

## PONENCIAS MESA 5

.....

Alejandro Moreno

DIARIO REFORMA

**L**a experiencia del grupo Reforma con conteos y con estadísticas el día de la elección, según entiendo, data de principios o mediados de los ochenta cuando contaban a los votantes, literalmente, con contadores. De ese tiempo para acá los ejercicios se han sofisticado más, se han hecho más complejos, quizás más útiles e indudablemente mucho más rigurosos, metodológicamente hablando.

Para un medio impreso, sin embargo, en una época en la que existen, no solamente como ya lo acabamos de escuchar en las dos ponencias previas, medios de comunicación electrónica, en especial televisoras que hacen este tipo de encuestas de salida (*exit polls*) para poder decir la noche de la elección quién ganó. Pues pareciera y, sobre todo más importante, no solamente las televisoras, sino que la autoridad electoral misma sea capaz de decir la noche de la elección quién ganó y que, hoy en día, en estos nuevos tiempos no solamente la autoridad electoral sino los candidatos y los gobernantes nos digan quién ganó; reconozcan victorias y derrotas, para un periódico que sale al día siguiente con un dato de una encuesta de salida (*exit poll*), es una historia demasiado conocida por todos ya.

Entonces, cuál es el sentido de la encuesta de salida para un medio impreso en estos días y que, seguramente, se dificultará más en años por venir sobre todo porque creemos, o al menos yo soy uno de los que creen, que esto no va a quedar ahí, vamos a saber mucho más o vamos a manejar todavía más información en procesos electorales próximos.

Yo haría tres justificaciones. La primera tiene que ver, y esto es algo que no se comentó en las sesiones de ayer sobre encuestas preelectorales, que el dato puro, en sí, es noticia, sobre todo cuando es una encuesta electoral y, sobre todo, cuando como bien decía Roy Campos, se dice en la noche de la elección quién ganó, quién es el ganador, eso es noticia en sí mismo.

La noticia no termina ahí, la noticia va también en las historias del por qué en lo que los periodistas norteamericanos y quizá en muchos otros países llaman la historia de las noticias (*news history*), cuál es la historia; por qué ganó tal candidato; quién lo apoyó; para qué propósito; cuál es el mandato y, de ahí que, tanto las encuestas preelectorales, las cuales se pueden trabajar con mucho más detalle, como dije, no solamente el dato sino los porqués. Tratar las relaciones entre las variables que, finalmente, juegan en un resultado u otro, es importante. Hay otros más, en el caso del periódico, una encuesta de salida (*exit poll*) o los resultados que van llegando a lo largo del día a través de una encuesta de salida, permiten también, en el sentido político, a partidos y candidatos, asunto que ya se tomó, permiten tomar decisiones de cobertura, qué cubrir, qué no

cubrir. Los encuestadores sirven también, de alguna manera, como enlace con el campo, como enlace de lo que está sucediendo el día de la jornada electoral, no al dejar de hacer su trabajo o al dejar de recopilar la información que están finalmente recopilando ese día a través de cuestionarios, pero sí a través de una serie de quejas que se reportan como parte del mismo ejercicio de la encuesta de salida.

Como parte de esto, quizás una finalidad más en el caso específico de Reforma como medio impreso, se ha entrado también en el mundo de Internet y ahí a partir, quizá me equivoque, pero hasta donde recuerdo es en 1999, en la elección interna del PRI, cuando por primera vez se suben los datos de una encuesta de salida a la Internet del periódico. De hecho, en la elección interna del PRI, dado que también es una competencia interna de medios, nos tocó ser los primeros en subir un dato de cómo venía una encuesta de salida (*exit poll*) a Internet. En el caso del 2 de julio no teníamos mucha prisa por hacerlo, teníamos cuidado de salir con tiempo y de hecho el dato que se sube finalmente a Internet ya después de las televisoras, es un dato que como muchos otros, es un dato incompleto. No tenía todas las entrevistas ya reportadas a la base de datos y, finalmente, lo que se hace al día siguiente con el periódico, esto nos fuerza a defender de alguna manera el dato y hacer el análisis sobre ese dato.

