sus actividades para la regulación de las encuestas, se publica en las páginas de Internet de cada autoridad electoral.

El portal del INE concentra el mayor acervo documental sobre encuestas electorales publicadas en México. Ahí se puede consultar la normatividad vigente, todos los estudios entregados al INE —y antes al IFE—, desde el proceso electoral de 2006 a la fecha, los informes presentados por la Secretaría Ejecutiva al Consejo General, el registro de las personas físicas y morales que fueron acreditadas para realizar encuestas de salida y conteos rápidos el día de la elección, los principales resultados de las encuestas publicadas, e incluso, están ahí todos los informes presentados ante los Consejos Generales de los OPLE, sistematizados por entidad. Más aún, en el portal se publican las aportaciones de los expertos en estudios de opinión, nacionales e internacionales, que han participado en los distintos foros que ha organizado el INE —y antes el IFE—, con el objeto de contribuir a la discusión pública informada respecto del rol de las encuestas electorales en las democracias.¹⁵

5. *Presentación de informes mensuales:*¹⁶ A lo largo de los meses que dura el proceso electoral, la Secretaría Ejecutiva —que es el área responsable de las actividades para la regulación de encuestas electorales— tiene la obligación de

¹⁵ El portal de encuestas electorales del INE se encuentra disponible en <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/>

¹⁶ Para conocer los informes mensuales presentados por la Secretaría Ejecutiva al Consejo General del INE, véase <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/informes-entregados-se-cg-2017-2018/>

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

presentar un informe al Consejo General del INE —o del OPLE que corresponda— en cada una de sus sesiones ordinarias.¹⁷ Dichos informes reportan los resultados de la regulación de las encuestas electorales: las publicaciones detectadas por el monitoreo de medios impresos, los estudios recibidos con el respaldo metodológico, su nivel de cumplimiento, los requerimientos formulados y las vistas dadas para la instauración de procedimientos sancionadores.

En resumen, el trabajo fundamental de la autoridad consiste en recibir, organizar, sistematizar y revisar los estudios que respaldan la publicación de encuestas sobre preferencias electorales, para poner a disposición de la sociedad los elementos suficientes que le permitan valorar la calidad y el apego a las mejores prácticas de los estudios de opinión que son publicados sobre asuntos electorales.

6. APUNTES FINALES

Mucho se ha dicho de la importancia de los estudios de opinión para la formación de un voto informado y razonado, para la deliberación pública sobre los asuntos que nos atañen a todos, entre los que se encuentran aquellos que gravitan alrededor de las contiendas electorales. Y en efecto, cada vez más, las encuestas son el insumo que permite a los ciudadanos formarse una opinión sobre el estado de ánimo de una sociedad tan compleja como la nuestra, de hacerse una idea de las tendencias, el posicionamiento, el desencanto, e incluso, las lealtades de una pluralidad de voces que se expresan en una muestra estadísticamente representativa para decirnos algo, algo que nos interesa a todos.

Si bien la atención en este tema —al menos desde la dimensión de su regulación— ha estado enfocada principalmente en el impacto e influencia que tienen las encuestas en la opinión pública, en realidad, estos ejercicios cumplen múltiples propósitos en un proceso electoral: son útiles para conocer las ten-

¹⁷ En el caso del INE, las sesiones ordinarias durante el proceso electoral se realizan una vez al mes.

La regulación de las encuestas electorales en México

dencias de votación; y específicamente para los partidos, sirven para conocer el posicionamiento de sus cuadros políticos y, con base en ello, definir a los candidatos con mayores posibilidades de triunfo; permiten conocer las demandas ciudadanas y, de esta manera, definir estrategias de campaña acorde a estas; también sirven para conocer las principales problemáticas que preocupan a la sociedad para, con esa información, plantear plataformas político-electorales que respondan a dichas problemáticas. En suma, el papel que juegan las encuestas en procesos electorales es multidimensional, transversal y definitorio, por supuesto que no de los resultados de las elecciones, sino de la construcción del proceso mismo y su narrativa pública.

De esta forma, su regulación resulta de fundamental importancia, así como la posibilidad de actualizarla en sincronía con la innovación y los nuevos fenómenos relacionados con las encuestas: desde las tecnologías utilizadas para llevarlas a cabo, como Internet y robots telefónicos, hasta las nuevas formas de difundir resultados mediante redes sociodigitales y canales de mensajería privada, como *WhatsApp*.

En México hemos tenido avances significativos en materia de regulación de encuestas electorales: se ha ampliado su alcance, volviendo homogénea la norma a nivel nacional; se ha hecho más efectiva, al incluir diversos mecanismos que propician el cumplimiento de la ley; pero, sobre todo, se ha perfeccionado para ser una regulación equilibrada, que privilegia el derecho a la información de la sociedad, sin violentar el libre ejercicio de los profesionales de la demoscopia electoral ni de los comunicadores que difunden encuestas por diversos medios. Al final del día, lo que busca la norma es contribuir a tener una sociedad mejor informada y, en consecuencia, con mayores elementos para la toma de decisiones, incluida, por supuesto, la decisión del voto.

BIBLIOGRAFÍA

Anexo 3 del Reglamento de Elecciones, disponible en <https://www.ine.mx/normatividad-vigente-materia-encuestas-electorales/>

PAULA RAMÍREZ HÖHNE

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

INE, Proceso electoral federal 2017-2018, disponible en <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/elecciones-federales-ordinarias-2017-2018-estudios-entregados/>

Juárez Gámiz, Julio, “De los números a las palabras: apuntes narrativos para las encuestas electorales”, en *La precisión de las encuestas electorales. Un paradigma en movimiento*, INE, 2017.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE).