

# Los modelos en los estudios de tendencia electoral: Un análisis metodológico

Cristina Victoria Pizzonia\*<sup>1</sup>

La proliferación en los últimos años de los estudios de tendencia política y conducta electoral obedece principalmente a razones políticas. El proceso de descrédito y deslegitimación del sistema político reconoce como antecedentes inmediatos la profunda crisis económica y la reorganización del régimen que comienza a ponerse en práctica en el sexenio de Miguel de la Madrid; y se objetiva en las elecciones presidenciales del 6 de julio de 1988 en la gran concentración de votos en favor de Cuauhtémoc Cárdenas, quien se presenta como disidencia frente al régimen, personificando la posibilidad de atender las demandas desoídas de los sectores populares y rescatando los principios de la Revolución mexicana.

Ante esta difícil inestabilidad del régimen, los estudios de opinión aparecen desde el sistema cumpliendo dos funciones: una, de predicción de resultados y, la otra, de evaluación de opiniones, actitudes y percepciones de la población como información básica para dirigir las acciones, especialmente de relegitimación, del sistema. Desde la oposición, tales estudios constituyen, amén de una guía para la acción política, una suerte de barómetro de los

---

\*Profesora-investigadora del Departamento de Relaciones Sociales de la UAM Xochimilco

resultados electorales, mediante el cual puede desenmascarse y preverse un posible fraude instrumentado desde el régimen.

De este modo, los consumidores de las encuestas son básicamente los partidos políticos y la población a través de los medios de comunicación masiva; y están interesados en ellas, con distintas finalidades, tanto la sociedad política como la civil.

Los productores de esta información, los despachos, surgen en general en relación con partidos políticos y, si bien intentan independizarse de ellos para realizar un análisis objetivo de la información, muchas veces es inevitable la influencia de éstos.

Con todo, la existencia de análisis electorales de todo tipo en México es un indicador de cambios en el sistema político; una suerte de transición que supone una mayor apertura democrática hacia la oposición. Tales estudios aluden principalmente a lo electoral y las acciones que implica, de modo tal que no sólo reflejen las actitudes, percepciones y conductas de la población votante sino que la guíen en función de la influencia de los medios de comunicación, las estrategias políticas de los partidos y la tendencia a la contaminación triunfalista en las decisiones electorales.

Se colige de lo anterior que las posibilidades y limitaciones de las encuestas pueden ser evaluadas desde lo político y desde lo técnico, en una suerte de relación recíproca donde lo político posibilita su realización y lo técnico hace veraces y verificables sus resultados.

Evaluaremos aquí solamente el punto de vista técnico, en la certeza de que sólo "buenas"

inferencias estadísticas y sustantivas pueden producir resultados políticos.

### Sobre el problema en estudio

En los estudios sobre tendencia política y comportamiento electoral, en general no hay una referencia explícita a los modelos y supuestos sobre los que se basan tales investigaciones, probablemente porque forman parte del *know how* de un oficio cuya competencia es muy alta. Sin embargo, como conocimiento aplicado, está basado en las teorías sustantivas que provienen, por un lado, de las matemáticas —más precisamente la teoría de probabilidades— y, por el otro, de la sociología electoral. En este sentido, la explicitación de los modelos implica claridad, primero con respecto a los procedimientos utilizados en las distintas etapas de la investigación y segundo, a los criterios —modelísticamente considerados— a partir de los cuales se realiza el análisis de la información.

En el primer punto nos referimos al acopio de información —la elaboración del cuestionario y la puesta en práctica de la situación de entrevista— y el diseño de la muestra; y en el segundo a las especiales relaciones entre las variables que permiten explicar y predecir acciones sociales.

En principio, la producción del conocimiento implica la creación y práctica de modelos a los que definimos de modo general como un conjunto de términos —teóricamente definidos— y sus interrelaciones (de asociación y/o causalidad), cuyo sentido surge de un modelo teórico explica-

tivo con un alto nivel de abstracción. Los distintos niveles de abstracción de los modelos corresponden a énfasis diferenciales de las investigaciones, ya sea en lo teórico o en lo empírico. En los estudios sobre opinión política los modelos son empíricos, con énfasis en el tratamiento de la información.

