

DISCURSO INAUGURAL

Mtro. José Woldenberg

CONSEJERO PRESIDENTE DEL IFE

Muy buenos días. Yo sí me voy a extender, quizá un poco más, pero quiero decirles que asisto con muchísimo gusto a la apertura de este Taller de Evaluación de la Metodología.

Hay que decir que le debemos esta reunión, en primerísimo lugar, a Javier Alagón y Ana Cristina Covarrubias, de la AMAI, y a Juan Manuel Herrero, del Colegio Nacional de Actuarios.

Estamos aquí gracias a ellos y es justo reconocer su preocupación por los temas que aquí se van a desarrollar.

Quiero también agradecerles a todos y cada uno de ustedes su presencia en este taller, porque sabemos que son gente mucho muy ocupada y que seguramente tienen estas tareas, pero creo que participar en un taller como este no defraudará a nadie.

De nuestra parte, el IFE no podía más que apoyar de manera entusiasta la realización de este evento, no solamente por la pertinencia y la importancia técnica del asunto y de quienes están aquí, sino sobre todo porque de este taller esperamos luces, propuestas viables, conclusiones prácticas para el trabajo demoscópico del futuro y para afinar el papel que las encuestas jugarán en los siguientes procesos electorales.

Voy a iniciar con un reconocimiento a las empresas. Los conteos rápidos que levantaron y las encuestas de salida mostraron su valor como instrumentos de confianza. Una amplia batería de encuestadores en todo el territorio nacional fue dispuesta el 2 de julio por un buen número de empresas. La situación política que propició su trabajo fue extraordinariamente útil. Desde el primer minuto después de las ocho de la noche, uno tras otro, los resultados de las encuestas de salida y de los conteos rápidos fueron conocidos por partido, gobierno y ciudadanos. Fueron 21 ejercicios muestrales de conteo; ninguno presentaba disonancias, todos coincidían en el ganador, segundo y tercer lugar. Con diferencias menos significativas, los conteos rápidos coincidieron en las tendencias generales. Un ambiente de certidumbre acompañó el parto pos-electoral.

Ese fue un factor decisivo para la tranquilidad, la distensión y la concordia.

Un conteo rápido certificaba al conteo inmediato anterior y, en ese contexto, derrotados y ganadores no tenían más que reconocer las cifras, acatar la voluntad puesta en las urnas.

Más tarde, el PREP no haría más que redundar sobre esa certeza construida desde las ocho de la noche.

El ambiente político producido en ese momento tuvo su envoltura civilizada y ejemplar, en buena medida, gracias a la obra edificada por los conteos rápidos. El trabajo, también, ya había sido realizado por las encuestas de salida.

Ante el IFE se registraron nueve ejercicios y todos ellos diagnosticaron con bastante precisión el resultado que vendría después.

Fueron particularmente útiles en las elecciones locales en Guanajuato, Morelos y el Distrito Federal.

Gracias a la coincidencia y a la congruencia en las tendencias, la misión política había sido cumplida: procurar y cultivar confianza en torno a los resultados de las elecciones.

En el trayecto previo al 2 de julio las encuestas nos dieron un retrato grueso, a brochazos, de la competencia electoral.

Sabíamos que estábamos frente a una contienda reñida entre dos grandes fuerzas políticas. Sabíamos que su diferencia promediaba pocos puntos porcentuales. Sabíamos que el tercer lugar se había rezagado y sabíamos que uno de los partidos recién registrado, peleaba fuertemente por alcanzar el umbral del dos por ciento. Era un cuadro general que se demostró cierto. Esa es, también, una deuda que tenemos con las encuestas del año 2000.

Por desgracia no todo funcionó de la misma manera y creo que todos los que estamos aquí lo sabemos. Creo que, hay que decirlo claro, el proceso electoral, que para nosotros terminó ayer, mostró que tenemos un problema, como país, con las encuestas preelectorales.

Durante estos meses vivimos episodios confusos, incertidumbre, varios problemas que, creo, debemos atender en primer lugar, las autoridades electorales, por supuesto, pero también y sobre todo los profesionales de la demoscopia, es decir, ustedes.

Y es que en los primeros meses del año vimos multiplicarse y aparecer decenas de veces un fenómeno totalmente nuevo e imprevisto: las encuestas dejaron de ser instrumentos de confianza que acompañan al proceso electoral; dejaron de ser el barómetro que nos informa de los humores de la sociedad y que ayudan a reconocer el resultado que será depositado en las urnas y, al contrario, muchas encuestas pasaron a formar parte del conflicto político e incluso se degradaron para ser un mero instrumento de propaganda.

Por esa vía, durante un buen trecho de la campaña, las encuestas dejaron de ser ancla de la credibilidad pública para colocarse del lado de las apuestas interesadas y también de la especulación.

Puede que sea un juicio demasiado tajante, pero quiero llamar la atención de un asunto importante hoy y en el futuro. Pareciera que las encuestas nos estaban hablando de países distintos. Muchos de esos sondeos fueron hechos por empresas de prestigio. En no pocas ocasiones se trataba de encuestas realizadas en la misma escala nacional, muchas compartían el mismo periodo de tiempo en su levantamiento, pero sus resultados no sólo aparecían como diferentes, sino incluso contradictorios.

¿QUÉ FUE LO QUE PASÓ?

Creo que para eso –así lo entiendo– es que servirá este foro. El hecho de que sea un foro privado, creo que nos ofrece garantías a todos para una discusión franca, abierta; para que la misma se desarrolle en un clima de diálogo, de confianza; incluso, diría yo, de cordialidad, para que nadie se quede con nada en la bolsa o en las alforjas, sabiendo que lo que queremos dilucidar son los problemas medulares con los que todos y cada uno de ustedes tuvieron que lidiar a lo largo de los meses preelectorales.

Creo no exagerar si digo que en aquellos momentos el público, los ciudadanos, los estudiosos de la política, las propias autoridades electorales, recibieron muy pocas explicaciones. Se nos dijo que estábamos ante problemas metodológicos; que tratándose de distinguidas firmas las diferencias podían deberse al muestreo, al método de contactación o a la utilización de ponderadores.

Sin embargo y en buena lógica, algunas empresas estaban equivocándose. Muchas empresas tenían serias dificultades con su trabajo. El problema es que nadie lo sabía a ciencia cierta, y esa incertidumbre se multiplicó justamente en el tramo final de la campaña.

No estoy hablando sólo de la publicación y del manejo que los clientes respectivos les dieron a las encuestas; estoy hablando, quizá, del trabajo, del contenido de las encuestas mismas.

El nudo político larvado, en esa circunstancia, fue que las encuestas no estaban –o así parecía– contribuyendo a generar un colchón de confianza, un sendero de credibilidad en torno a los resultados de los comicios.

A pesar de que la experiencia demoscópica electoral en México ya puede reclamar una larga tradición de trabajo; a pesar de que todos sus instrumentos se han sofisticado; de que ha probado y experimentado múltiples opciones metodológicas; a pesar de su aprendizaje acumulado y de que su mercado ha crecido exponencialmente, repentinamente parecía que las encuestas dejaban de ser un asidero para la certeza política del proceso electoral del año 2000, aunque tengo que reiterar: el día de la jornada los conteos rápidos y las encuestas de salida (*exit polls*) nos ayudaron –y muchísimo– a inyectar certeza al proceso.

Tuvimos también un problema más, pero ese no es un problema con quienes están en esta mesa, pero me gustaría plantearlo, que fue el incumplimiento con la ley. Permítanme informar de las cifras: entre el 19 de enero y el 23 de junio, el IFE detectó 722 publicaciones de encuestas en medios impresos. En total fueron 73 empresas, instituciones u organizaciones las que realizaron sus ejercicios muestrales y los publicaron.

En realidad, según esta información, se hicieron 160 encuestas distintas, pero muchas de ellas fueron publicadas en varias ocasiones. Lo grave del asunto es que de esas 73 empresas u organizaciones, sólo 37 enviaron la metodología de sus estudios a la Secretaría Ejecutiva del IFE. Es decir, sólo la mitad cumplió con su obligación legal.

De 36 empresas cuyos trabajos fueron publicados no obtuvimos respuesta ni señal, con todo y que lo que tenían que presentarnos era muy simple: en primer lugar, garantizar la validez y seriedad del sondeo; que ellos se ajusten a un conjunto general de criterios y principios técnicos para evitar ocultamientos, deformaciones o manipulación de datos.

Son criterios simples que deben ser presentados al IFE y que son fácilmente cubiertos por organismos y personas dedicadas, real y profesionalmente, a estas cosas. Lo repito: tienen que precisar quién patrocinó la encuesta y quién ordenó su difusión; definir detalladamente la población de estudio; explicar el método utilizado para recopilar la información y para hacer las entrevistas; detallar el método de muestreo; describir el fraseo exacto con las cuales hicieron las preguntas a la población; precisar la estimación del error implícito; especificar las fechas en que la encuesta se llevó a cabo; señalar, en su caso, cuándo se trata de pronósticos derivados de los datos recopilados y, por último, preservar los cuestionarios fuentes, los programas de cómputo y las bases de datos construidas para la encuesta.

Como se ve, no se trata de requisitos excesivos o inauditos. Son criterios que cualquier profesional puede cumplir holgadamente. No son fruto del capricho de una institución quisquillosa, sino una manera de procurar que el proceso electoral se despliegue de manera limpia y esté acompañado de cifras y datos ciertos, de información auténtica para el electorado.

Se trata de atajar la charlatanería en bien del proceso electoral, pero también de una forma de preservar el prestigio de la propia disciplina demoscópica y de quienes trabajan en ella.

He querido anticipar, de esta manera, los temas de este taller, porque creo que ni al IFE ni a los profesionales de la demoscopia conviene este estado de cosas; es

urgente elevar la exigencia, al menos por tres razones: una, porque en el extremo podría estar en riesgo el prestigio mismo de la profesión.

Las encuestas, un producto cuya base de sustento es la credibilidad, no puede exponerse a la contradicción y la incredulidad que en algunos momentos vivimos en el año 2000, porque de ese río revuelto, muchas empresas fantasmas de dudosa calidad técnica, se introdujeron al mercado con los daños profesionales, empresariales y de prestigio, que implica para la propia disciplina.

Y tres, porque los procesos electorales necesitan estar acompañados de certeza y de confianza. Es un objetivo mayor, nacional, más allá de intereses particulares.

Así, pues, de este taller esperamos un fruto inmediato, un esfuerzo de los profesionales que practican el levantamiento de estudios de opinión, para aclararse primero entre ellos y quizá después a la sociedad, las razones por las cuales vimos esa impresionante variación de los datos y las tendencias, antes del 2 de julio.

Ninguna de las empresas serias instaladas puede beneficiarse de ese desconcierto, porque —en el extremo— si nadie creyera en nada, si todo es incertidumbre y contradicción, si no hubiese explicaciones de las variaciones sustantivas, las cifras levantadas con trabajo y rigor científico, fácilmente acabarán confundiendo con las cifras manipuladas o simplemente inventadas.

Espero sinceramente que este evento sirva para consolidar la conciencia de responsabilidad pública y política que inevitablemente tiene este gremio, pues una vez que sus productos, que sus encuestas son difundidas, alcanzan un estatuto superior más allá del negocio particular y se convierte en un asunto público que afecta o impacta a miles, quizá a millones.

