



De cómo abonar al descrédito en territorios de dudosa reputación

Domingo, 20 Mayo 2018 09:55 Escrito por [Jesús Delgado](#)

De un tiempo a la fecha las firmas encuestadoras, igual que las calificadoras de riesgo, se convirtieron en territorios especializados de poca o nula credibilidad, cuando no de dudosa reputación.

Un repaso desde las elecciones presidenciales del 2012, las intermedias y para renovar gubernaturas, dan cuenta del empeño por sumar cuestionamientos que han terminado por dinamitar, en casi todo los casos, el ingrediente principal de su tarea: la credibilidad.

Cada resultado ha demostrado en forma contundente la falsedad científica de la pretendida demoscopía, con abismales diferencias no sólo respecto de los que tendrían que haber arrojado las votaciones en un sentido, sino con números totalmente contrarios a los originalmente previstos; es decir, que los supuestos triunfos en las encuestas terminaron en sonoras derrotas.

Así sucedió, por ejemplo, en las elecciones para gobernador en 12 entidades en el 2016, donde los pronosticadores sólo “acertaron”, y a medias, en cinco entidades.

Los “analistas” de buena memoria recodarán, obvio, lo bueno de esas cinco encuestas: no fallaron en sus pronósticos. Y los de mala memoria tendrán presentes, perogrullo, los malísimos desatinos de siete ejercicios demoscópicos, abono para el descrédito:

En la elección de Chihuahua, el Financiero y El Universal anticiparon el triunfo del priista Enrique Serrano, que ganó en forma inobjetable el panista Javier Corral. En Tamaulipas la cosa fue peor: El Universal pronosticó la victoria del priista Baltazar Manuel Hinojosa con el 32.6 por ciento, dejando con 26.5 al panista Francisco Javier Cabeza de Vaca. Pues bien, Cabeza de Vaca ganó con el 50 por ciento de votación.

En Veracruz, la empresa Ipsos envió hasta el tercer lugar a Miguel Ángel Yunes Linares con el 20 por ciento, por 25 por ciento de Héctor Yunes Landa (PRI). Miguel Ángel ganó.

Excélsior e Ipsos fallaron en Quintana Roo al vaticinar que ganaría el PRI, en el primer caso con el 48 por ciento vía Mauricio Góngora. Ganó Carlos Joaquín del PAN-PRD.

Y en Tlaxcala y Durango, El Financiero se anotó otros reveses. En el primer estado dio como ganadora a la perredista Lorena Cuellar, quien finalmente perdió ante el priista Antonio Mena, y en el segundo previó el triunfo del priista Esteban Villegas, del PRI, pero fue derrotado por Antonio Mena (PAN-PRD).

Al efecto, se recordará también que los representantes de las firmas y los diarios promotores de las encuestas intentaron curarse en salud con encabezados, columnas y notas, todo con signos de admiración: ¡Resultados inesperados!, ¡El voto oculto se escondió quien sabe dónde, pero los que debían perder terminaron ganando!”, o el ya clásico: “se trataba de una fotografía del momento en que fue levantada la encuesta, pero al final el rollo se nos enrolló y ya no supimos qué rollo”.

Siempre ha habido alguna forma de “matizar” simpatías, adherencias o abiertas militancias, pero en los últimos años cada vez ha sido más descarada la inclinación partidaria en nombre de supuestos ejercicios científicos.

Las elecciones presidenciales de julio próximo están más que nunca contaminadas no sólo de ocurrencias, mentiras e ilusiones, sino de encuestas, con firmas igual o peor de desprestigiadas que las agencias calificadoras de riesgos (**Standard & Poor's, Moody's y Fitch Ratings**) que advierten de “devaluaciones” e inestabilidad futuras con cargo a determinados agentes o sucesos electorales, mientras el rentismo especulador hace de las suyas y practica lo que supuestamente va a suceder (el caso del peso, que ya está por encima de los 20 pesos, esto sin que el “diablo” haya tomado todavía las riendas del paraíso celestial del neoliberalismo).

Hay que decirlo: pese al martilleo propagandístico, las citadas calificadoras son más recordadas por su encubridora actuación en la gestación del fraude con las hipotecas Subprime en Estados Unidos (la cual detonó en la crisis financiera mundial del 2008, hace ya una década) que por sus aciertos en materia de pronósticos financieros.

Así están las firmas encuestadoras para los comicios presidenciales de julio próximo, entre ellas Buendía & Laredo, Mitofsky, GEA-ISA, BGC-Excélsior, Parametría-Sol de México, entre muchas otras que, lamentablemente, han servido más como instrumento de propaganda, de militancias embozadas o de intereses comerciales, que como ejercicios orientadores, saludables para el fomento de una democracia más o menos civilizada.

Pese a los antecedentes, lo siguen haciendo. Y así quieren que se les crea.