El análisis que hacemos en estas páginas contiene como punto de partida el estado del arte de las predicciones electorales en México, para lo cual retomamos parte de las discusiones que se han producido en los últimos tiempos sobre el tema.<sup>2</sup> y los trabajos efectivamente realizados por despachos e investigadores.<sup>3</sup> El nivel de la polémica ha sido de divulgación por la trascendencia pública que tuvo el problema; a pesar de ello, vamos a rescatar los elementos sustantivos y empíricos básicos a fin de precisar dos aspectos: los procedimientos efectivamente empleados y los posibles, y los modelos utilizados y utilizables en la interpretación de los resultados, sus supuestos, así como su pertinencia o utilidad para la realidad electoral de México.

### **Sobre la recolección de la información**

Los objetivos básicos en estas investigaciones son predecir tendencias y opiniones políticas y conductas electorales. Esto es especialmente difícil porque dicha predicción proviene de la verbalización que los mismos actores sociales realizan —votantes potenciales— sobre su conducta futura. A partir de lo que “dicen que harán” se infiere, desde la lógica cuál puede suponerse que será su conducta.

En este sentido, hay que tener en cuenta que la predicción de la conducta futura —inferida desde su verbalización— es imprecisa por diversas razones. Primero, los actores no saben qué harán y así lo manifiestan; segundo, no tienen claridad pero suponen, en un especial ‘deber ser’, que deben tenerla y especulan sobre la misma. Y, tercero, pueden conocer su conducta futura y mentir deliberadamente por temor a las consecuencias que pueden acarrear sus respuestas: reprobación, represión, pérdida de beneficios, etcétera.

De este modo, los significantes indicadores que traspasan la conducta futura no son recogidos por los cuestionarios. Mas existen instrumentos de recolección de la información utilizados en estudios de opinión política que sí los consideran, tales como las técnicas de focus, panel, etc. Pero, si bien proveen de abundante información, consideran a los actores involucrados como representantes de distintos sectores de la población; esta afirmación implica sin embargo, una representatividad y una inferencia precarias, dado que no podemos afirmar y resultan por ello fuentes poco confiables.<sup>4</sup>

Los elementos a tomar en cuenta con respecto al cuestionario son tres: su tamaño: un cuestionario con muchas preguntas alarga la situación de entrevista, fatiga al entrevistado y sesga sus respuestas. Usualmente, una duración de 15 minutos en domicilio y de 10 minutos en la vía pública son los tiempos considerados óptimos para evitar el efecto agotamiento del respondente. Estos tiempos varían según el tema de investigación, el tipo de cuestionario, la motivación de quienes los responden y los secto-

res de población a los que van dirigidos. Sin embargo, en nuestra experiencia, este tipo de estudios no motiva situaciones de entrevista larga, precisamente porque la intimidad de la acción de sufragio los previene negativamente a responder.<sup>5</sup>

El segundo aspecto del interrogatorio se refiere a la forma como se realizan las preguntas y su secuencia dentro del cuestionario. Al intentar predecir conductas futuras por sus verbalizaciones, se trata de orientar la atención hacia acciones potenciales, no hacia creencias sobre las mismas. Por esta razón, la pregunta central sobre voto futuro debe ser específica: "Si las elecciones fueran (mañana, el próximo domingo), por qué partido votaría?" Y, por supuesto, debe ser una de las últimas, para no *endurecer* la situación de entrevista. Si bien es la pregunta central del cuestionario, se aplican otras que controlan la información que surge de la primera, tales como: conducta anterior de voto, percepción de partidos, candidatos o problemáticas, evaluación de gestiones, autopercepción del interés político, entre otras. Estos controles, además de reforzar o no los resultados de la pregunta básica, permiten configurar la tendencia política del entrevistado y, por lo tanto, predecir con mayor precisión su conducta de voto.

El tercer elemento alude a las categorías posibles de respuesta respecto del voto futuro. La información tiene que ser clara y distinta en función del modelo de análisis. Se clasifica a los respondentes en los siguientes grupos: los que optan por un partido (voto definido), los que piensan votar pero aún no saben por cuál partido (voto indeciso), los que piensan votar pero

ocultan su voto (voto oculto), los que no piensan votar (abstención), y los que no responden, ni sabemos cuál será su conducta.<sup>6</sup>

De este modo, la variable voto es categorizada del siguiente modo:

- Voto definido
- Voto indefinido
- Voto oculto
- Abstención
- No respondente

A partir de esta información, y con el conjunto de los indicadores de tendencia y opinión política y comportamiento electoral, es posible construir las categorías de análisis.