La calidad de las encuestas publicadas es, pues, un asunto de interés público. Quiero apostar y estoy convencido que el propio gremio demoscópico pondrá manos a la obra, porque nos logrará explicar qué fue lo que pasó, y por esa vía, seguramente, fortaleceremos la confianza y la credibilidad pública en las propias encuestas. Es el objetivo del taller que ahora mismo comenzamos. Y, de nuevo, muchísimas gracias por haber atendido esta invitación. ■

¿FALLARON LAS ENCUESTAS?

.....

Dr. Ulises Beltrán

BGC ASOCS.

SOCIO FUNDADOR

a) Percepción pública del pronóstico antes de la elección

La semana anterior a la elección había en los medios y entre la población más informada un consenso de que la elección sería cerrada, pero que Labastida estaba adelante. ¿Estaba basado este consenso en las encuestas publicadas en esos momentos?

Una revisión de las notas y comentarios de prensa en las dos semanas previas a la elección no sirve mucho para resolver esta pregunta, porque los medios que no utilizan la investigación por encuesta en sus reportajes, generalmente ignoran las encuestas publicadas o son muy críticos de ellas y, por otro lado, entre quienes hacen o contratan investigación, cada uno suele difundir sólo la suya. Prácticamente nadie publica análisis de tendencias basadas en el conjunto de las encuestas, salvo los partidos que hicieron un uso intencionado y distorsionado de este tipo de análisis.

La prensa extranjera y los analistas de bancos de inversión suelen buscar una visión más ponderada de lo que está ocurriendo. Para saber en qué se basó su predicción, entrevisté a prácticamente todos los corresponsales extranjeros y a algunos representantes en México de los principales bancos de inversión. Un fenómeno novedoso es que, mientras que en la elección presidencial de 1994 sólo Los Angeles Times hizo investigación propia, en esta ocasión otros medios la hicieron, de modo que no muchos corresponsales extranjeros basaron su pronóstico en el análisis del conjunto de encuestas. Entre quienes no hicieron investigación propia, no todos pronosticaron una elección cerrada (Newsweek, por ejemplo). Los demás siguieron con cuidado el conjunto de encuestas y el promedio o la proyección simple de todas ellas les indicaba una elección cerrada: 40 por ciento para cada uno. Sin embargo, la fuente privilegiada de su juicio fueron las encuestas de medios, en particular, Zogby-Reuters y Reforma. La única encuesta de medios que pronosticaba una victoria de Fox, la de Alduncin para El

Universal, no fue tomada en cuenta por los corresponsales extranjeros por los importantes errores de estimación que, a su juicio, había cometido en otras ocasiones, particularmente en la elección de julio de 1997. No obstante, si bien las encuestas de medios jugaron un papel destacado en su juicio, otros elementos pesaron en su ponderación de las encuestas que, en general, los llevaban a dudar de la posibilidad de triunfo de Fox, como la dificultad de que el PRI perdiera, ya sea por su maquinaria, capacidad de movilización, compra de voto, etc.

Algo muy similar les ocurrió a los analistas de bancos de inversión extranjeros, para quienes el pronóstico electoral tenía un valor muy importante.

Esto es, en efecto, el consenso de que la elección sería cerrada si se apoyó en el conjunto de las encuestas, aunque había una especie de ánimo que favorecía mucho las dudas sobre la posibilidad de triunfo de la oposición.

b) ¿Este grave "error" de las encuestas es, objetiva o cuantitativamente hablando, muy grande?

Para resolver esta pregunta es necesario convenir un método objetivo de medición del error y establecer algún parámetro de comparación.

Lo primero a señalar es que de acuerdo con los márgenes de error reportados, en la mayoría de las encuestas no era posible afirmar con certidumbre estadística si un candidato estaba realmente arriba del otro. Lo que se debió reportar era ese hecho. De las 13 encuestas publicadas una semana antes de la elección, tres no reportan margen de error, de modo que no se puede saber si la diferencia entre primero y segundo era significativa. De las otras 10, sólo en la de Alduncin-Espinoza Iglesias los intervalos de confianza de las estimaciones que reporta no se interceptan. Sin embargo, como este investigador realiza la encuesta por intercepción en las calles, el margen de error reportado en realidad no tiene ningún significado, ya que en realidad no se conoce la probabilidad

CUADRO 1

PRONÓSTICO POR AGENCIA Y DESVIACIÓN MEDIDA POR TRES MÉTODOS DISTINTOS

AGENCIA	FLO	FOX	CCS	OTROS	M1	M3	M5
AcNielesen/Milenio	43	39	16	3	4.4	3.8	10.5
Alducin/Democracy watch*	36	41	20	3	2.4	2.1	1.5
ALLducin/Espinosa Iglesias**	35	41	20	4	2.4	2.4	0.5
Arcop	38	43	17	3	0.4	0.5	1.5
CEO/Universidad de Guadalajara	43	39	15	3	4.4	4.2	10.5
Consultores y Marketing Político	41	38	18	3	5.4	3.5	9.5
Demotecnia	34	44	16	6	0.6	1.5	3.5
Fishers	42	36	19	3	7.4	4.8	12.5
Greenberg-Pearson43	39	15	3	4.4	4.2	10.5	
Investigaciones Socs. Aplicadas/GEA	37	39	19	3	4.4	2.5	5.5
Mund/Dallas Morning News	37	36	27	0	7.4	5.8	7.5
Reforma	42	39	16	3	4.4	3.5	9.5
Reuters/Zogby	44	41	15	1	2.4	3.8	9.5
Promedio	40	40	18	3	3.9	3.3	7.1
Resultado oficial	36.9	43.4	17.0	2.7			

* Se ajustó "Otros" de 5 a 3% para que sume 100%.

de selección de cada entrevistado. Esto es, los intervalos de confianza dentro de los cuales está la estimación de las preferencias para cada candidato de las encuestas que acertaron y de las que no, se traslapan.

Cualquier medición de la desviación entre el pronóstico y el resultado tiene problemas. Los métodos de estimación del "error" más convencionales¹ y utilizados en este trabajo son:

La diferencia entre el pronóstico y el resultado al ganador (M1).

El promedio de la diferencia entre el pronóstico y la votación para los tres partidos más grandes (o los que obtuvieron más de 15 por ciento) sin considerar signo (M3).

La diferencia entre el pronóstico y la votación de la diferencia entre el primero y el segundo lugar (M5).

En el cuadro 1 se presentan los resultados de la encuesta final de cada una de las agencias y el error medido en cada uno de los tres métodos. El primer método (M1) ignora la eficacia de la estimación para los otros partidos, pero evita el problema de M3: entre más partidos se incluyen, menor es el promedio, aunque haya errores grandes. M5 mide la eficacia de la encuesta en producir la información básica de una elección, quién ganó y por cuán-

to, pero es difícil de entender; mide sólo la eficacia para primero y segundo y puede ofrecer información errónea: una encuesta mide bien la diferencia, pero lejos del lugar preciso del resultado. Por ejemplo, Alducin-Espinoza Iglesias es más preciso que Arcop en la diferencia, pero es menos eficiente en la precisión del pronóstico.

Si tomamos el promedio de la diferencia entre el pronóstico y la votación para los tres partidos más grandes (los que obtuvieron más de 15 por ciento) sin considerar signo (M3), podemos observar la posición relativa del error del 2000 con respecto a una serie de las encuestas de los Estados Unidos y dos previas en México (Ver Cuadro 2).

La eficacia del conjunto de las encuestas este año es mejor que el peor año en los Estados Unidos (1948) y mucho mejor que el de México en 1994, aunque cabe señalar que este último está muy sesgado por un pronóstico muy malo. Si quitamos del promedio el error extremo en 1994, el promedio general es de 4.3. Es decir, la eficacia global de las encuestas finales del 2000 es superior a la de 1994, cuando sólo se destacó la falla del pronóstico extremo.

El promedio del error (M3) no es suficiente para evaluar la eficacia de los pronósticos, por eso tratamos

¹ Mosteller, Frederick, et al. *The Pre-election Polls of 1948*, Social Science Research Council, New York, 1949. Mitofsky, Warren, J., *Was 1996 a Worse Year for Polls than 1948?*, Public Opinion Quarterly, 1998, pp. 62, 230-249. Jowell, Roger, Barry Hedges, Peter Lynn, Graham Farrant and Anthony Heath, *The 1992 British Election: The Failure of the Polls*, Public Opinion Quarterly, 1993, pp. 57, 238-263.

CUADRO 2
COMPARACIÓN DEL ERROR PROMEDIO MÉXICO-E.U.A.

PAÍS	AÑO DE ELECCIÓN	ERROR PROMEDIO ¹
E.U.A.	1960	1.0
E.U.A.	1968	1.3
E.U.A.	1976	1.5
E.U.A.	1988	1.5
E.U.A.	1996	1.7
E.U.A.	1956	1.8
E.U.A.	1972	2.0
E.U.A.	1992	2.2
E.U.A.	1984	2.4
E.U.A.	1964	2.7
MÉXICO	1997	2.7
E.U.A.	1980	3.0
MÉXICO	2000	3.3
E.U.A.	1948	4.9
MÉXICO	1994	5.4

¹ Para los partidos con más de 15% de votos.

CUADRO 3
JERARQUIZACIÓN DE LAS AGENCIAS CON BASE EN TRES MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE ERROR

AGENCIA	M ₁	M ₂	M ₃	PROMEDIO	ACEPTÓ EL GANADOR
Arcop	1	1	2	1.3	SI
Demotecnia	2	2	4	2.7	SI
Alducin/Democracy watch	3	3	3	3.0	SI
Alducin/Espinosa Iglesias	4	4	1	3.0	SI
Investigaciones Socs. Aplicadas/GEA	5	5	5	5.3	SI
Reforma	6	6	7	6.7	NO
Reuters/Zogby	7	9	9	7.7	NO
AcNielesen/Milenio	8	8	10	8.7	NO
Consultores y Marketing Político	11	7	8	8.7	NO
CEO/Universidad de Guadalajara	9	10	8	9.0	NO
Mund/Dallas Morning News	13	13	6	10.7	NO
Greenberg-Pearson	10	11	12	11.0	NO
Fishers	12	12	13	12.3	NO

de construir una visión que combina los tres métodos, basada en el promedio que se obtiene de la jerarquización de la precisión de los pronósticos por cada método. El cuadro 3 indica la posición de cada pronóstico, según cada uno de los tres métodos utilizados (Ver Cuadro 3).