Las características metodológicas de la encuesta son muy parecidas a las de las encuestas preelectorales, mismos tamaños, no de muestra en este caso, pero sí de secciones electorales seleccionadas, 150 en el caso de la encuesta de salida (*exit poll*) que hicimos. Creo que alrededor de 100, en el caso del Distrito Federal y mucho menos puntos en el caso de encuestas de salida que se hicieron a nivel municipal en el estado de Nuevo León y coordinado, sobre todo, por el periódico El Norte.

Yo creo que no hay mucho más que añadir, las metodologías son, con márgenes de error si me lo permiten, muy parecidas a lo que hacen otros medios, me parece que no hay nada que añadir en ese sentido. Seleccionando secciones electorales mediante criterios urbano, mixto, rural; ordenadas también con base en distintos criterios, en esto un criterio muy modesto que nos ha resultado, no ha traído graves fallas. Quizá con los estudios de simulación de Roy Campos pudiéramos refinar nuestras estimaciones un poco más en algunos casos, quizás no refinarlas necesariamente, y el ordenamiento, como dije en ese sentido, es más modesto.

También es más modesta en el tamaño de las muestras y en el tamaño de las secciones electorales, lo cual sí nos indica que a pesar de ser más pequeñas y más modestas, pueden llegar a resultados bastante

confiables y yo creo que en el futuro de las encuestas de salida (*exit polls*) para el periódico vamos a procurar que, incluso, sean ejercicios aún más pequeños porque también simulaciones propias que hemos hecho nos han dado resultados bastante precisos.

Lo que quisiera ahondar un poco más es revisando la metodología que se publicó el 3 de julio ya en la edición impresa del periódico. Me di cuenta de que básicamente todos los detalles, lo que se ha mencionado de alguna manera ya, excepto uno, no me había percatado que habíamos puesto una nota que dice que el levantamiento se dividió en varias etapas, etapas que, de alguna manera, nos permitieron desarrollar otro tipo de ejercicios entre los mismos encuestadores, darles cierto tiempo y con eso, básicamente, me refiero a lo que posiblemente todos ustedes, encuestadores de salida, hacen.

Lo que hicimos fue diseñar tres diferentes horarios de levantamiento bajo los cuales estuviera cubierta toda la jornada electoral, desde las 08:00 horas de la mañana en que se deben abrir las casillas, hasta las 18:00 horas de la tarde en que también, en teoría, se deben cerrar. Lo que hicimos fue dividir en tres horarios. En un primer horario, en las zonas sombreadas, los encuestadores tenían la obligación de estar haciendo entrevistas a través de un salto sistemático, de hecho, también otras de las cosas más modestas en este caso es que nos fuimos con un número relativamente pequeño, comparado con otros, de entrevistas por casilla. En el mayor de los casos hicimos hasta 25 por casilla, en el menor de los casos hicimos hasta 12 ó 15, lo cual no nos trajo consecuencias graves en términos de la estimación.

Entonces lo que hacíamos era, básicamente, tener a nuestros encuestadores brincando votantes sistemáticamente y en cierto periodo no aplicar encuestas, sino dedicarse a alguna otra cosa, entre ellas, obviamente, transmitir su propia información o dársela a la gente que coordina el campo o simplemente tomar un tiempo para cualquier otra actividad que pudieran hacer, entre ellas reportar alguna otra cosa que les pedimos. Qué pasaba en ese tiempo, ese tiempo está cubierto por otro horario y, de alguna manera, no hay un momento de ocio durante el día, sino que, básicamente, estamos empleándolos en todo momento.

El único problema quizás que tuviera el diseño, en este sentido, es que el primer horario difícilmente empezó a las 08:00 horas, dado que las casillas no están en operación a las 08:00 horas. Entonces, éste se redujo un poco y, en algunos de los casos, dado que había encuestadores que no habían logrado la realización del número de cuestionarios dentro de su propio horario, se tuvieron que pasar un poco más allá

que en términos de diseño, tampoco yo veo mucho problema.