El otro aspecto relevante en cuanto al acopio de información se refiere a la situación social de entrevista, la cual se produce en una relación social especial donde la interacción tiene lugar entre actores desconocidos entre sí y uno de ellos —el entrevistador— intenta obtener información sobre acciones, actitudes y percepciones del otro —el entrevistado—, que actúa en una situación no buscada por él y a la que, generalmente, opone cierta resistencia que debe ser vencida por el entrevistador. Por lo tanto, hay ciertas reglas básicas de la forma en que la interrelación debe llevarse a cabo para poder obtener información confiable:

- a) La situación debe ser transparente para ambos actores; esto es, cada uno debe saber a quiénes representa y qué se espera de él. En este punto debe incluirse una adecuada presentación de la empresa para la que se está

trabajando, misma que deberá estar desvinculada de cualquier partido o agrupación política.

- b) Es necesario explicitar los objetivos de la entrevista y las normas de confidencialidad.
- c) La comunicación ha de ser cristalina; esto es, no debe haber "ruidos" o interferencias entre entrevistador y entrevistado producto de divergencias evidentes entre ambos, sean éstas derivadas del origen social, la educación, el lenguaje utilizado, etc. Estas diferencias inhiben a cualquiera de los dos actores, con serias repercusiones en la calidad de la información.
- d) Los entrevistadores deberán cumplir con dos requisitos para la aplicación del cuestionario: objetividad en la realización de las preguntas y mimetización con el sector de población que se entrevista. Por cierto que, la utilización de estudiantes puede poner en riesgo la objetividad de estos trabajos, puesto que su conocimiento de los objetivos de la investigación y el mayor interés que ellos manifiestan por la investigación, en comparación con otros encuestadores, puede sesgar —y de hecho lo hace— la situación de entrevista y, por lo tanto, los datos.<sup>7</sup>

### Sobre la construcción de la muestra

El diseño muestral es el que ha desatado mayores polémicas, probablemente porque no admite justificaciones arbitrarias, es objetiva en la teoría de probabilidades, a partir de la cual la alquimia es imposible.

Centremos ahora el análisis en lo que efectivamente es una práctica común en el diseño muestral de los despachos mexicanos, así como en sus limitaciones y técnicas de diseño de muestras estadísticamente óptimas. Para ello, distinguimos entre las etapas que conforman la construcción de la muestra: el marco muestral y el diseño, haciendo especial referencia a la distinción entre las muestras probabilísticas y las que no lo son.

En primer lugar, para diseñar una muestra probabilística es necesario construir un marco muestral completo,<sup>8</sup> donde estén representados todos los posibles electores. Esto es especialmente difícil en este tipo de investigación, porque se trata de toda la población mayor de 18 años o de todos los empadronados, y la información sobre los futuros votantes o no es buena o es difícil obtenerla.

Pueden distinguirse a este respecto tres formas habituales de proceder de los despachos en México. Una: sin construir el marco muestral, se utiliza la información sobre el número total de la población en estudio, con lo cual se conoce la proporción de los respondientes respecto del total.<sup>9</sup> Aquí se confunde comúnmente a esta parte de la población con una fracción de muestreo y se hace aparecer, a los ojos de los legos, a estas muestras como probabilísticas, cuando no lo son. Este procedimiento no surge de un marco muestral, sino que se maneja con las cifras de posibles electores —mayores de 18 años— o de empadronados; por lo tanto, los que forman parte del universo de respondientes no tienen probabilidades conocidas de formar parte de la muestra.<sup>10</sup>

La otra forma de operar surge de suponer que los posibles respondientes se distribuyen geográficamente de un modo uniforme y, por lo tanto, se les ubica en sus domicilios. Si el supuesto es correcto, que sí lo es en general, se eligen en distintas etapas zonas o conglomerados, manzanas, viviendas y respondientes, lo cual constituye el procedimiento menos costoso y controlable estadísticamente, ante la imposibilidad de contar con un marco muestral completo por listado. No sucede lo mismo en el caso anterior.

La forma estadísticamente óptima de proceder es a partir de los listados de empadronados, que constituyen el marco muestral completo del que se seleccionan los respondientes, generalmente de modo sistemático cada tantos empadronados, hasta completar el número de la muestra. La construcción del marco muestral de este modo y la selección a partir de él tiene costos más altos por las sucesivas visitas necesarias para encontrar a la persona seleccionada. Esto se realiza con el fin de que el número de preguntas sin respuesta sea pequeño y no altere las probabilidades iniciales de la construcción de la muestra. A pesar de esto, dicho número resulta más alto cuando se utiliza el muestral al que nos hemos referido.