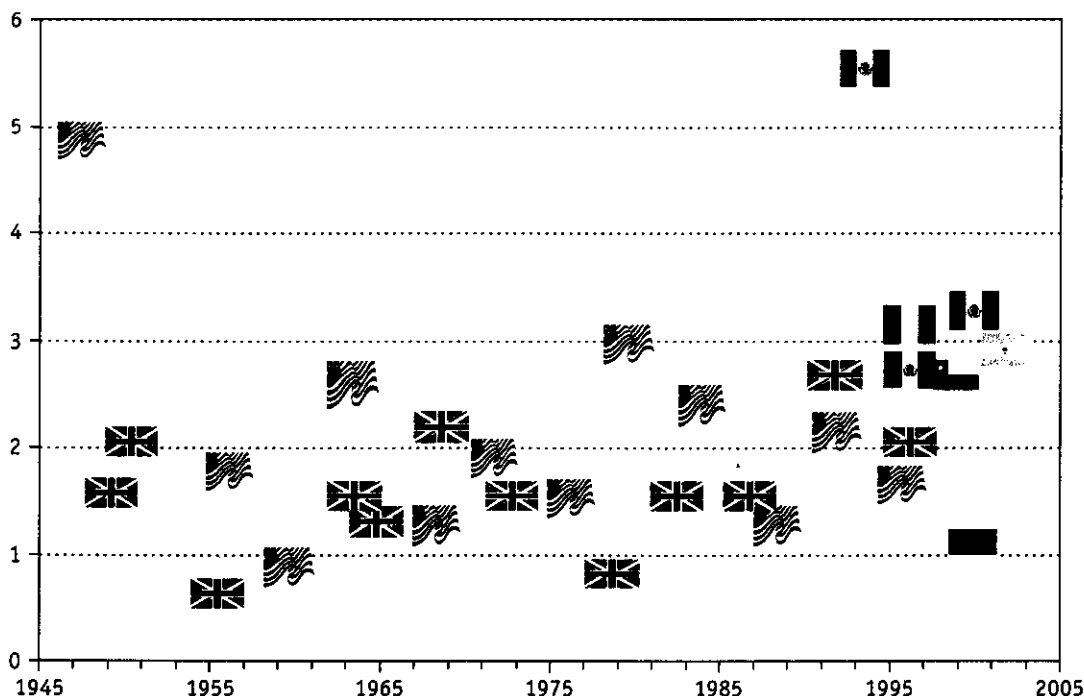
Las cinco agencias que acertaron en el pronóstico encabezan la lista y las que no acertaron tienen un promedio de la jerarquización mayor a 5.3.

Sorprende el error de Zogby, quien en la elección Presidencial de 1996 en los Estados Unidos quedó en primer lugar en todos los métodos de evaluación.

En la elección pasada, las encuestas como conjunto fallaron al desorientar al público respecto al resultado esperado, pero el tamaño de la desviación promedio entre sus pronósticos y el resultado es menor que el de 1994, cuando nadie les reclamó nada.

Por otro lado, es necesario reconocer que el conjunto de las encuestas transmitió al elector la información básica necesaria para la formación de la mayoría electoral que se expresó claramente el 2 de julio. Si bien la elección puede interpretarse como un voto retrospectivo en contra del partido gobernante que se formó a partir de la crisis de 1994-1995, este voto ya se había expresado desde 1997 (la votación relativa por el PRI es casi idéntica en 1997 y el 2000). Faltaba la expresión de un voto estratégico a favor de un candidato de oposición. Lo que el electorado que optó por un voto estratégico necesitaba saber fue lo que las encuestas le dijeron: Fox podía ganar la elección y Cárdenas no tenía oportunidad. La propia comunicación del equipo de Fox centró en esto su estrategia y manejó, incluso, las encuestas como parte de la información que utilizó.

GRÁFICA 1
ERROR PROMEDIO DE LAS ENCUESTAS FINALES POR PAÍS EN DIFERENTES AÑOS



Es decir, si la función de las encuestas es proporcionar al electorado información relevante para su decisión electoral (la posición propia frente a la del otro), no se puede decir que las encuestas del 2000 no cumplieron.

No obstante, es preciso reconocer que la calidad de la investigación en México no es de las mejores, si comparamos el error promedio a los tres partidos mayores de 15 por ciento con el que se ha obtenido en otros países. Como se puede ver, estamos en los rangos de error más altos.

I. ¿CÓMO SE HA INTERPRETADO ESTE ERROR DE LAS ENCUESTAS?

En una síntesis muy apretada que no hace total justicia a quienes han publicado algo en forma de artículo (no declaraciones a medios), las interpretaciones se pueden agrupar en las siguientes tres:

- a) Ocultamiento del voto en la no respuesta a la pregunta electoral (Enrique Alduncin y Stanley Greenberg)
- b) Las preferencias cambiaron entre la última medición y la elección (Ana Cristina Covarrubias).
- c) Quienes no acertaron, fallaron porque no captaron o no buscaron adecuadamente al votante (Rafael

Giménez, Ricardo de la Peña, Alejandro Moreno y Ulises Beltrán).

Cabe destacar que nadie ha señalado como posible fuente de error deficiencias derivadas de la técnica de muestreo, del manejo del rechazo y/o la no respuesta o del trabajo de campo.

Estas y otras explicaciones posibles son hipótesis que seguramente pueden estudiarse con información objetiva. Pero esta exploración es posible sólo por una revisión integral de los métodos utilizados en la selección de la muestra, en el trabajo de campo y en la interpretación de resultados.

El propósito de esta nota es revisar los que, a mi juicio, son los temas básicos de esta revisión y, en la medida de lo posible, tratar de ilustrar con información disponible posibles vías para evaluar las hipótesis que se plantean. No se trata de un pequeño curso de investigación cuantitativa, sino de un ejercicio que trata de fijar los que podrían ser los temas básicos que las encuestas electorales enfrentan en México.

I. FUENTES DE ERROR EN LAS ENCUESTAS.

Error de muestreo: Se debe a que una muestra no es la población completa, sino una parte de la misma, o

a que la muestra diseñada no “representa” adecuadamente a la población objetivo.

Error no muestral: Introducido imperceptiblemente a la encuesta y, por tanto, más difícil de controlar.

Las fuentes principales de este tipo de error son:

- i) *La no respuesta:* Debida al fracaso en localizar a algunos individuos o a su renuencia a contestar las preguntas.
- ii) *Respuestas inexactas o errores de medición:* Debido a imperfección de los instrumentos de medición (errores de definición en las preguntas del cuestionario, efectos de contexto o efectos por respuestas socialmente esperadas) o bien incapacidad del personal de campo.
- iii) *Errores de codificación.*
- iv) *Sesgo de selección:* Ocasionados por cambios arbitrarios en los elementos muestrales.

Ninguna de las así llamadas ventanas metodológicas publicadas permite una apreciación detallada de las encuestas de las agencias de investigación que participaron en las elecciones del 2000.²

Revisemos el trabajo de encuestas realizadas en esta temporada por etapas de la investigación.

i. *Diseño del instrumento*

Los temas relevantes que surgen alrededor de este tema son:

- Redacción de la pregunta.
 - Tiende a haber consenso en preguntar sobre la preferencia electoral al momento de la encuesta, más que sobre la conducta esperada en el momento de la elección.
 - Subsiste el problema de cuál preferencia se mide, la de los candidatos, de los partidos o de las alianzas, cuando hay alianzas.
- Uso de tarjeta, boleta auto administrada o pregunta abierta.
 - La tarjeta y la boleta resuelven el problema sobre cuál preferencia preguntar.
 - La pregunta espontánea mide muy bien las preferencias más disponibles al respondente, pero dependen mucho de la información disponible y, supuestamente, introduce errores de tipo respuesta socialmente esperada.
 - En nuestra experiencia no se puede generalizar que el uso de urna tiene una relación directa con la mayor eficacia de la encuesta para estimar co-

rrrectamente las preferencias electorales. La usamos siempre por elegancia metodológica (se reproduce más cercanamente el fenómeno que se está investigando).

- Efecto de contexto, posición de la pregunta en el cuestionario. Ciertamente la posición de la pregunta en el cuestionario resulta en estimaciones diferentes.
- Variables sociodemográficas relacionadas con la variable de interés. Vale la pena discutir si las variables que utilizamos incluyen todas las variables de contexto social que pueden estar relacionadas con las preferencias.
- Variables necesarias para validar la muestra y para los modelos de estimación, de las preferencias. Este tema se puede analizar mejor al tratar los modelos de estimación que se discuten más adelante.

ii. *Definición de la población objetivo.*

La población objetivo es, sin duda, el votante, una población que de hecho no se conoce *ex ante*.

Aproximaciones posibles:

- Mayores de 18 años,
- Registrados para votar, ¿Sólo con credencial o que vivan en el área de su sección electoral?, ¿Cuál es una lejanía adecuada, si ya no viven en la dirección de su credencial?
- Ubicación del votante probable.
- Filtros o no. En cualquier caso, ¿Cuáles son las variables adecuadas para identificarlos?

Volveremos a este tema en el capítulo de ponderaciones y en el de interpretación de resultados.

iii. *Selección de la muestra*

Como sea, los individuos que acuden a las urnas el día de la elección son la última etapa de selección de la muestra que se diseña. Una aproximación a esta población es, sin duda, la población registrada para votar. Además del problema que plantea seleccionar una muestra sobre una población que no se conoce *ex ante*, en las condiciones presupuestales en las que se da la investigación no es factible utilizar como marco muestral el padrón. La encuesta tendría que levantarse a partir de una selección de individuos del padrón electoral. Es posible, pero sería muy costoso, además de que no resuelve el problema planteado por la necesidad de identificar al probable votante. Todas las agencias siguen un método de selección en etapas. Probablemente, el único punto a resolver al respecto es: qué es mejor seleccionar, secciones electorales o Agebs.

² Beltrán, Ulises, Marcos Valdivia, *Accuracy and Error in Electoral 1999 Forecast: The Case of Mexico*, International Journal of Public Opinion Research, 1999, Vol 11, No.2, pp. 115-134.

En nuestra experiencia, el uso de Agebs o secciones no hace mayor diferencia en cuanto a la eficacia para hacer un pronóstico más confiable. Sin embargo, puede introducir diferencias importantes en la calidad de la investigación por el conocimiento de la población, las cartografías disponibles y la experiencia de los encuestadores. También permite análisis agregados diversos de distinta naturaleza. Creo, pues, que éste es un tema muy relevante.

iv. Recolección de la muestra

a) Momento del levantamiento.

Un examen de las series disponibles de encuestas en este proceso electoral muestra que las encuestas levantadas muy lejos del momento de la elección produjeron estimaciones muy alejadas del resultado esperado. Que a medida que se acercó el levantamiento a la jornada electoral, estas desviaciones se redujeron, aunque sigue habiendo una variabilidad importante, no sólo entre agencias, sino en seguimientos de una misma agencia. Éste parece ser un comportamiento muy común (Ver Gráfica 2).

Una de las dudas centrales que se han planteado es si las encuestas, como conjunto, fallaron porque se levantaron relativamente lejos de la jornada electoral y las opiniones cambiaron. A juzgar por las encuestas de salida, esto no habría ocurrido. Las preferencias de que-

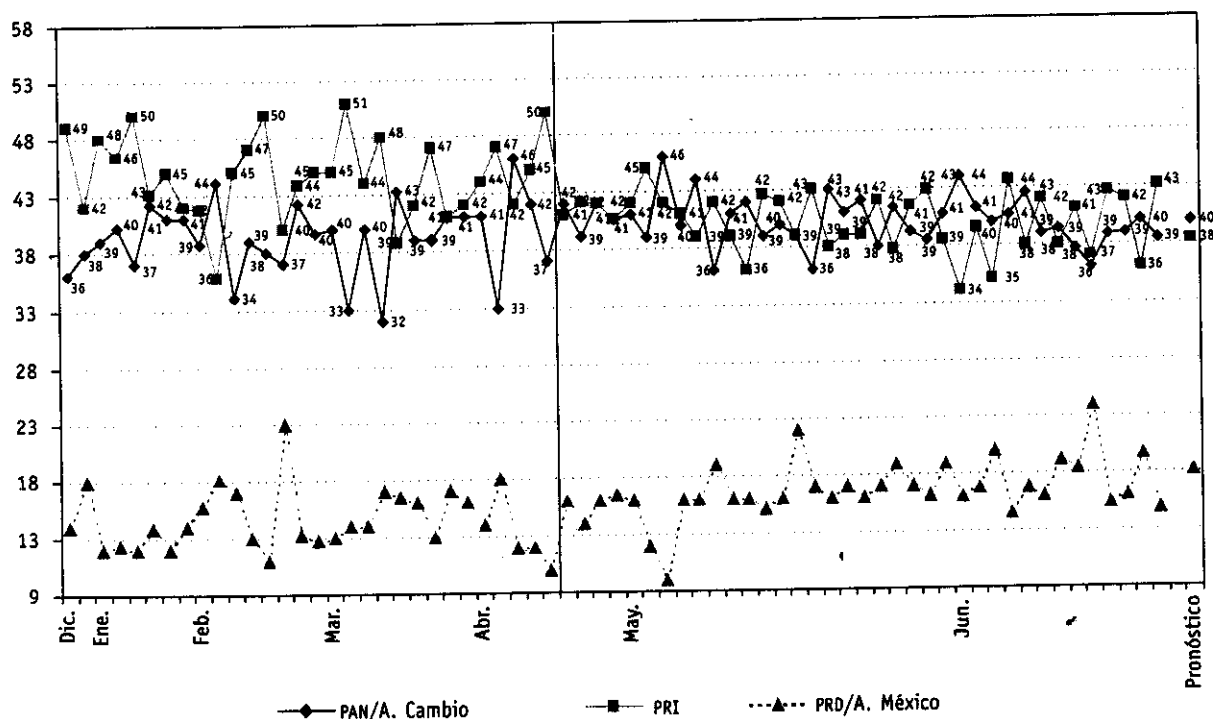
nes cambiaron al final se distribuyen en la misma proporción para todos los partidos (Ver Cuadro 4).