Lo que hicimos fue, obviamente, cada uno de los centros de coordinación incluido el periódico Debate de Sinaloa, el Mural de Guadalajara, el Norte de Monterrey y Reforma de la ciudad de México, teníamos una división de las secciones electorales que fueron básicamente asignadas por regiones, pero también asignadas aleatoriamente, de manera que en ciertas secciones se iba a aplicar alguno de los tres horarios y que funcionara de acuerdo con las expectativas que tuviéramos también en operatividad de captura. Es decir, también vemos que en cuestiones de captura podíamos tener algunos momentos libres para poder refrescar un poco a la gente que estaba en este trabajo. Básicamente éste es un asunto organizacional, no tiene nada que ver con la metodología en sí misma.

El resultado publicado fue el siguiente, más o menos. Yo estoy de acuerdo con Roy Campos, yo soy una de las personas que rara vez publica puntos decimales, yo creo que en ejercicios muestrales donde tenemos un margen de error mucho mayor que lo que implican puntos decimales, me parece que es demasiado arrogante hacerlo, no son tan precisos como para decir, este punto sale así, a lo mejor sí. En términos periodísticos no lo hemos querido manejar así, sé que pudiera haber gente que está en desacuerdo con ese sentido por la importancia de la estimación y, sobre todo, porque esperábamos, al menos, que ésta pudo haber sido una elección mucho más cerrada de lo que en realidad fue y, por lo tanto, había que estar preparado para poder decir si dentro de los márgenes de error definidos para el ejercicio estadístico, alguna diferencia entre primero y segundo lugar era una diferencia real o era una diferencia estadística.

Ahora en cuanto a la publicación, creo que aquí viene el segundo pero quizás más importante uso en este sentido, que es darle una cara un poco más explicativa; manejamos la historia de que el 2 de julio había ganado un México urbano y educado. Que finalmente fueron espacios especialmente importantes en el triunfo de Vicente Fox, es algo que de alguna manera ya se había previsto también en las encuestas electorales. Se habían manejado algunas historias en este sentido, se había manejado ya la fuerte relación que había entre estas variables y las intenciones de voto, pero

me parece que de la encuesta de salida (*exit poll*) surgen precisamente algunas otras cosas que pudieran haber sido de bastante interés para quienes finalmente leerían o tendrían el interés de leer estos datos.

Por ejemplo, con el voto reportado de 1994, que no es el voto de hecho de 1994 pero si preguntando ¿usted votó? y ¿por quién votó? en 1994, el 25 por ciento en ese momento había votado por Ernesto Zedillo en 1994 y en el 2000 lo hicieron por Fox. Otro de los hallazgos de la encuesta de salida (*exit poll*) que me parece que fue bastante interesante y de hecho nos llevamos una parte de ello en la primera plana, fue que la mitad de los simpatizantes de Roberto Madrazo, por los cuales nos referimos a aquellos que nos reportaron en la encuesta que habían votado en la elección interna del PRI y que habían votado por Roberto Madrazo, la mitad de ellos habían votado por Vicente Fox, lo cual, de alguna manera, pudo haber sido o no pudo haber sido sorprendente, porque quizás una buena parte del apoyo de Madrazo en la elección interna había sido de gente que no era simpatizante del PRI, y en la otra, de lo cual abundaré un poco más en la siguiente mesa de trabajo, que efectivamente hubo muchos de los llamados madracistas que le voltearon la espalda al candidato del PRI.

Se lleva todo en términos regionales, no hubo manera de dar datos a nivel estatal, nuestra muestra era de tres mil 380 casos, entonces no nos fuimos a nivel estatal pero sí manejamos las regiones que habíamos venido manejando en términos ya de las publicaciones de las encuestas preelectorales y algunas otras preguntas.

Algo que se me está pasando y que creo que es importante decir, y eso explica la presencia de esta pregunta sobre todo, ¿algún familiar o conocido de usted que radique en Estados Unidos le dijo que votará por algún candidato en particular? Responde al interés de nuestro, en ese momento, socio y compañero de trabajo de la encuesta de salida (*exit poll*) que fue Los Angeles Times. Este fue un ejercicio que hizo en conjunto grupo Reforma con Los Angeles Times, y lo que salió de esto no fue solamente un poco la cooperación metodológica que de hecho casi estuvo en un 90 por ciento a cargo de Reforma, pero incluso también en términos del patrocinio, pero sí para dar una salida todavía más allá del periódico, que fue la publicación en Los Angeles Times. ■