



Revista mexicana de opinión pública

ISSN: 1870-7300

ISSN: 2448-4911

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de
Ciencias Políticas y Sociales

Infante Bonfiglio, José María
Las elecciones en Nuevo León (Méjico) de 2015. Candidatos, opinión pública y votos
Revista mexicana de opinión pública, núm. 22, 2017, Enero-Junio, pp. 71-89
Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487457373005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org
UAEM

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Las elecciones en Nuevo León (Méjico) de 2015. Candidatos, opinión pública y votos

Elections in Nuevo Leon (Mexico), 2015. Candidates, Public Opinion and Votes

José María Infante Bonfiglio¹

Recibido el 29 de mayo de 2016.

Aceptado el 19 de octubre de 2016.

Resumen

En este trabajo, se presenta un análisis del proceso electoral de 2015 en el estado de Nuevo León, México, donde se eligió un nuevo gobernador y se renovaron los presidentes municipales de 51 municipios y la totalidad de los diputados (42) del Congreso local. El estudio toma sólo en cuenta el curso para la renovación de gobernador, sin que ello signifique demeritar la importancia y las complejas determinaciones que pueden encuadrar los otros cargos de elección. Se analizan varias encuestas, de distintas fuentes, donde se relacionan motivaciones y algunos valores ideológicos con el comportamiento electoral. Se puede concluir que, mientras algunas afirmaciones de la teoría de los procesos electorales reciben confirmación, otros supuestos o principios presentan todavía dudas en cuanto a su consistencia y recurrencia.

Palabras clave

Elecciones, Nuevo León (Méjico), encuestas de opinión, candidatos independientes.

Abstract

This paper presents an analysis of the electoral process happened in the year 2015 in the State of Nuevo Leon, Mexico, where a new governor was elected and the mayors of 51 municipalities and all the deputies of the local Congress (42).

The study takes into account only the course for the renewal of governor, unless it means diminishing the importance and complex determinations that may be framing other elected positions. Several surveys are analyzed, from different sources, where related motivations and some ideological values with the voting behavior.

It can be concluded that while some of the claims of the theory of election processes receive confirmation, other assumptions or principles are still present doubts as to its consistency and recurrence.

Keywords

Elecciones, Nuevo Leon (Mexico), opinion polls, independent candidates.

¹ Doctor en psicología por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) en Córdoba, Argentina. Actualmente se desempeña como profesor titular "B" en el Instituto de Investigaciones Sociales (IINSO) en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). jose.infanteb@uanl.mx.

Introducción

A partir de los resultados de las elecciones celebradas en México en 2012, se introdujo una serie de modificaciones en los cuerpos legales y en las instituciones responsables de organizar los comicios, las cuales propiciaron que las elecciones del 7 de junio de 2015 ofrecieran un nuevo panorama electoral. Analizar todos los cambios y sus consecuencias llevará un tiempo más o menos prolongado. En este trabajo, se consideran los resultados de la votación en el estado de Nuevo León y los efectos de la aparición de un candidato independiente, tanto en los comicios en sí como en los procesos de la opinión pública. Se estudian sólo los acontecimientos vinculados a la elección de gobernador por tratarse de una experiencia inédita en la política mexicana: la aparición de un candidato que se presentaba como “independiente”, es decir, ajeno a instituciones partidarias. En el examen del comportamiento electoral, se ubican algunas preferencias y motivaciones de los electores y sus vínculos con la opinión pública, así como los medios impresos de comunicación de masas en el particular contexto de Nuevo León.