El segundo punto en el diseño muestral son las pautas de elección del respondiente, que surgen o no de criterios probabilísticos. La elección aleatoria determina si el muestreo es probabilístico y, por lo tanto, si es posible generalizar los resultados de la encuesta con niveles de confianza y márgenes de error calculados y conocidos.

La característica del muestreo probabilístico es que la unidad final del muestreo o el respondiente es elegido en forma aleatoria, a partir de un marco muestral en el que, se supone, está todo el electorado representado, y cada uno de ellos tiene una probabilidad conocida —que es igual en el muestreo al azar simple pero que no lo es necesariamente en otros tipos de muestreo— de entrar en la muestra.<sup>11</sup> Las probabilidades distintas significan que, según el objetivo que guía la investigación, se da prioridad en la construcción de la muestra a distintos sectores poblacionales —estratos— y se asigna diferente representatividad a los mismos. Las empresas que realizan encuestas incluyen sin empacho la palabra probabilidad en sus muestras, aun cuando la forma en que han operado no garantiza que éstas sean probabilísticas.

Esta posibilidad de afirmar que toda la población se comportará de determinada manera —que votará de cierta forma—, con algún margen de error conocido, y un nivel dado de confianza, sólo es posible a partir de muestras probabilísticas. Las que no lo son, que no fueron construidas como tales, pueden dar aproximaciones y constituirse en buenos diagnósticos, pero no sabemos cuál es el margen de error en las inferencias, ni son construidas con una probabilidad conocida de que los estimadores sean, con cierto margen de error, los de toda la población.

Uno de los diseños muestrales utilizados con frecuencia parte de marcos muestrales geográficos, eligiendo al respondiente en distintas instancias de selección que se van realizando por etapas. De este modo, se eligen al azar zonas

—o conglomerados— en la ciudad, manzanas en las zonas, viviendas en las manzanas y respondientes en las mismas. Sin embargo, el criterio más utilizado es la elección del respondiente por cuotas a juicio del entrevistador —generalmente según criterios de sexo y edad—. Esto complica las cosas, porque la elección de la unidad final de muestreo no es aleatoria, lo cual determina que la muestra no sea probabilística. De este modo, aun cuando podamos considerar a este tipo de muestras como estratificadas con una selección más o menos no aleatoria dentro de los estratos, no pueden calcularse niveles de confianza ni márgenes de error.<sup>12</sup>

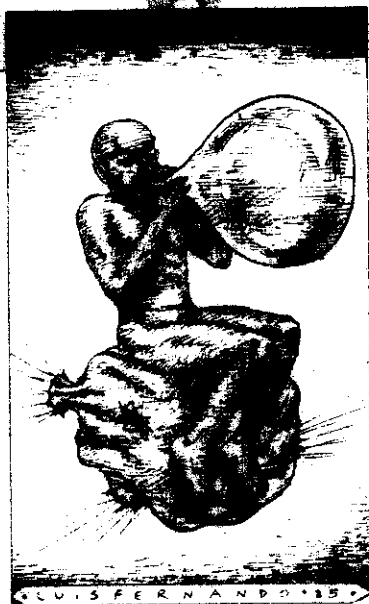
Algunos muestristas describen este procedimiento como “muestreo probabilístico por cuotas” o de alguna otra manera en la que se incluya la prestigiada palabra probabilidad. En la construcción de este tipo de muestras se estiman los tamaños de las subclases de la población sobre la base de datos de censos u otras fuentes de información y se dividen las cuotas muestrales entre los entrevistadores. El criterio de que las variables de construcción de cuotas estén relacionadas con las variables principales de la muestra casi nunca se cumple; así, el sexo y la edad intervienen en una medida muy baja en el comportamiento electoral. Mas, con sus fallas —especialmente sesgos en las estimaciones y sobredimensionamiento de las varianzas—, las muestras por cuotas producen resultados que muchas veces se acercan a los guarismos electorales.

Si el muestreo no es probabilístico; esto es, si no surge de un marco muestral donde estén representados todos los electores y en el que no

se elige aleatoriamente a los respondientes, es imposible realizar inferencias al total de la población votante con un nivel de confianza y un margen de error conocidos. En estos casos se supone —desde las posibilidades lógicas, aunque no desde las probabilidades matemáticas— que el total de la población “puede” comportarse de modo similar a los resultados de la encuesta no probabilística; pero no sabemos si esto es o no así y con qué margen de error lo estamos afirmando. La dificultad reside en diferenciar entre las descripciones que responden al “cómo” (muestras no probabilísticas) y las que responden al “cuándo” (muestras probabilísticas).

