

JUEVES 4 DE MAYO DE 2023

ELECCIONES 2023

Sondeos fallan en reflejar los resultados electorales

Panorama. Prevén triunfo de Alejandra del Moral Vela pese a los porcentajes de las más recientes encuestas

Los resultados que arrojan las encuestas durante las campañas electorales no siempre suelen reflejar o adelantar con certeza el resultado de los comicios.

Recientemente un estudio presentado por Enkoll coloca a la candidata a la gubernatura por el Estado de México, Delfina Gómez Álvarez (Morena-PT-PVEM) con una ventaja de 20 puntos sobre Alejandra del Moral Vela (PRI-PAN-PRD-PANAL).

Sin embargo, esa misma casa encuestadora daba en 2021 una desventaja de 20 puntos a Lía Limón, en ese momento candidata a la alcaldía de Álvaro Obregón y que terminó ganándole por 21 puntos.

“El #Edomex lo va a ganar @AlejandraDMV. Quienes por ver algunas encuestas piensan lo contrario solo échense un ojo a la mayoría de las encuestas de la #CDMX en 2021. Alguna, cómo ésta en Álvaro Obregón, nos ponían 20 puntos abajo y gané por 21 (nomas se equivocó por 41)”, escribió Limón en su cuenta de Twitter.

En realidad, Limón ganó la alcaldía con 55.51% de los votos que significaron 182 mil 739 sufragios a su favor, mientras que Eduardo Santillán, que se tenía amplia ventaja según el sondeo se quedó con 34.13% de las preferencias electorales, según los datos del Instituto



RUTA. En Coacalco, la candidata de la alianza Vapor el Estado de México, recibió el respaldo de la comunidad LGBT.

Electoral de la Ciudad de México.

Los recientes resultados obtenidos por Enkoll sobre la elección mexicana fueron rápidamente retomados por Morena para apuntalar la percepción de una elección definida en esa entidad.

Paralelo a las contiendas electorales en el país, los partidos políticos y candidatos despliegan también otra lucha en busca de votos y cuyos arietes son las mediciones de las preferencias electorales durante las campañas.

La polémica por las llamadas “encuestas cuchareadas” se origina en la intención de utilizar los sondeos demoscópicos como estrategia o propaganda electoral para colocar

en la percepción de los votantes la idea de una elección ya definida a favor de un candidato debido a su “amplia” ventaja.

En un artículo de Alfonso Hernández Valdez del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) sostiene que las encuestas influyen poco en el comportamiento y las decisiones que toma el votante a la hora de acudir a las urnas.

Señala también que las equivocaciones de las encuestas no son infrecuentes y derivan de las múltiples fuentes de error a las que están expuestas.

El investigador considera que el uso político de los sondeos de opinión suele quedar al descubierto después de las elecciones por las evidentes diferencias entre el resultado y los pronósticos realizados.

“También se ha argumentado que un régimen democrático se puede beneficiar si se fomenta en él un proceso deliberativo genuino entre ciudadanos considerados como iguales, y se procura que la interpretación del voto de cada uno de ellos se acerque a sus verdaderas preferencias e intereses.

“Ello puede alterarse si las encuestas, como instrumentos que gozan de legitimidad y credibilidad científicas, colocan información falsa en el espacio público y un segmento de los votantes (sin importar el tamaño) la toma en cuenta para hacerse de una opinión y decidir cómo votar el día de la elección”, establece el investigador en su artículo. /24HORAS