Para Vincent Price,² 1930 fue el año crucial en la construcción del concepto de opinión, ya que en ese momento se produjo una transición de una visión supraindividual y colectiva del suceso a otra que ponía énfasis en el agregado de perspectivas individuales. La dinámica de la opinión pública en relación con el comportamiento de voto ha sido reconocida desde hace ya un tiempo, pero su medición a través de estudios con métodos cuantitativos en ciencias sociales se institucionalizó a mediados del siglo pasado en los Estados Unidos.³ Los estudios de mercado fueron el antecedente en este país. En 1935, George Gallup creó el American Institute of Public Opinion.⁴ Durante los primeros tiempos, los políticos no parecían sentirse obligados a seguir las recomendaciones de los investigadores, aun cuando algunos pudieron haber estado moralmente comprometidos. En la elección presidencial estadounidense de 1936, se presentó el primer gran fracaso: *Literary Digest* publicó un estudio de Gallup que vaticinaba que Franklin Delano Roosevelt obtendría 44% de votos frente a su contrincante, Al Landon, quien recibiría 56% de apoyo. Este último ganó sólo en dos estados (hay que recordar que las elecciones estadounidenses se rigen por un sistema indirecto que elige electores por estado, que a su vez concurren a una asamblea que finalmente determina quién será el presidente). Uno de los primeros estudios con impacto significativo entre los académicos y políticos fue desarrollado por Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazle Gaudet,⁵ quienes utilizaron la técnica de panel: entrevistaron durante siete meses a una muestra de habitantes en una pequeña ciudad del estado de Ohio (Estados Unidos). El interés manifiesto era analizar la formación, los cambios y la evolución de la opinión pública. Una de sus conclusiones más relevantes fue que los contactos personales directos eran los elementos de mayor influencia para producir un cambio de opinión (en un ambiente con esas circunstancias).

En México, los estudios de opinión ligados al voto hicieron su aparición pública a finales del siglo pasado, como resultado de la transformación democrática de la última década. Las técnicas

² Vincent Price, *Communication Concepts: Public Opinion*, vol. 4, Sage, Los Ángeles, California, 1992.

³ Anthony Oberschall, “The Historical Roots of Public Opinion research”, en Wolfgang Donsbach y Michael Traugott, *The Sage Handbook of Public Opinion Research*, Sage, Londres, 2008, pp. 83-92.

⁴ Hans Zetterberg, “The Start of Modern Public Opinion Research”, en Wolfgang Donsbach y Michael Traugott, *The Sage Handbook of Public Opinion Research*, Sage, Londres, 2008, pp. 104-111.

⁵ Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazle Gaudet, *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Ediciones 3, Buenos Aires, 1962.

de estudio que atienden los distintos procesos han venido ganando en rigor y determinación, aunque todavía se presentan problemas en la precisión de los pronósticos.

La idea de opinión aparece en la Grecia clásica, como nos recuerda Raúl Rivadeneira Prada.⁶ El significado de la opinión pública, el debate sobre su valor y el impacto en la decisión de voto es motivo de permanente polémica.⁷ Siendo el voto una decisión hipotéticamente individual, por aquello de "un ciudadano, un voto", casi todos los análisis teóricos y empíricos concluyen que las élites de poder y las élites de opinión suelen ejercer una influencia desproporcionada sobre esa decisión. Vincent Price⁸ destaca que sociólogos y polítólogos adoptan mayoritariamente un modelo discursivo y estructural, aun cuando las técnicas usadas en la generalidad de los casos de encuestas y estudios de opinión atienden implícitamente a una condición individual.

Algunos autores piensan que la televisión es uno de los elementos que han cambiado la política más que cualquier otra tecnología.⁹ Sin embargo, en las elecciones que analizamos se presentó un nuevo fenómeno tecnológico, aún no evaluado completamente: el de las redes sociales. Estudios en otros países muestran que hay un efecto diferenciado del acceso y exposición a las tecnologías de comunicación.¹⁰ En el caso de Corea del Sur, el aumento del uso de noticias de la red internet parece tener efectos negativos sobre la evaluación de la moralidad del candidato líder, al contrario de lo que ocurre en la prensa y en la televisión, cuyos efectos serían positivos. Anne Schulz y Patrick Roessler¹¹ encontraron que, en el caso de Alemania, no puede hablarse de un efecto de las redes, dado que el uso de éstas no está extendido a toda la población alemana, y que los medios como la televisión y las relaciones interpersonales cara-a-cara tienen aún importancia.