Aun cuando los criterios de construcción de muestras —basados en las técnicas de muestreo que surgen de la teoría de probabilidades— no constituyen el tema central de este artículo, cabe llamar la atención del lector con respecto a la poca claridad que sobre las muestras han arrojado los comentarios en la polémica desatada en los dos últimos meses del año pasado entre las empresas competidoras.

En principio, sabemos que en los despachos las encuestas electorales no se han manejado con muestras probabilísticas, sino mediante cuotas de ingreso, ocupación, sexo y edad; o que se han manejado en forma aleatoria en todas las etapas menos en la última de elección del respondiente, según criterios de cuotas por edad y sexo. Por tales razones, nos permitimos considerar con ciertas reservas sus afirmaciones sobre errores y niveles de confianza. Aun cuando la nuestra sea sólo una sospecha, no deja de lesionar la credibilidad del resto de las afirmaciones de estos estudios.



Por otra parte, llama la atención el hecho de que no haya una referencia especial a las preguntas sin respuesta, ya que la concentración de las mismas cambia la construcción de la muestra, en tanto que venía la fracción de muestreo. Esto es especialmente importante si las razones por las que quedaron preguntas sin respuesta —básicamente por rechazo de la entrevista o ausencia del entrevistado— están relacionadas con algunas de las variables principales de la encuesta. De no ser así —y nos permitimos dudarlo—, se pueden corregir los efectos de las preguntas sin respuesta, ampliando el número de entrevistas y reemplazando a los que no han respondido.<sup>12</sup>

Hasta aquí, en esta revisión metodológica de las predicciones electorales nos hemos planteado básicamente dos aspectos; uno, de investigación social —sobre el cuestionario y la situación de entrevistas—; y el otro, de técnicas de

muestreo, que alude a las formas de elección del respondente y a las probabilidades en las inferencias poblacionales. Ahora, nos ocuparemos del análisis y evaluación de los resultados, con especial referencia a los modelos de construcción de categorías de votos y de resignación de los indecisos, ocultos y no respondientes. En cuanto a los que se abstienen, también se realiza el análisis de opinión y tendencia política a fin de determinar si los abstencionistas se concentran en alguna opinión, tendencia o partido y por quién votarían, en caso de ser movilizados.

### Los modelos de análisis de la información

Una de las características de los modelos de análisis es que representan típicamente, en este caso de modo empírico, la realidad que hemos construido sustantivamente. En este sentido, los modelos no son ni verdaderos ni falsos, sino útiles; utilidad evaluada en su capacidad para describir, explicar y predecir acciones sociales.

Desde nuestro punto de vista, los modelos deben servir para realizar predicciones sobre el voto y, en este sentido, nos referimos especialmente a los modelos de análisis lógico y de redistribución de los electores que verbalizan su opción positiva de voto, pero que aún no saben por quién (indecisos), no quieren decirlo (ocultos), no votan (abstención) o no responden y no sabemos si van a votar o no.

Las posibilidades modelísticas de reasignación de los votantes son principalmente dos: una, basada en la equiprobabilidad de lo desconocido respecto de lo conocido, cuyo criterio es la



igual distribución de estas categorías respecto de los que sí especificaron sus preferencias electorales; esto es, que si votaran lo harían con la misma distribución de los que manifiestan su voto. Éste es un supuesto muy "fuerte", ya que implica que estos no respondientes, ocultos e indecisos se comportarían del mismo modo que el resto. El peligro está en que se afirma la indiferenciación poblacional en relación con nuestra variable de interés entre ambos grupos de respondientes; aun cuando los comportamientos distintos parecen indicar que la hipótesis de diferencias poblacionales puede ser válida.

El otro modelo posible reasigna a estas categorías de votantes en función de un conjunto de variables que son, sustantivamente, indicadores de preferencias partidarias. Generalmente, estos modelos son multidimensionales porque un fenómeno social es descrito por una multiplicidad de indicadores que dan cuenta del mismo en distintas dimensiones.<sup>14</sup>

Un estudio de correlación, supuestamente positiva y alta con edad, sexo, ocupación y escolaridad no parece viable.<sup>15</sup> En principio, porque en caso de ser un análisis multidimensional, no nos parece factible establecer correlaciones positivas y altas y, por otro lado, es ciertamente difícil suponer asociaciones o correlaciones altas de estas variables con las preferencias de voto en partidos que se caracterizan por ser *catch all*.