Los sistemas de notación de muestras (*trackings*) servirán mejor para resolver esta duda, pero podrían introducir un problema de medición que no puede ignorarse: la duración del trabajo de campo. Por razones obvias, la investigación que se realiza en los procesos electorales tiene una fuerte presión de tiempo, ya que si no se reporta rápidamente pierde su oportunidad. Entre más tiempo se invierte en la recolección de los datos, mayor calidad tiene la encuesta, básicamente porque se da oportunidad a un manejo adecuado de la localización y los rechazos. Los seguimientos continuos por necesidad suelen estar más presionados.

b) Selección del respondiente y manejo y reporte de los no accesibles, el rechazo y la no respuesta en general:

- Selección aleatoria.
- Selección por cuotas.
 - Cuotas simples de edad y sexo, o cuotas más complejas que incluyan variables como situación laboral o que se supongan asociadas con la variable electoral.
- Sustitución de las unidades donde no hay respondiente accesible (aleatoria o no).

GRÁFICA 2
ESTIMACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL



CUADRO 4
DISTRIBUCIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL SEGÚN MOMENTO QUE DECIDIÓ VOTAR

ENCUESTAS DE SALIDA

¿Usted cuándo decidió por quién votar?	REFORMA				Total
	Porcentaje de votos				
	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	
Hoy	44	35	18	3	6
En las dos últimas semanas	46	33	15	6	5
En el último mes	47	34	17	2	8
En los últimos tres meses	55	25	15	5	14
Desde antes	43	39	17	1	66
No sabe	53	41	6	0	1
Total	45	36	17	2	

TELEVISIA: CONSULTA-MITOFSKY

¿Hace cuánto tiempo decidió ud. Votar como lo hizo el día de hoy?	Porcentaje de votos				
	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	Total
Este mes	47	31	17	5	10
Este año	54	26	15	4	19
El año pasado	52	27	20	1	13
Siempre vota igual	38	45	15	2	56
No sabe- no contesto	24	41	26	8	2
Total	44	37	16	3	

¹ Alianza por el cambio (PAN-PVEN).

² Alianza por México (PRD-PT-PAS-CO-PSN).

• Manejo de los rechazos.

Esta es, sin duda, una de las grandes ausencias metodológicas en México. En última instancia, la información más importante a saber es si las estimaciones obtenidas son estadísticamente diferentes entre sí. Para ello no basta conocer los errores teóricos, es indispensable conocer el error estándar real de las estimaciones y esa es una cifra que hoy es imposible conocer en tanto no se midan y den a conocer las cifras de rechazo y no localización y/o los ponderadores utilizados para corregir los sesgos introducidos por la no respuesta.

La selección de la cuota misma implica un problema adicional. ¿Cuáles son los parámetros poblacionales correctos?

Según el conteo de población del INEGI, los parámetros poblacionales no cambiaron mucho entre 1990 y 1995. La publicación de los resultados preliminares del XII Censo sólo permiten conocer la estructura por sexo. A juzgar por el reporte del Conapo sobre la situa-

ción demográfica de México en el 2000, al parecer hay cambios importantes en algunas variables que modificarían de manera importante las estructuras utilizadas para la definición de cuotas basadas en datos de 1990 ó 1995. Concretamente: la edad media de la población se incrementó en 1.8 años y pasa de 25.1 a inicios de 1995 a 26.8 a fines del año 2000. La población en edad de trabajar (15 a 64 años) creció en un 15.8 por ciento en el mismo periodo, así como el de adultos mayores (65 años o más), que creció un 23.5 por ciento.

v. Efectos por entrevista

Este es un tema muy vasto en el que seguramente las agencias podrían aportar una rica experiencia con respecto a la hora del levantamiento, el sexo del respondente y el uso de identificadores del entrevistador.

De alguna manera este tema se relaciona con el tema del ocultamiento por miedo y el "efecto Nicaragua". Hace tiempo hicimos un experimento, cuyos resultados se publicaron.³

³ Véase Voss, Stephen D., Andrew Gelman and Gary King, *Pre-election Survey Methodology: Details From Eight Polling Organizations, 1988 and 1992*, Public Opinion Quarterly, 1999, pp. 59, 98-132, para conocer un examen sistemático de la metodología de las encuestas electorales de los Estados Unidos. Este es un ejemplo de lo que se puede hacer y de la conveniencia para la investigación de un ejercicio de ese tipo.

CUADRO 5

PRONÓSTICO CON ENTREVISTADOR IDENTIFICADO Y CON ENTREVISTADOR NEUTRAL

Municipio	No.	Partido	Votación	Muestra con entrevistador identificado	Muestra con entrevistador neutral
Culiacán 92	355	PAN	41	43	37
		PRI	56	55	62
Mazatlán 239	239	PAN	36	38	36
		PRI	56	58	59
Puebla 92	500	PAN	35	27	22
		PRI	58	70	70

Si bien sería muy arriesgado concluir algo definitivo con base en esta limitada evidencia, es posible afirmar que no parece observarse un patrón consistente y que las diferencias obtenidas utilizando encuestadores identificados o neutrales son muy pequeñas y estadísticamente no significativas.

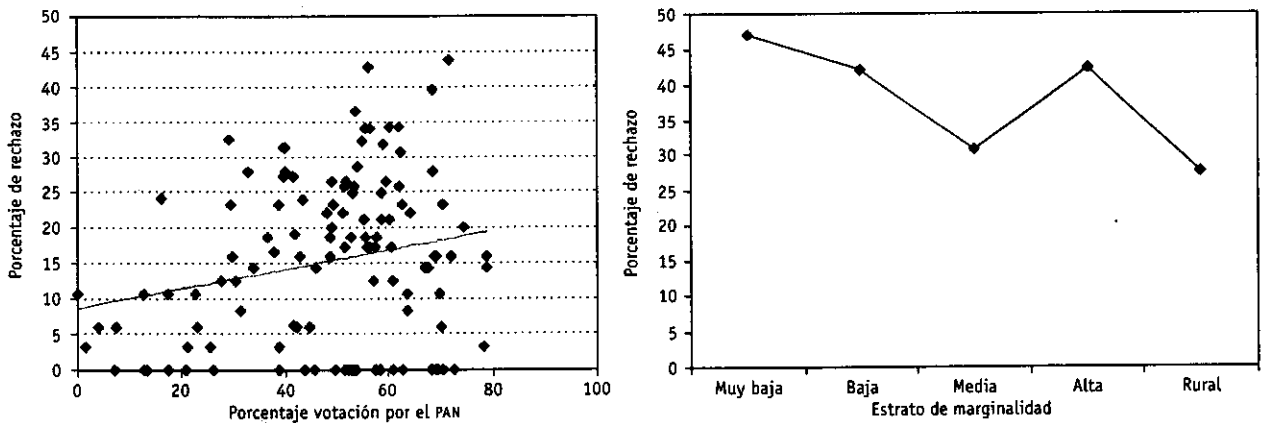
vi. Ponderaciones

Corrección por desviaciones de estructura poblacional o no respuesta.

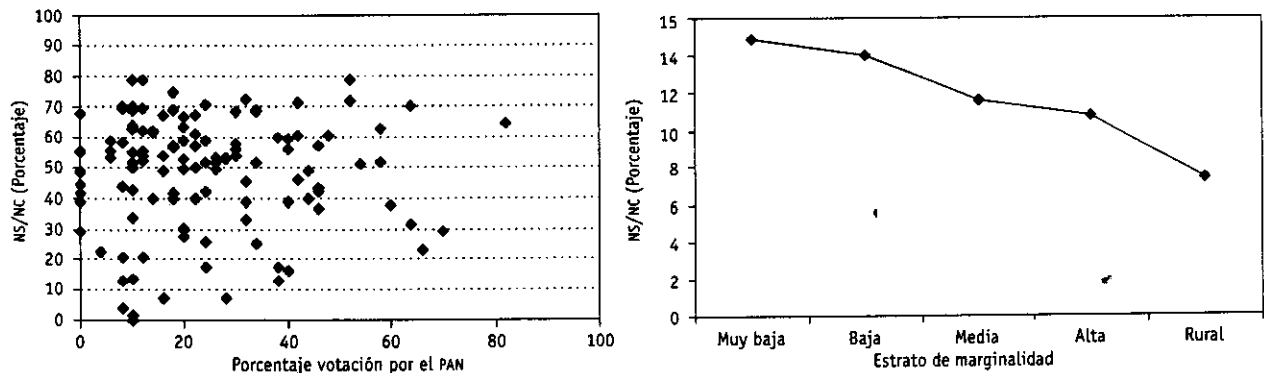
En la realidad no existen las muestras autoponderadas por fallas de levantamiento y el efecto del rechazo y de la no respuesta. Lo más importante es que todo parece indicar que no hay independencia entre el rechazo y los estratos definidos por las preferencias electorales de la última elección en la sección y tampoco con variables sociodemográficas básicas. Por eso es indispensable ponderar para corregir (Ver Gráficas 3 y 4).

El ponderador puede corregir el efecto de los pesos relativos de los distintos estratos poblacionales, pero no

GRÁFICA 3
RECHAZO DE LA ENTREVISTA



GRÁFICA 4
NO RESPUESTA A LA PREFERENCIA ELECTORAL



resuelve el problema cualitativo de fondo: no sabemos si los que no capté piensan igual que los que sí capté. Por eso es indispensable insistir en la necesidad de técnicas de selección del respondiente que aseguren su selección aleatoria o que incluyan más de un intento de localización. Además, persiste el problema de los parámetros poblacionales utilizados, que se mencionó en la sección de cuotas.

Ponderación para aproximar la población votante.