Las encuestas de opinión son un elemento clave en la cobertura de los medios en las campañas electorales.¹² Los estudiosos de la metodología de encuestas son conscientes de que siempre hay cierta incertidumbre estadística; sin embargo, la observación muestra que los medios incluyen muy raramente las recomendaciones metodológicas en sus publicaciones. Quienes desean analizar la precisión y la confiabilidad de los resultados a partir de las publicaciones dirigidas a los ciudadanos rara vez cuentan con los elementos que les permitan formular un juicio correcto. Periodistas y editores se excusan diciendo que entonces las notas explicativas serían más largas que el texto sustancial, pero ocultan falazmente que ello les quitaría la autoridad de poseedores de la verdad que suelen asumir para sí mismos. Se trata de una contradicción, pues si fueran más honestos en esto, quizá evitarían las críticas derivadas de sus errores de predicción. De todas maneras,

6 Raúl Rivadeneira Prada, *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*, Trillas, Ciudad de México, 1984.

7 Charles Taber, "Information Processing and Public Opinion", en David Sears, Leonie Huddy y Jack S. Levy (eds), *Oxford Handbook of Political Psychology*, Oxford University Press, Nueva York, 2003, pp. 433-476.

8 Vincent Price, *Communication Concepts: Public Opinion*, vol. 4, Sage, Los Ángeles, 1992.

9 Wolfgang Donsbach y Michael Traugott, "Introduction", en W. Donsbach y M. Traugott, *The Sage Handbook of Public Opinion Research*, Sage, Los Ángeles, 2008, pp. 1-5.

10 Min Gyu Kim y Joohan King, "Comparing Effects of Newspaper, tv News, and the Internet News on the Evaluation of a Major Political Candidate: Latent Growth Modeling with Longitudinal Panel Data from the 2007 Presidential Campaign in South Korea", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 24, núm. 1, Oxford University Press, Nueva York, 2012, pp. 62-78.

11 Anne Schulz y Patrik Roessler, "The Spiral of Silence and the Internet: Selection of Online Content and the Perception of the Public Opinion Climate in Computer-Mediated Communication Environments", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 24, núm. 3, Oxford University Press, Nueva York, 2012, pp. 346-367.

12 Yosef Bhatty y Rasmus Tue Pedersen, "News Reporting of Opinion Polls: Journalism and Statistical Noise", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 28, núm. 1, Oxford University Press, Nueva York, 2016, pp. 129-141.

es incuestionable que la gran mayoría de los lectores de periódicos entendería muy poco de los aspectos técnicos descritos en una publicación de medios masivos.

Pierre Bourdieu¹³ formuló una crítica radical contra las encuestas de opinión, pero ello no ha impedido que se sigan presentando sus resultados y discutiendo su autenticidad y valor. En el imaginario popular, las encuestas se toman por datos de validez casi sin discusión ni oposición, no sólo por los ciudadanos sino por los propios candidatos, quienes suelen desarrollar una curiosa estrategia argumentativa: todas las encuestas son falsas, salvo las que me ubican en primer lugar. Bourdieu pensaba que las encuestas de opinión comparten supuestos discutibles: que la gente puede tener una opinión acerca de todas las cosas, que las opiniones en un individuo tienen el mismo valor y, por lo tanto, la misma predisposición a conductas correspondientes y, por último, que plantear la misma pregunta a todas las personas contiene la hipótesis implícita de un consenso universal sobre las cuestiones que deben ser consideradas.

Después de 80 años de considerar las encuestas y la opinión pública casi como sinónimos, pareciera que estamos ante un nuevo paradigma.¹⁴ En éste se estima que la opinión pública, la conducta del consumidor y otras expresiones sociopolíticas pueden ser mejor medidas (más económicamente, más rápido, más fácil) por el análisis del uso de internet u otros medios, por la minería de datos en bases de datos administrativas o por una combinación de esas dos opciones alternativas. Quizá sea válido para la "opinión pública", pero no parece una buena posibilidad para la predicción del voto, aunque siempre estará la tentación de actuar como intérprete del oráculo. Sin duda, la encuesta domiciliaria posee muchos inconvenientes técnicos, de tiempo y de costo, entre los que se debe incluir, para el caso de México, las cuestiones de seguridad; todo lo anterior hace necesario pensar en la búsqueda de opciones alternas, pero se antoja un tanto exagerado hablar de viejos y nuevos paradigmas.