Por otro lado, la reasignación por una sola variable no es un buen procedimiento, más aún si ésta se refiere a la conducta de voto anterior.<sup>16</sup> En primer lugar, porque ésta es sólo un indicador de conducta futura, no el indicador; de lo contrario, las explicaciones y predicciones se

reducirían a modelos autorregresivos de explicación, lo cual resulta inconcebible en el comportamiento electoral. En segundo lugar, este estatuto explicativo de la conducta futura por la anterior fundamenta un modelo en el que se comparan los resultados de la encuesta con los oficiales, y la diferencia es reasignada por partido, según la distribución de votos de las elecciones pasadas. Tal procedimiento sobredimensiona los errores que surgen de tomar al pasado como indicador del futuro.

A partir de estas consideraciones exponemos un posible modelo de análisis de la información sobre conducta electoral.

### Un modelo posible de análisis

Hasta ahora hemos considerado los problemas que surgen de la elaboración de un cuestionario válido, esto es: que realmente mida lo que queremos, en una situación de entrevista confiable y con una muestra probabilística cuyos niveles de confianza y márgenes de error sean los óptimos según los objetivos de la investigación.

Queda por revisar un modelo que sea útil para el análisis de los resultados, por lo que en principio es necesario tener claridad en cuanto a la construcción de las categorías lógicas del fenómeno que, de modo exhaustivo, serían las siguientes:

1. Los que tienen *intención positiva de voto*; esto es, verbalizan que votarán en las próximas elecciones, distinguiendo entre:

1.1 Voto manifiesto es el que especifica por cuál partido votará. En esta categoría es posible construir:

*Voto duro* (o seguro), con respuestas consistentes entre las manifestaciones de voto futuro y otras actitudes y percepciones sobre el partido en cuestión.

*Voto blando* (o de reserva), con algún grado de inconsistencia entre el voto futuro y otras actitudes y percepciones con respecto al mismo partido.

*Voto indeciso*, que manifiesta intención positiva de voto pero no tiene aún preferencia partidaria.

1.2 *Voto no manifiesto u oculto*, en el que no se verbaliza preferencia electoral, aunque hay intención positiva de voto.

2. Los que tienen *intención negativa de voto o abstención* que verbalizan que no votarán; en este grupo es posible distinguir entre:

2.1 *Abstención manifiesta*. Son los que verbalizan su negativa a votar.

2.2 *Abstención potencial*. Son aquellos que a pesar de no manifestar su abstención, existe una probabilidad alta de que no voten, según otras variables de comportamiento electoral.

3. *No respuestas*. Son los que no contestan a la pregunta central sobre conducta de voto, pero no sabemos por qué no responden ni cuál será su conducta.

En síntesis, las categorías son las que se mencionan en el recuadro inferior.

La manera de construir estas categorías responden a un modelo basado en la construcción de índices a partir de un conjunto de variables indicadores de tendencia política y comportamiento electoral, aunque no exhaustivas ni excluyentes de otras posibles.<sup>17</sup>

Las categorías voto indeciso, oculto, abstención manifiesta y no respuestas surgen directamente de las respuestas a la pregunta "¿Si las elecciones fueran mañana (el domingo), por cual partido votaría?" Las categorías voto duro, blando y abstención potencial son inferidas a partir de los resultados de índices construidos con otras variables indicadoras de simpatía política o de voto.

1. Intención positiva de voto	1.1 Voto manifiesto	• Duro
	1.2 Voto no manifiesto u oculto	• Blando
		• Indeciso
2. Intención negativa de voto	2.1 Abstención manifiesta	
	2.2 Abstención potencial	

Para determinar la dureza del voto, puede construirse un índice con las variables: partido considerado óptimo para la solución de problemas (familiares, nacionales y/o municipales según corresponda); identificación política o partidaria; calificación de los partidos; voto anterior y voto futuro. La abstención potencial, por su parte, también surge de un índice a partir de un conjunto de variables indicadoras de interés político, tales como: voto anterior, autopercepción del interés político, conocimiento de elecciones y partidos, entre otras. La reasignación de los votantes indecisos, ocultos, abstencionistas y no respondientes, es posible elaborando medidas multidimensionales de tendencia política o simpatía electoral de voto, con variables similares a las consideradas arriba.