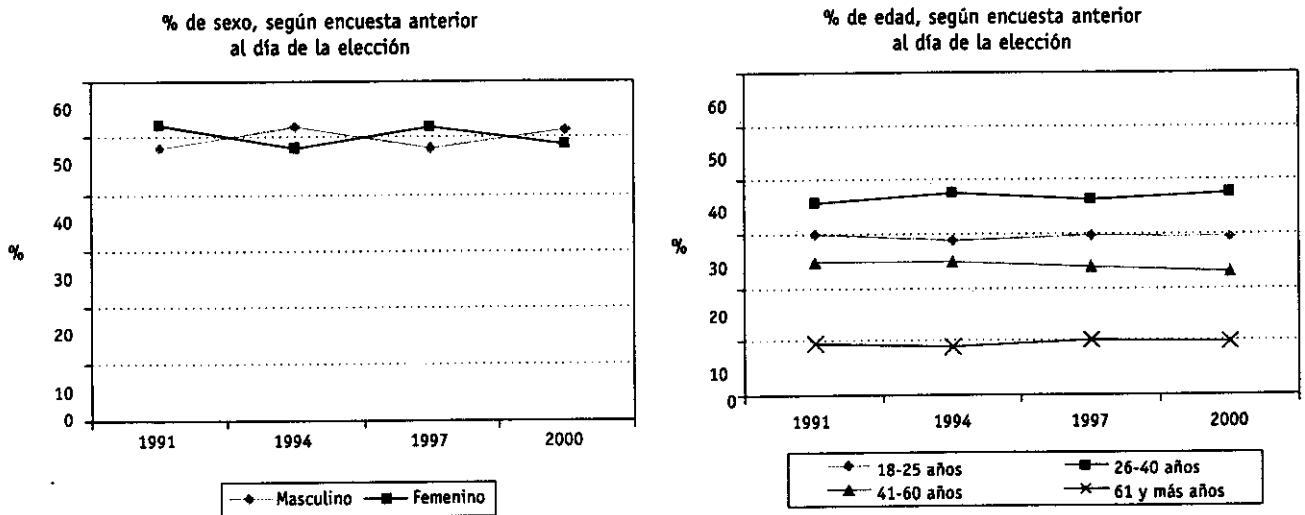
Los ponderadores podrían utilizarse también para "simular" la población votante utilizando los resultados

de las encuestas de salida. Esta ponderación asume que la población votante no es muy distinta entre elecciones; es decir, resuelve el problema *ex ante, ex post* con base en el comportamiento histórico. Este parece un supuesto válido, pues aún la elección del 2 de julio parece ser el resultado de una población fundamentalmente similar a la que usualmente vota (Ver Gráficas 5 y 5a).

De cualquier manera, una ponderación de los resultados por la población votante no resuelve la desviación entre la estimación de preferencias y los resultados (Ver Cuadros 6 y 7).

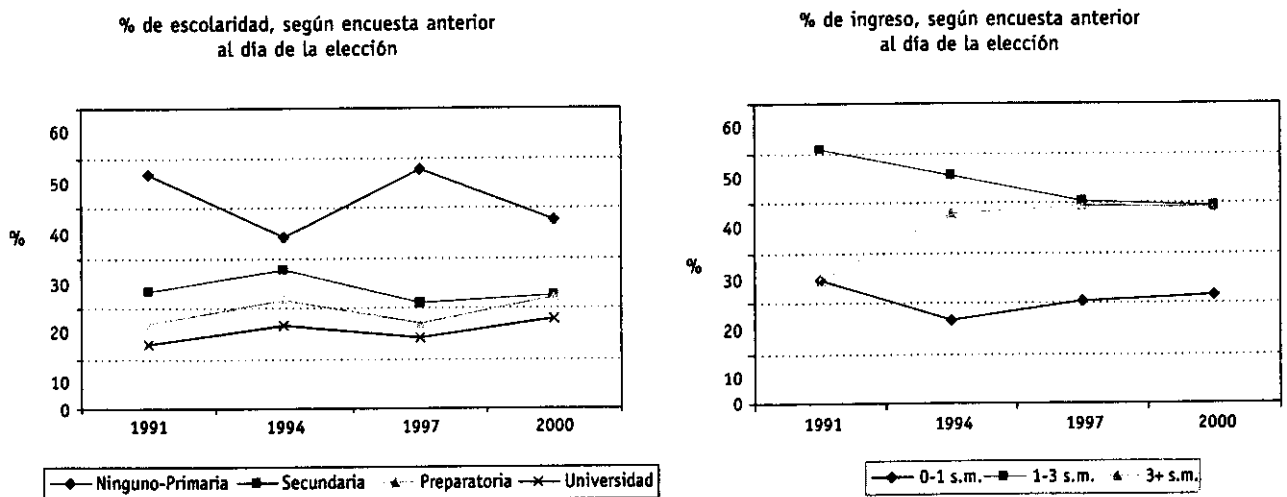
GRÁFICA 5
PERFIL DEL VOTANTE EN LAS ELECCIONES DE 1991, 1994, 1997 Y 2000

(Datos basados en encuestas de salida)



GRÁFICA 5a
PERFIL DEL VOTANTE EN LAS ELECCIONES DE 1991, 1994, 1997 Y 2000

(Datos basados en encuestas de salida)



CUADRO 6
ESTIMACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL CONSIDERANDO LA DISTRIBUCIÓN DEL VOTO
Y DEL VOTANTE DEL 2000 SEGÚN GÉNERO Y TIPO DE SECCIÓN
(Porcentaje de voto para cada partido)

Tipo de estimación	Encuesta Reforma (Levantamiento: del 16 al 18 de junio)					Encuesta de seguimiento (tracking): AT (Levantamiento: del 24 al 29 de junio)				
	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	Error promedio	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	Error promedio
Efectiva	42	39	16	3	1.2	41	39	18	2	1.5
<i>Ajuste según distribución del voto 2000</i>										
Género: masculino, femenino	43	39	15	3	1.1	41	39	17	2	1.4
Tipo de sección: urbana, mixta y rural	39	42	15	4	3.1	41	39	17	2	1.2

Fuente: Reforma, Asesoría Técnica Presidencia de la República (AT)

¹ Alianza por el cambio (PAN-PVEM)

² Alianza por México (PRD-PT-PAS-CD-PSN)

* Corrección de datos agregados.

CUADRO 7
ESTIMACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL CONSIDERANDO EL PERFIL DEL VOTANTE DE 1997 Y DEL 2000
(Porcentaje de voto para cada partido)

Tipo de estimación	Encuesta de junio: AT (Levantamiento del 5 al 9 de junio)					Encuesta de seguimiento (tracking): AT (Levantamiento del 24 al 29 de junio)				
	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	Error promedio	AC ¹	PRI	AM ²	Otros	Error promedio
Efectiva	39	43	16	2	2.9	41	39	18	2	1.5
<i>Ajuste según distribución del voto 1997</i>										
Género: sexo, edad, escolaridad	39	43	16	3	3.0	38	41	18	2	2.8
Perfil: sexo, edad, ingreso	40	42	16	2	2.7	38	41	19	2	2.7
<i>Ajuste según distribución del voto 2000*</i>										
Género: sexo, edad, escolaridad	39	42	16	3	2.5	39	40	19	2	2.3
Perfil: sexo, edad, ingreso	39	43	15	2	3.1	38	41	19	2	2.9

¹ Alianza por el cambio (PAN-PVEM)

² Alianza por México (PRD-PT-PAS-CD-PSN)

* Población con credencial de elector. Los casos en la encuestas se ponderan según corresponda para reproducir a la población votante.

Por aquí anda escondido el problema de la participación electoral. A fin de cuentas la diferencia entre la población mayor de 18 años registrada para votar y los votantes es la abstención. Las encuestas no son muy eficientes, por lo menos las de mi oficina no lo son, para estimar una probable participación electoral. Siempre hay diferencias entre la participación esperada y la real. De todos modos se sobrestima la participación y se suele medir correctamente las preferencias. Esto indica que las razones por las que el votante probable no vota son independientes de la preferencia.

Por otro lado, la participación electoral no es homogénea entre estratos sociodemográficos y de preferencias electorales; es decir, sería plausible pensar que algunos errores de medición están relacionados con esta asociación de las preferencias con niveles distintos de participación que las encuestas no captan adecuadamente.

La pregunta relevante al respecto es si basta con las aproximaciones a la población votante por cualquier vía (ponderaciones, filtros o identificación de votantes probables con otras variables medidas en la encuesta) o si

es conveniente utilizar también escenarios de participación electoral a la hora de estimar.

Aproximación a la población votante: filtros o identificación de votantes probables con otras variables medidas en la encuesta.

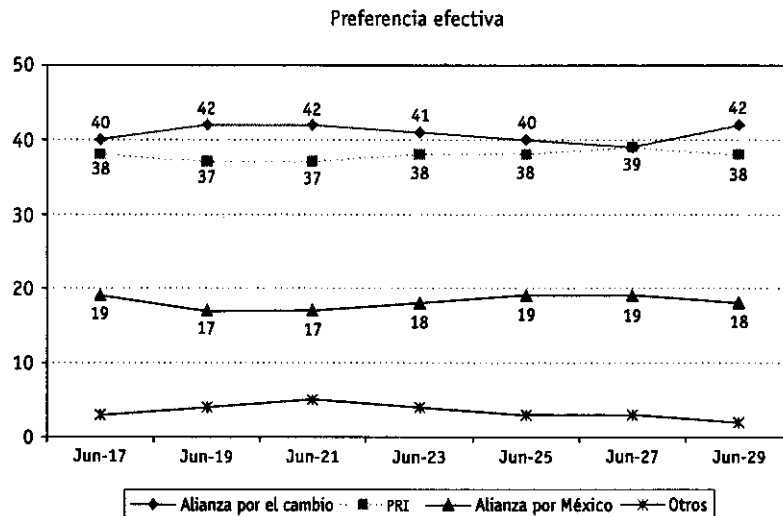
Este fue un tema relevante en la discusión de esta temporada. Por primera vez se discutió públicamente la necesidad de reportar las preferencias de los votantes más probables o no. Para identificarlos, la literatura y la práctica más común ha sido utilizar preguntas sobre el comportamiento electoral previo (corrigiendo por edad) y la probabilidad de que el encuestado vaya a votar como

las variables tradicionales para filtrar o identificar en la muestra al probable votante.

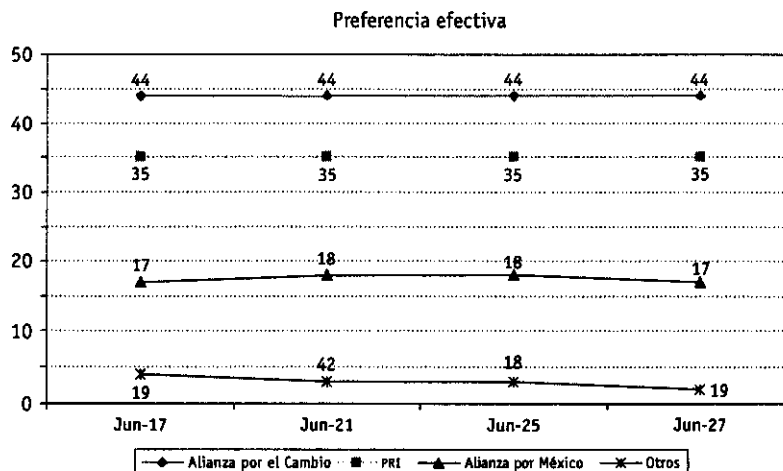
Otros investigadores han sugerido que variables relacionadas con la experiencia o conocimiento de asuntos políticos, como el interés en la elección o la información política disponible al encuestado, son mejores variables para identificar al votante probable.

Como se puede observar, la estimación basada en la probabilidad de votar y ponderada por el interés del encuestado en la campaña permitió obtener estimaciones muy precisas, mientras que las estimaciones basadas en variables como la votación en elecciones previas y la probabilidad de votar, produjeron estimaciones no sólo erróneas, sino muy inestables.