Asimismo, algunos autores discuten el valor de la publicación de resultados de las encuestas de opinión, señalándolas como un elemento que influye en la toma de decisiones. Desde que surgieron los estudios de opinión, se creó en el imaginario colectivo la idea de que la publicación de sus resultados influiría en el comportamiento de voto. Una de las consecuencias notorias de esta orientación ha sido el aumento de publicaciones en los medios masivos de comunicación de resultados de encuestas,¹⁵ con la intención evidente de alterar el estado de la opinión. Aun cuando los hallazgos sobre los efectos de los sondeos de opinión parecen ambiguos e inconsistentes, se cree que la difusión en los medios de los resultados obtenidos tiene algún impacto. Lo principal parece ser que mientras las opiniones personales en materia política no sufren efectos, la perspectiva sobre la opinión colectiva sí se ve afectada. Si ligamos esto con la teoría de la espiral del silencio,¹⁶ se abren aquí vías interesantes para la investigación. El postulado teórico de la espiral del silencio (que algunos utilizan para interpretar los datos) nos conduce a una dificultad técnica: dado que se parte de la idea de que quienes creen que están en una posición

13 Pierre Bourdieu, "La opinión pública no existe", *Sociología y cultura*, Grijalbo, Ciudad de México, 1990, pp. 239-250.

14 Tom Smith, "Survey-Research Paradigms Old and New", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 25, núm. 2, Oxford University Press, Nueva York, 2013, pp. 218-229.

15 Nathalie Sonck y Geert Loosveldt, "Impact of Poll Results on Personal Opinions and Perceptions of Collective Opinion", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 22, núm. 2, Oxford University Press, Nueva York, 2010, pp. 230-255.

16 Elisabeth Noelle-Neumann, *The Spiral of Silence. Public Opinion-Our Social Skin*, The University of Chicago Press, Chicago.

minoritaria se sentirán más inhibidos para expresar sus propias ideas, ello no puede detectarse fácilmente mediante los cuestionarios, salvo que se haga una construcción muy especial de éstos.¹⁷

La idea de una opinión pública dinámica y, por lo tanto, cambiante, contradice muchos estudios que analizan la estabilidad de los votantes en relación con ciertas variables sociodemográficas y la idea de que un porcentaje más o menos alto de los electores tiene su decisión tomada hasta más allá de dos meses previos. Como se verá más abajo, en la elección que analizamos, se publicaron varios resultados de esas encuestas discordantes entre sí, pero con información casi nula sobre esas variables.

La mayoría de la investigación académica sobre opinión pública y comportamiento de voto parece concentrar el análisis de los determinantes del voto en ciertas características sociodemográficas y en factores actitudinales como clase social, etnia, género, edad, nivel de educación, área de residencia, religiosidad y demás.¹⁸ Delia Baldassarri cree necesario investigar la estructuración de las preferencias políticas, comenzando por analizar el modo y las vías por las cuales los ciudadanos perciben y comprenden los asuntos políticos. Para ella, es posible identificar cuatro tipos de votantes: el primer tipo, al que denomina *utilius*, entiende la política usando las categorías ideológicas "derecha" e "izquierda" y define sus preferencias de voto siguiendo un principio de proximidad espacial. En el segundo, *amicus*, la política es entendida como la reducción a una dicotomía; se tiende a reducir la contienda entre coaliciones de partidos. El tercer tipo, *aliens*, está motivado por un fuerte rechazo de los políticos y es incapaz de representar el debate a través de categorías ideológicas tradicionales. En el cuarto, *medians*, caen todos aquellos que no pueden ser incluidos en las tres anteriores, o sea, se trata de un cajón de sastre que no reflejaría más que una incapacidad para teorizar. La propuesta pretende establecer cuatro tipos de razonalidades o de toma de decisiones en el comportamiento electoral, que, en última instancia y a pesar de las posibles limitaciones, se trata de una elección individual.