Cada una de estas categorías es medida en función de la consistencia en las respuestas a estas variables, según un índice cuyos valores para la diferenciación de categorías se justifica sustantiva o estadísticamente, y pueden responder a resultados de encuestas anteriores temporal y geográficamente cercanas, o a los de la encuesta en realización. Los índices sumatorios simples son útiles en este tipo de evaluaciones por el isomorfismo de los valores numéricos de las categorías posibles de las variables, que se corresponden con su valoración e importancia sustantiva. Sin embargo, los índices sumatorios ponderados que permiten localizar el valor exacto de cada uno de los valores de las variables que conforman el índice ha resultado más eficaz en la formación de las categorías lógicas y, por lo

## Índices de simpatía de voto

## 1. Evaluación puntual

- Partido óptimo p/familia
- Partido óptimo p/pais
- Partido óptimo p/municipio
- Identificación política
- Partido deseable
- Voto anterior
- Voto futuro

2. Evaluación difusa  
acuerdo/desacuerdo

- Políticas gobierno central
- Políticas gobierno municipal

## Índice de intención de voto

- Voto anterior
- Interés político
- Conocimiento partidario

## Construcción de categorías

- Voto duro
- Voto blando

## Reasignación de categorías

- Voto oculto
- Indeciso
- Abstención
- No respuesta

## Nivel de abstención

- Manifiesta
- Potencial

tanto, en la caracterización de la población. Dado que nuestro conocimiento sobre el comportamiento electoral es restringido, es aconsejable trabajar con criterios estadísticos para determinar los valores de los índices con los que se construyen las categorías lógicas.

Una posible construcción de estas categorías de análisis surge de los siguientes índices, cuya medición puede ser puntual, según una mención partidaria específica; o difusa, según percepciones y actitudes de acuerdo/desacuerdo con determinadas políticas gubernamentales; en este caso sólo se mide la opinión con respecto al partido gobernante.

Finalmente, una cuestión estadística básica que atañe a las posibilidades de reasignación en las distribuciones son las proporciones de las categorías reasignables. Para Gallup reasignar categorías con concentraciones superiores al 10% no es confiable, dado que son probabilidades condicionales desconocidas cuyo cálculo se basa en probabilidades condicionales conocidas, según los principios del Teorema de Bayes. Si las probabilidades desconocidas tienen proporciones altas en la muestra es difícil la reasignación, porque la menor concentración de probabilidades condicionales conocidas puede sobredimensionar los errores estadísticos de las predicciones.<sup>18</sup>

### A modo de conclusiones

Es difícil concluir sobre cuestiones metodológico-técnicas como las explicitadas en este trabajo, porque mucho ya ha sido expuesto a lo largo del

texto; por lo tanto sólo puntualizaremos algunos aspectos.

Retomar la metodología existente implica tener en cuenta, más que lo que se puede hacer desde los avances teórico-metodológicos, lo que sería óptimo a partir de lo que efectivamente se hace. Esto ha entrañado considerar el problema desde la polémica actual sobre una situación de investigación que no es estrictamente académica, sino empresarial-académica, y principalmente con objetivos políticos. Por estas razones, en el análisis debieran incluirse otros elementos que aludan a la situación de competencia desde el *know how* y las posibilidades del mercado, considerado tanto demandante como evaluador de estas investigaciones.

2. La utilidad de los modelos no puede evaluarse sólo desde su construcción por las categorías lógicas, sino especialmente desde su aplicación, por su capacidad predictiva. Si bien pueden parecer muy atractivos desde su construcción, es posible que no sean buenos predictores, lo cual hace necesaria la confrontación de la conducta predicha con la efectivamente ocurrida.

3. La puesta en práctica de los modelos depende de la distribución estadística de las variables que conforman los índices, ya que distribuciones con concentraciones en valores extremos hacen imposible la construcción de índices como los propuestos.

4. Conviene aclarar que este tipo de modelos no son paradigmáticos, sino que su utilidad es diferencial según los distintos escenarios políticos y electorales.

5. Si bien no nos atrevemos a afirmar en el estado actual del arte que las encuestas son

vigías de la democracia y el sufragio efectivo, si podemos aseverar que son formas de diagnóstico, predicción y guía para la acción política y todas ellas constituyen prácticas democráticas.