GRÁFICA 6
PREFERENCIAS FILTRADAS POR ASISTENCIA A VOTAR EN LAS ELECCIONES PREVIAS Y PROBABILIDAD DE VOTAR



GRÁFICA 7
PREFERENCIAS FILTRADAS POR PROBABILIDAD DE VOTAR Y POR INTERÉS EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES



vii. Interpretación de resultados.
Modelos de estimación

Pronóstico

Hay quienes consideran que el deber del investigador es, simplemente, reportar la medición de las variables obtenidas directamente de la encuesta. Es decir, reportar los datos como se obtuvieron, indicando las proporciones para todas las categorías de la pregunta electoral. Otros consideran que lo que se espera del investigador es una estimación aproximada de lo que se espera como resultado de la elección. La decisión depende del cliente, pero tratándose de encuestas de medios o que serán difundidas durante un proceso electoral, lo más prudente pareciera ser estimar las preferencias de manera lo más pa-

recida posible a los resultados de la elección, informando de la no respuesta en general, o de lo que el investigador considera los "indecisos". Esta estimación implica necesariamente una asignación de la no respuesta.

Todo parece indicar que la simple asignación proporcional no es suficiente, ya que casi siempre lleva a errores importantes de estimación. Por lo tanto, con mayor o menor sofisticación, cualquier asignación lleva implícita la utilización de un modelo.

Algunos investigadores propusieron un modelo en el que simplemente se asigna una proporción determinada de no respuesta a la oposición y el resto al partido en el gobierno, con base en distintos supuestos. Como se puede observar, estas asignaciones simples no se pueden generalizar.

CUADRO 8
ESCENARIO CON ASIGNACIÓN DE LA NO RESPUESTA
Punto de error al partido gobernante respecto al resultado oficial
(encuestas en la quincena previa a la elección) "Elecciones en 1998 y 1999".

Estado	Toda no respuesta a oposición	20% de "no sabe" al partido gobernante	20% de "no contesto" al partido gobernante	20% de conjunto de la no respuesta al partido gobernante
1998				
Tlax.	3	-4	-4	6
Ver.	-2	1	1	0
Tamps.	-3	2	2	-1
Ags.	-4	2	2	0
Chih.	-3	2	2	-1
Pue.	-4	3	2	-1
Dgo.	-5	4	4	-2
Oax.	-5	4	4	-2
Sin.	-6	5	5	-4
Zac.	-9	6	8	-5
1999				
BCS.	1	-2	-4	5
Coah.	0	-2	-1	3
Nay.	0	-1	-1	3
Gro.	0	-1	-1	2
Hgo.	-1	0	0	1
Q.R.	-4	2	3	0
Méx.	-7	6	6	-4

Error de hasta 2 puntos

CUADRO 9
ESCENARIO CON ASIGNACIÓN DE LA NO RESPUESTA
Punto de error al partido gobernante respecto al resultado oficial
(encuestas en la quincena previa a la elección) "Elecciones en 2000".

Estado	Toda no respuesta a oposición	20% de "no sabe" al partido gobernante	20% de "no contesto" al partido gobernante	20% de conjunto de la no respuesta al partido gobernante
Mor.	-1	-1	-1	2
DF	-1	-1	0	2
Nal. I	-2	1	1	-1
Nal. IV	-2	1	1	-1
Nal. III	-4	3	3	-3
Nal. II	-7	5	5	-5
Gto.	-11	8	10	-8

Error de hasta 2 puntos

La razón principal es que el perfil de quienes dicen que no saben por quién votarían al momento de la entrevista y el de quienes no contestan, es distinto, tanto por variables sociodemográficas como de preferencias políticas.

Probablemente lo más aconsejable en este delicado y crucial proceso de estimación sea utilizar técnicas de asignación múltiple que ofrecen estimaciones con una medición de la varianza específica, derivada de la utilización del modelo.

ii. Encuestas de salida y conteos rápidos

Sin duda este es un tema de la mayor importancia. Si bien los errores en las encuestas previas pueden llevar a algunos electores a decisiones erróneas con respecto a su voto, la experiencia pasada demuestra que no tienen ninguna consecuencia seria para el proceso electoral. Por el contrario, un error importante en una encuesta de salida y/o un conteo rápido, particularmente si proviene de la autoridad electoral, podría tener consecuencias más serias para el proceso electoral.

El error ha ocurrido y la posibilidad de que ocurra es muy grande, por la manera como se manejan ambas técnicas.

En primer lugar, el diseño del sistema de información debe combinar dos objetivos: la precisión y la oportunidad. Esto es, debe poder ofrecer información confiable lo más pronto posible. Esto obliga a diseños complejos y a varias etapas de ponderación.

En segundo lugar debe entenderse que se trata de un sistema de información, no de dos. Tengo la impresión de que existe una percepción de que se deben hacer, y de hecho se hacen dos cosas distintas, la encuesta de salida y el conteo.

Cito lo que dice quien ha hecho esto para las cadenas de los Estados Unidos por más de 30 años, Warren Mitofsky:

“Las cadenas usan encuestas de salida en las noches electorales por dos razones: proyección y análisis. Se difunden proyecciones basadas en encuestas de salida al momento del cierre de las casillas, en elecciones en las que se veían como victorias claras para un candidato.

Estas proyecciones nunca han citado estimaciones de los porcentajes para cada candidato provenientes de encuestas de salida. Un analista del VNS o de la cadena, menciona únicamente quién es el candidato ganador una vez que las casillas cerraron. Las cadenas **nunca han reportado un margen de victoria basadas en las encuestas de salida”.**⁴

Ciertamente, este no parece ser el caso en México para todas las agencias, por lo que enfrentamos graves riesgos.

Otro tema que sólo quiero dejar apuntado es sobre la pertinencia y los riesgos que involucra que la autoridad electoral haga conteos rápidos. En mi opinión, el IFE debe basar sus proyecciones en el espléndido Programa de Resultados Electorales Preliminares que ha desarrollado, hacerlo accesible de maneras más eficientes a las agencias para que lo incorporen a sus pronósticos y nunca arriesgarse a un error, que siempre es posible.

iii. Conclusión

Creo que todos quisiéramos que en la próxima elección todas las encuestas que se levanten al mismo tiempo ofrezcan la misma medición, de modo que todos estemos seguros que las posibles diferencias ulteriores se expliquen sólo por cambios reales en las preferencias.

Creo que eso es imposible. En todos lados hay errores. Sin embargo, la gráfica 1 nos dice algo más. Los errores promedio de la industria mexicana son los más altos del conjunto de países que pude juntar para este análisis. Es decir, tenemos que hacer más para disminuir el error promedio.

Si tuviera que aventurar una hipótesis sobre dónde está el mayor rezago, me atrevo a señalar los métodos de selección de respondente, que no necesariamente tienen que ser aleatorios, sino con mejores cuotas de selección; el reporte de la no respuesta y los modelos de asignación de la misma y de estimación de la media que se busca. También me atrevería a sugerir una mayor integración de los avances académicos en los estudios del votante a la investigación en general y a los modelos de estimación. ■

⁴Mitofsky, *op. cit.*, p. 247, el énfasis es mío.

COMENTARISTAS

Ponencia Dr. Ulises Beltrán

.....

ANA CRISTINA COVARRUBIAS: El comentario tiene que ver con esto que presentaste, con relación a los filtros y a la manera de medir la posible participación.

Ha sido mi posición desde 1994, en función de un estudio realizado específicamente para el Instituto Federal Electoral sobre el abstencionismo, y está publicado, que el mejor estimador para la participación era el interés y el nivel de conocimiento. Ese estudio, precisamente –y aquí Guillermo fue la persona que asesoró a mi empresa para el manejo estadístico de esa información–, y entonces llegamos a esa conclusión, que la mejor manera de predecir era el nivel de conocimiento que se tenía del proceso electoral y el grado de interés.

A partir de ese momento siempre hemos utilizado, no la pregunta, nunca la pregunta de “oiga, ¿usted va a ir a votar?, ¿Votó en las pasadas elecciones?”, etcétera, y me he cansado de repetirlo en todos los foros en donde he tenido la oportunidad de decir “esto no te predice nada”, porque las preguntas que mejor se acercan a la predicción de la proporción son: ¿Qué tanto interés tienes en estas elecciones? Y saber si está enterado o no de aspectos cruciales de la elección, como pueden ser cuándo es, y elementos de quiénes son los contendientes. A mayor información e interés, mayor probabilidad de participación.

EDMUNDO BERUMEN: Nada más un comentario, que creo que ya le he hecho a Ulises Beltrán en foros anteriores, quiero repetirlo aquí, y es el uso de la palabra “pronóstico”.

Creo que es un uso equivocado. No pronostican, hasta donde sé, las encuestas tempranas ni las medianas ni las últimas, el resultado de la elección, y creo que en este afán de mejorar el trabajo que hacemos, hay que borrar de nuestro léxico esta palabra.

No estamos pronosticando, como él mismo lo dice, al tratar el tema de cómo hacer las preguntas, y la redacción, de situar al momento de la encuesta. No es que no se puedan hacer, simplemente no los hemos hecho. Hoy

día nos hemos quedado en el terreno de estimación del resultado, en una elección hipotética, al momento de la encuesta.

Sí se pueden hacer ejercicios de pronóstico. No los hemos visto públicamente, y los que aquí están citados en el análisis, son de los públicos, que no han hecho pronósticos.

Creo que dentro de los muchos puntos importantes, relevantes que señala Ulises Beltrán, está de manera implícita, y creo que merece que sea explícito, dos tipos de no respuesta: la total y la parcial, porque implican distintas maneras de tratarla. En el rechazo total a la encuesta se cuenta con muy pocos elementos para su tratamiento, no estamos ausentes de ellos, pero son pocos. En la parcial, tenemos muchísimos más elementos para tratar la no respuesta; y creo que esto merece que se reconozca de manera explícita.

Y una última observación. Creo que es un documento que merece leerse y releerse para sacar muchas cosas valiosas, pero una última es: no estoy de acuerdo en una aseveración que hace Ulises Beltrán de que en realidad no existen las muestras autoponderadas por el efecto del rechazo y la no respuesta. Creo que aquí hay una confusión en la concepción de qué cosa es una muestra autoponderada.

La muestra es autoponderada si el mecanismo de selección de la población objetivo le asegura a todo elemento de esa población objetivo una probabilidad idéntica que a cualquier otro que resulte seleccionado para ser entrevistado; el que este elemento me rechace la entrevista, el que mi logística de campo tenga fallas, en el primer caso sigue siendo autoponderada la muestra, en el segundo no, porque el trabajo de campo deficiente destruyó esa probabilidad, pero creo que es un tema que valdría la pena probablemente, como muchos otros trabajos, discutirlo.

MIGUEL BASÁÑEZ: Ulises, me pareció muy interesante este elemento que introduces de la diferencia entre los indecisos y los que rechazan y que el mundo recoge, abriendo a rechazo total y a rechazo parcial.

Presentaste la gráfica tres, el perfil del rechazo y dices: a mayor panismo, mayor rechazo. Me hizo pensar en ese momento que estabas sugiriendo el tema que tú y yo debatimos muchos años, el de asignación de indecisos. Pero admito que con esta figura adicional que muestras, y que puede ser muy real y que valdría la pena explorar, que lo que hemos llamado indecisos, y que sería posiblemente el rechazo parcial que menciona Edmundo Berumen, otra categoría distinta, real de indeciso, no sea el mismo perfil del rechazo total.