## Notas

- 1 Socióloga, egresada de la Universidad de Buenos Aires, con maestrías en ciencias sociales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (México) y en estadística de la Universidad Nacional de Tucumán (Argentina). Ha realizado trabajos sobre tendencia política y comportamiento electoral en Argentina y México; además, se ha especializado en problemas de informalidad y pobreza urbana. Actualmente es profesora-investigadora del Departamento de Relaciones Sociales de la UAM-Xochimilco.
- 2 La discusión tuvo como actores principales a Miguel Basañez por CEOP (Centro de Estudios de Opinión Pública) y María de las Heras por ISOP (Investigaciones Sobre Opinión Pública), con comentarios posteriores por parte de algunos investigadores. El tono de la discusión estuvo dominado por una suerte de "guerra" de manuales de estadística y de investigación social. Al respecto, ver: Alduncin, *La Jornada*, 16-XII-90; Basañez, *La Jornada*, 10 y 19-XI-90; 7 y 3-XII-90; De las Heras, *La Jornada*, 9, 11, 12 y 13-XII-90; Liga de Economistas Revolucionarios, *La Jornada*, 9 y 19-XI-90, espacio pagado; *Nexos TV* 25-XI-90 Zavala, *La Jornada*, 5-VI-88, 14 y 15-VIII-90. 5-III-91.
- 3 Con respecto a los resultados y la metodología de las investigaciones realizadas, ver: Báez Rodríguez, *La Jornada*, 12-VI-88; ISOP, *Excelsior* 4-XI-90; Opinión Profesional, *El Universal*, 7-IX-90; Prospectiva Estratégica A.C. ó CEOP, *La Jornada*, 23-V-88, 27-VI-88, 30-VI-90, 12-XI-90; *Proceso*, 5-XI-90.
- 4 Ver al respecto: L. Festinger, D. Katz, *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*, Buenos Aires, Paidós, 1972, parte III, caps. 6 y 9.
- 5 Al respecto, ver: S.L. Payne, *The art of asking question*, New York, Princeton, 1980.
- 6 Con respecto a este tema en la construcción de cuestionarios, ver entre otros: E. Noelle Neumann, *Encuestas en la sociedad de masas*, México, Alianza Universidad, 1970; S.L. Payne. (*op. cit.*).
- 7 Por estas razones, y por la composición de clase de los estudiantes —lo que puede no ser exacto en el caso de

- México—, las instituciones de estudios de opinión de muchos países han evitado utilizar estudiantes.
- 8 Sobre la construcción de marcos muestrales y los problemas que surgen de marcos defectuosos, ver: Hansen, Hurwits Madorw, *Sample Survey Methods and Theory*, Nueva York, John Wiley and sons, 1953; Yates, *Sampling Methods for Census and Survey*, Londres, Chas. Griffin and Company, 1960.
  - 9 Prospectiva Estratégica A.C., *La Jornada*, 25-V-88, 12-VI-88, 27-VI-88, 5-VII-88.
  - 10 Al respecto, ver la crítica de L. Valdés, *La Jornada*, 23-V-88.
  - 11 Para técnicas de muestreo, ver entre otros, en español: Cochran, *Técnicas de muestreo*, México, CECSA, 1980; Des Raj, *La estructura de las encuestas por muestreo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1979; Kish, *Muestreo de encuestas*, México, Trillas, 1979.
  - 12 Para una descripción más amplia sobre el muestreo por cuotas, ver: F. Stephan, P. McCarthy, *Sampling Opinions*, Nueva York, John Wiley and sons, 1958.
  - 13 Para evaluar el efecto de las no respuestas sobre la muestra original y las estadísticas de la encuesta, ver: Cochran (*op. cit.*); Kish, (*op. cit.*); entre otros.
  - 14 Al respecto, ver: P. Lazarsfeld, "Evidence and inference in social research", en D. Lerner (ed) *Evidence and Inference*, Nueva York, The Free Press of Glencoe, 1959.
  - 15 Éste es el modelo que utilizó CEOP (*Proceso*, 5-IX-90). Sin embargo, en una publicación posterior, reasigna a los votantes según la distribución de la variable voto anterior (*La Jornada* 9-XI-90).
  - 16 CEOP, *La Jornada*, 3-XII-90.
  - 17 P. Lazarsfeld (*op.cit.*).
  - 18 Para evaluar las posibilidades de la Estadística Bayesiana en la predicción de probabilidades, ver: M. Bernardo, *Estadística bayesina y métodos para la selección de modelos*, Tucumán, Seminario INIE, Universidad Nacional de Tucumán, 1983.