En fin, creo que ahí tenemos tres figuras, no las tenía yo con esta claridad que ahora estoy viendo y que vale

la pena explorar, pero sí me llama mucho la atención que a mayor rechazo mayor panismo, porque ahí podemos tener una vertiente importante para estos ejercicios de pronóstico.

Un segundo comentario se refiere a tu propuesta de irnos, que la industria se vaya por filtros (*screenings*) complejos que nos permitan introducir variables de control al final. Yo haría ahí una advertencia precautoria porque estaríamos cayendo en realidad en encuestas de cuotas, con los problemas de replicabilidad que esto tiene.

En la discusión sobre muestreo por cuotas o muestras probabilísticas, me parece que el consenso nos indica que cuando hay expertos profundamente conocedores del perfil del universo a investigar, una encuesta por cuotas puede obtener resultados muy precisos, pero el problema de replicabilidad rompe prácticamente con la validez del método científico en tanto no tengas abundancias de esos expertos conocedores, y me preocuparía que la industria introdujera estas cuotas complejas, estos filtros (*screenings*) complejos que nos mencionas, porque nos mete en un campo difícil de manejar.

RAFAEL GIMÉNEZ: De los países que seleccionaste, me parece que dos de ellos, por lo menos, no tienen restricciones para publicar encuestas. No me sorprendería mucho que para publicar encuestas en algún periodo de tiempo, como ocurre en México, entonces no me sorprendería que en México fuera más alto su promedio y su error promedio que en esos países, por lo menos dos, no estoy seguro, Chile y Argentina no sean también otro caso similar.

Y el asunto del panismo y el rechazo, a mayor panismo mayor rechazo. Esta gráfica me parece que no ha sido esa la experiencia de las encuestas electorales en México. Me parece que no ha sido un problema nunca de estimar a la fuerza del PAN, es probable que en esta elección haya ocurrido algo así en algunas encuestas. Pero yo creo, si revisamos las encuestas del pasado, y recuerdo algún texto tuyo con Marcos Valdivia, donde prácticamente no habíamos encontrado graves diferencias entre la estimación del panismo y las encuestas preelectorales.

Entonces, siendo muy importante ese descubrimiento en esta elección, creo, coincido con Miguel Basáñez, me parece que ahí no ha estado el problema hasta ahora.

ANA CRISTINA COVARRUBIAS: Ahora la réplica del Dr. Beltrán

ULISES BELTRÁN: Es muy simple, lo del interés de la elección es muy importante. Yo referiría teóricamente el trabajo de Staler sobre toda esta investigación de los persuadibles y no persuadibles, y hay una gran riqueza

teórica al respecto que puede aterrizar en preguntas adecuadas y, finalmente, lo que está uno buscando es: ¿Qué hay más allá de la identidad partidista en la definición del voto? pues los persuadibles. Entonces, ese trabajo es muy interesante y es muy importante.

Nosotros tenemos un índice de información política que nos da una extraordinaria varianza, nos explica mucha de la varianza en las preferencias electorales.

Lo de pronósticos, estoy de acuerdo en general, menos con los de la última semana. La sociedad, con todo respeto, cuando lee las encuestas de la última semana, está leyendo las últimas encuestas previas a la elección, está esperando que ese sea el resultado de la elección. O sea, estoy de acuerdo en el aspecto teórico, y tienes toda la razón, pero las de la última semana, la sociedad las lee como quién va a ganar y quién va a perder, por cuánto. Entonces, esto, ahí sí es un punto en que estaría de acuerdo con todas las demás, menos las últimas.

Lo de indecisos y no respuesta, quisiera rápidamente decir una cosa: hay cierta confusión entre lo que presenté entre rechazo, simplemente en sentido estricto. Uno debería preguntar al indeciso si es indeciso, es decir, las preguntas son "O si todavía no decide, dígamelo". Claro, esto planteó un problema cuando se utiliza urna o autollenada.

Entonces, el indeciso, en sentido estricto, es la persona que me dijo: "No me he decidido". Tenemos graves problemas para decidir, y son tres las de la pregunta: ninguno, no sabe y no contestó.

Bueno, pues yo creo que ninguno es ninguno, no le gusta ninguno, pero no sabemos si le va a gustar alguno; no sabe, pues, a lo mejor no sabe. El no contestó es quizás el asunto, hay que ver aquí a qué se dedica uno, cuál es el que toma uno y cuál analiza y cuál hace todo esto.

Lo de filtros complejos (*screenings*) y cuotas, efectivamente, aquí hay un punto delicado que es: los grandes diseños aleatorios que se hacen. Cuando se llega a la selección del respondente chocan con un problema de selección, o sea, no lo hacemos aleatoriamente, entonces, el recurso es la cuota.

Desde mi punto de vista lo único que pasa es que ampliamos los márgenes de error, pero yo creo que sigue siendo válida su selección, no la vivienda de manera aleatoria y con el uso de cuotas más completas, no creo que se llegue al extremo de que se caiga en una de cuotas por el del filtro complejo (*screening*) al final utilizar una cuota, que todos hacemos, entiendo, y que esta cuota sea más o menos compleja.

No seleccioné los países, Rafael Giménez, fueron los únicos que conseguí. Pero creo que introduces una variable fundamental: estamos tratando de realizar, con un análisis más complejo, tomando el error como variable

dependiente y buscando qué lo determina, y me acabas de dar una gran idea, o sea, una variable simulada (*dummy*) importante, posiblemente a utilizar. Si había o no restricción de encuestas es mejor tomar, en ese caso, el tiempo, la lejanía con respecto al momento de la elección y, entonces, en un momento lineal —que me sugirió Jorge Buendía—, pudiéramos meter el error como independiente y tratar de ver si hay algunas determinantes, y entre ellos la distancia de la medición con respecto a la elección, puede ser una variable muy determinante y, en ese caso, la restricción estaría introduciendo, de hecho, un error importante.

JAVIER ALAGÓN: Muy brevemente. Dentro de la gran diversidad de temas tocados, me llamó muchísimo la atención esta aplicación de los filtros a la encuesta de Reforma, en donde con la aplicación se logran, bueno, una aproximación muy fuerte a lo que fueron los resultados finales.

Creo que valdría la pena hacer ejercicios similares para las encuestas que tengamos por ahí disponibles, porque si es así, creo que una buena parte de las inquietudes que podemos tener hacia el futuro podrían ser a lo mejor ya respondidas.

Y una segunda se refiere a esta asignación o a la asignación de indecisos. Aparentemente, en las encuestas de salida aquí referidas, la intención de voto o el voto de los que decidieron en último momento fue de manera proporcional a cómo se dio la elección. Yo tengo conocimiento, de acuerdo a algunas encuestas que fueron publicadas por ahí, que no fue este el caso. Sí me gustaría, al rato quizás, escuchar alguna reacción a esto.

Brevemente, no sólo la de Reforma, la mía también, o sea, hay una coincidencia absoluta entre lo que publicó

Alejandro Moreno y lo que hicimos con los datos de la encuesta continua (*tracking*) de la oficina. Creo que por ahí hay algo importante, y tienes razón.

Y bueno, yo tomé los datos de encuesta de salida de Reforma y de Televisa y los apliqué a la encuesta de Reforma y a la propia. Y no corrigen, ¿por qué? Porque la distribución es proporcional.

JORGE BUENDÍA: Yo quisiera introducir un prurito académico en la hipótesis de que el interés en las campañas predice correctamente la participación electoral, básicamente porque estamos confirmando la validez de esta hipótesis con qué certera es la estimación preelectoral con el resultado oficial. Ciertamente, esa no es la mejor manera de validar una hipótesis. Creo que hay que ver con encuestas de salida o con encuestas de panel, si efectivamente las personas que tienen mayor interés en las campañas electorales son las que votan. Creo que esa es, en estricto sentido, la manera en que hay que confirmar esta hipótesis.

Brevemente puedo decir: ayer vi a Alejandro Poiré, me dijo que efectivamente en el panel que hicieron no cambian, o sea, los que cambian no son relevantes.

Porque la manera en que se está rechazando el uso de los filtros de por quién votó en el pasado como estimación correcta de si vota o no vota la gente, es porque los modelos basados en eso no predijeron correctamente la elección. Pero esa no es la mejor manera de falsear este tipo de hipótesis. Y en el caso de la encuesta de Roy Campos es muy claro: de los votantes que acudieron a la elección presidencial el 2 de julio, el 25 por ciento no había votado en 1997, 1994. Ahí queda muy claro que aquellos que fueron a votar hubieran sido excluidos si se utilizaba ese tipo de filtros, pero yo creo que esas son las maneras en que hay que validar este tipo de hipótesis. ■

ENCUESTAS Y ELECCIONES. UN CONTEXTO GENERAL

Miguel Basáñez

WAPOR

Quisiera desde luego felicitar por la iniciativa y agradecer la invitación del IFE y de ustedes. Me parece que es una iniciativa de la mayor importancia.

Lo que yo quisiera presentar, más que datos, la materia que a todos nosotros nos apasiona, es concentrarme en una reflexión: México, sin duda, dio en esta elección un muy importante paso adelante. El IFE y los encuestadores somos una pieza central de ese logro y nos da oportunidad de meditar sobre el significado de nuestro trabajo y sobre la responsabilidad social que este trabajo de encuestas implica.

Voy a dividir mi exposición en dos partes. En la primera, quisiera hacer un testimonial del poder transformador de las encuestas. La misión que cumplieron las encuestas en el impulso de la democracia mexicana y muy brevemente compartir con ustedes algunos trazos que a mí me tocaron vivir. Y en la segunda, quisiera referirme a la contribución que las encuestas mexicanas, o más bien, los encuestadores mexicanos, podemos hacer al conocimiento, a la cultura y a las prácticas de la comunidad internacional. Me explicaré más adelante.

Antes de iniciar déjenme compartir con ustedes que en todos los foros internacionales que como presidente de WAPOR, la Organización Mundial de Opinión Pública, tengo la oportunidad de participar, presumo el gran trabajo de mis colegas, los encuestadores mexicanos. Lo he dicho en otras ocasiones. Yo soy beneficiario de sus éxitos. Son sus éxitos los que me llevaron a la presidencia de WAPOR y me hace sentir muy orgulloso. La comunidad internacional está muy orgullosa de los encuestadores mexicanos y yo creo que tenemos motivos de sobra para estar, también, orgullosos de nosotros mismos. Pero la pregunta que nos convoca es: ¿Nos equivocamos en el 2000?

Yo diría sí y no. Me explico. A los ojos de la comunidad internacional acertamos e hicimos una contribución mayor, pero a los ojos de la comunidad nacional no. ¿Por qué? Porque en el extranjero no se percibió el detalle de

la guerra de encuestas, en el extranjero se percibieron los grandes trazos que nosotros estuvimos dando. Es decir, el extranjero percibió que había una elección en donde iba el PRI, el partido tradicional, mayoritariamente arriba, hasta un momento en donde las dos principales fuerzas se empezaron a acercar y la tercera se rezagó. Donde se cerró la elección y llegó al punto donde cualquiera de los dos, a los ojos de la comunidad internacional, podía ganar la elección. De manera que si Fox ganaba o Labastida ganaba era una elección válida.

¿Cuál es la contribución que me parece que nosotros como encuestadores logramos para el país? Que quitamos el factor central de las cinco crisis que azotaron a México desde 1968: el factor sorpresa. Aquel que desataba fenómenos de opinión pública, que arrastraban al país a situaciones de crisis.

Las encuestas eliminaron el factor sorpresa, dieron en el extranjero una clara imagen de que estábamos en el punto de las democracias donde la incertidumbre sobre el triunfo final es un elemento central. Dimos la impresión de que habíamos llegado al umbral de una madurez, que luego la elección misma, las encuestas de salida, el IFE, la conducta del Presidente, los reconocimientos de los candidatos perdedores, dieron evidencia de esa impresión que nosotros como encuestadores habíamos dado primero.

Los más viejos de este grupo tal vez recuerdan que a mí me tocó estudiar particularmente las crisis anteriores. Varios de quienes leyeron aquel artículo de 1993, "La Quinta Crisis", publicado en Este País, me preguntaban por qué no escribía sobre la sexta crisis. Mi respuesta era: porque no veía los elementos que había visto seis años antes.

¿Quiero con esto decir que la ausencia de una sexta crisis es definitiva? No, en nuestro campo no podemos hablar de certidumbres totales. Pero no veo, repito, elementos de una sexta crisis como los hubo cinco veces antes y en esta ocasión es un éxito colectivo de todos nosotros en la construcción de esas evidencias.

TESTIMONIO PERSONAL

Paso al testimonial que refería antes, yo lo llamaría de las dudas y las certidumbres. En alguna forma, parte central de nuestra actividad. Somos destructores y constructores. Somos hijos de una cultura de certidumbres blandas, de la anti-duda y por lo mismo de la anti-ciencia. Las encuestas entran en el centro de ese triángulo y cambian la posición del conocimiento, la ciencia, la academia, las prácticas económicas, políticas públicas en general. Veo al gremio de los encuestadores con una responsabilidad social mayúscula en la construcción del nuevo México que se inició el 2 de julio pasado. Pero el 2000 no se entiende sin el movimiento estudiantil de 1968 y sin la revolución electoral de 1988.

¿Cuál es mi testimonio? Yo nací en un pequeño pueblo, Tuxpan, en la costa de Veracruz. Ahí viví en la libertad plena, que no todos los que viven en el Distrito Federal pueden gozar. La de niños que se mueven en las calles sin ninguna restricción.

Ahí, por razones que no es ahora momento de explicar, desarrollé una pasión por las matemáticas que me llevaron a la ambición de ser físico, pero estudié Derecho. ¿Por qué?, así son las cosas, las aspiraciones de familia que me llevaron a la UNAM. A la Facultad de Derecho, de donde egresaban los presidentes de la República y no tenía duda de que, 25 años después, yo podría ser Presidente. Tenía, por lo tanto, que prepararme para serlo. Conocer a México, a los mejores colegas que pudiera, identificar quienes tuvieran las mismas pasiones y construir los mejores equipos, porque era desde adentro del gobierno donde se podían lograr las grandes transformaciones de México.

El gobierno es un excelente entrenador, me dio la oportunidad de pasear por una variedad de instituciones. Estuve en el Banco de Fomento, en Ferrocarriles, en Patrimonio, en la Procuraduría, en Lecumberri, en Conciliación y Arbitraje, en Agricultura, en Reforma Agraria, en la Presidencia, en un gobierno estatal. Conocí gente muy valiosa, muy comprometida y esto me construyó una enorme certidumbre blanda, México empezaba y acababa en el PRI, no tenía la menor duda. En 1976 apareció el Conacyt y me dio oportunidad de salir dos veces del país para estudiar. Los estudios en el extranjero empezaron a destruir mis certidumbres blandas. Primero una maestría en administración, después un doctorado en ciencia política. Empezaron a poner dudas sobre ese conocimiento supuestamente sólido de lo que el PRI y el gobierno aportaban. Las encuestas fueron una forma neutral, objetiva, imparcial, de extraer conocimientos nuevos que desafiaban el conocimiento institucional, sin ser tan riesgoso para un joven funcionario.

En 1974, en la Secretaría de Agricultura, hice mi primera encuesta. Mi fuerte entonces no era la Academia Americana, sino la Academia Francesa. Esa encuesta fue lo que ahora llamaría una encuesta de clima organizacional. Había un conflicto muy fuerte en la Secretaría de Agricultura entre la comunidad científica y la estructura de autoridad. Esa primera encuesta fue esencial en la toma de decisiones y en la resolución de ese conflicto. Ahí me percaté del potencial transformador de las encuestas.

En 1982, en el puesto que ocupaba Ulises Beltrán en la Presidencia de la República, hice una segunda encuesta nacional, la de la nacionalización de la Banca. En alguna ocasión que propuse al Presidente por qué no hacíamos encuestas de opinión pública, la respuesta fue: "¿qué le preguntamos al público? No sabe, preguntémosle a los expertos". Pero el país evoluciona y las prácticas evolucionan. El trabajo enorme que ha hecho Ulises Beltrán en esa posición es una evidencia y contribuyó a estos importantes avances.

Cuando cada nueva encuesta me resolvía dudas anteriores, pero me generaba nuevas dudas, esa certidumbre y esos objetivos de juventud que había trazado se fueron cayendo. Tomé en 1983 la decisión de dejar del gobierno. Fue una decisión extraña, que se cumpliría cinco años después en 1988, cuando Del Mazo fuera nominado a la Presidencia de la República. El testimonio de este pasaje ya ha sido ventilado antes.

Ahí empezó una nueva etapa, un nuevo ciclo, de este testimonial. El descubrimiento de nuevos colegas de viaje, nuevos amigos. Ahí empecé a conocer a gente valiosísima en el PAN, en el PRD, en la iglesia, entre extranjeros y mis nuevos socios: un matemático y una antropóloga.

Las encuestas entraron en su apogeo y llegamos a una historia colectiva de éxito. Ahí entramos todos nosotros y esa parte es conocida para todos. El éxito, desde luego, atrae mucha gente y atrajo mayoritariamente a gente valiosa, que aquí están. Desde luego, puede entrar algún farsante o algún principiante perpetuo. Pero, por fortuna, en nuestro gremio es la excepción.

Menciono este punto porque encuentro entre nuestra comunidad y la periodística, otra comunidad importantísima en cualquier país moderno, paralelismos a subrayar. No puede haber un país democrático donde exista una relación perversa entre prensa y poder, entre prensa y sociedad. Tampoco puede haber un país moderno donde exista ignorancia fáctica. Nosotros somos destructores de esa ignorancia fáctica.

Este es el testimonio que he querido compartir con ustedes. No tengo duda de que cada uno de nosotros, en nuestra práctica diaria está consciente de que estamos haciendo una contribución. Pero creo importante transmitir a los jóvenes que nos siguen en nuestros equipos y

que se incorporan a nuestra actividad, en las ocasiones que podamos, que más allá de la práctica profesional diaria, hay una trascendencia en cuanto que estamos generando nuevos conocimientos y nuevas instituciones.

CONTRIBUCIÓN COLECTIVA

Déjenme pasar a la segunda parte del papel que creo que podemos cumplir. La contribución que los encuestadores mexicanos podemos hacer al conocimiento, la cultura y las prácticas de la comunidad internacional.

Hemos llegado a este momento porque México tiene una posición envidiable en el contexto mundial. En el trabajo que con la Universidad de Michigan he tenido la oportunidad de desarrollar en la investigación mundial, se apunta a la existencia de dos grandes vertientes culturales, valorativas, axiológicas. México se inscribe en la vertiente que persigue, que beneficia, que privilegia, la amistad, el disfrute, la belleza, el arte, frente a la otra vertiente mundial que privilegia la industria, la producción, la economía, la precisión. Ello nos alinea con el mundo latino, hindú y árabe y nos refleja en una relación cuasi-invertida con el mundo protestante, judío, y con el mundo confucionista-shinto, que constituyen la otra vertiente.

En el mundo de los latinos nuestra posición como país es de envidia por nuestra vecindad y geografía. Tenemos una interacción con el país, en este momento, más poderoso de la tierra que nos comunica sus prácticas; que entrena a nuestros desempleados que espontáneamente acuden a sus "cursos" de tres, cuatro, cinco años en los Estados Unidos; que aprenden un poco de su idioma, un mucho de sus prácticas, un algo de su cultura y que regresan o se quedan.

Como es conocido por nuestras encuestas, 50 por ciento de nuestra población tiene un familiar viviendo o trabajando en los Estados Unidos; un tercio de los mexicanos ha visitado los Estados Unidos y los hispanos seremos en un par de años la primera minoría más importante de los Estados Unidos. Cuando comparamos la fuerza de la comunidad judía o de la comunidad cubana en el quehacer público de los Estados Unidos, es muy fácil ver que la comunidad mexicana, será la más influyente en el quehacer público de los Estados Unidos.

Todo esto nos da una posición especial en el mundo, en el grupo de países de la vertiente cultural a la que pertenecemos. América Latina sin duda es mucho más que México, pero México es quien tiene la posición envidiable a la que me he referido.

No es tanto lo que podemos aprender directamente de los grandes avances del mundo occidental, en particular del mundo norteamericano. No hay que perder de

vista que su democracia requiere de elementos de los que carecemos. Requiere que a la gente le guste hablar en voz baja, que le guste atender a una por una de las personas. Esa no es la "pasta" de nuestra naturaleza latina, somos sociedades de risa estrepitosa, somos una democracia tropical. ¿Qué que quiero decir con ello? Que hay elementos centrales en nuestra cultura, en lo que nos motiva a actuar todos los días, a todas las personas, que no podemos extraer como conocimientos de la investigación que realizan en los países de Europa occidental o de norteamérica.

Esos conocimientos, esas prácticas, las tenemos que capturar los encuestadores. La investigación social no se agota en las encuestas. No son la única forma de investigación social. Pero las encuestas son un poderosísimo instrumento de mostrar nuevas verdades, de destruir mitos, de construir nuevas certidumbres y en ello es en donde estamos comprometidos todos nosotros.

México ha sido un país de monolitos. No de monopolios, pero se parece. Monolitos en la iglesia, en la política, en la cultura, en la educación. Nuestra labor, nuestro trabajo destruye monolitos. Pero una sociedad no puede ser sólida únicamente con la fase destructiva, requiere también de la fase constructiva. Esa parte está, también, en nuestras manos. Observadores comparativistas de la política internacional han sugerido que México está en un punto similar a la transición del mundo soviético.

Es cierto que esto nos da la oportunidad de reconstrucciones. Pero no estamos ni de lejos en el caso del modelo soviético. Ahí no existían los conocimientos básicos que en México hemos construido desde hace muchísimos años. En el mundo soviético no existían administradores ni contadores ni los aspectos más elementales para poder emprender un cambio institucional, como el que los puso en el derrumbamiento del Muro de Berlín. No es el caso de México.

Ello nos indica que esa posición de privilegio que tiene México en el contexto mundial, nos compromete a todos los encuestadores en dos misiones, que son las que encaramos en este momento. Hacia adentro, la construcción de la nueva relación prensa-sociedad. Hacia afuera, la generación de los nuevos conocimientos del mundo latino, hindú, árabe, a nivel mundial, frente al espejo de las culturas industriales. No hay tiempo ahora de elaborar este punto en más detalle. Será materia de ocasión futura.

Estoy seguro que así como en esta travesía de 1988 a 2000 logramos emparejarnos a los avances mundiales (y por fortuna la respuesta social corona con éxito esas aspiraciones), así que la comunidad encuestadora mexicana va a responder al reto que nos ofrece en el contexto mundial. ■