De todas maneras, para Delia Baldassarri no existe un votante promedio y piensa que cada uno se conduce por sendas o atajos mentales que utilizan diferentes estrategias de razonamiento en el proceso de alcanzar una decisión. La dificultad es que, independientemente de la validez de este modelo teórico, casi ningún estudio indaga sobre estos procesos de razonamiento ni sobre sus resultados. Incluir el modelo teórico de Baldassarri en los estudios de opinión implicaría un consenso sobre él entre quienes estudian el tema, cosa que aparentemente puede ser imposible. Esta situación se repite con muchos otros modelos teóricos.

Las encuestas y los análisis del comportamiento del voto tienen como modelo subyacente la idea de un ser humano racional, y pocos estudios han hecho intentos serios por encontrar las relaciones entre preferencias de voto y condiciones de afectividad. Pero en el caso de México, nos encontramos con una dificultad adicional: la diferencia entre electores y votantes, que en la mayoría de los casos es de dos a uno y ello complica los estudios, ya que la población estudiada habitualmente es la de electores y no la de votantes. María de la Heras¹⁹ decía que si en México fueran a votar todos los que dicen que lo harían, la abstención sería un mito. Y señala que en las elecciones presidenciales de 2000 se mostró una correlación entre la probabilidad de abstenerse

17 Jörg Matthes, "Observing the "Spiral" in the Spiral of Silence", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 27, núm. 2, Oxford University Press, Nueva York, 2015, pp. 155-176.

18 Delia Baldassarri, *The Simple Art of Voting*, Oxford University Press, Nueva York, 2013.

19 María de las Heras, *Por quién vamos a votar y por qué. Guía práctica para comprender las elecciones*, Nuevo Siglo Aguilar, Ciudad de México, 2006.

de votar y la preferencia política; en ese caso, el PRI obtuvo muchos menos votos de los que estaban estimando los encuestadores.

Votos, opiniones y dinámica de la política

Como ya se dijo más arriba, la principal novedad, histórica, en las elecciones de 2015 fue la posibilidad de presentación de candidatos independientes, ciudadanos aparentemente sin partidos, sin estructura organizacional de apoyo, con limitados recursos públicos y un tiempo disponible en los medios de comunicación menor que el de los candidatos de los partidos previamente reconocidos. Respecto de los candidatos independientes para la gubernatura, además de requisitos legales en cuanto a edad, residencia y demás, están obligados a presentar una fórmula de respaldo ciudadano (artículos 203 a 207 de la Ley Estatal Electoral).²⁰ Esa fórmula deberá contar con el apoyo mínimo de 3% de la lista nominal, en al menos 1% de 26 municipios del estado (de un total de 51), lo que implica una organización de apoyo muy extendida, que necesariamente debió haberse preparado con antelación. La restricción en los recursos públicos tuvo como efecto que Jaime Rodríguez, el candidato independiente, tuviera un espacio mucho menor en los medios, tanto impresos como audiovisuales.

El 7 de octubre de 2014, el periódico *El Norte*, el de mayor tiraje en el estado de Nuevo León, publicó los resultados de una encuesta emprendida por la misma publicación, en que se preguntaba por el posible voto. Se debe recordar que la legislación vigente en México impide a cualquier persona ostentarse como candidato hasta la fecha legalmente establecida de inicio de campaña, de manera que los nombres (aparentemente sugeridos al encuestado, pues el periódico no presentó el cuestionario aplicado, tan sólo publicó las respuestas) eran los que podrían tener alguna difusión en la opinión (o los que el periódico pretendía promover). Es presumible que el periódico haya incluido más nombres porque desde el inicio mostró una clara oposición a las dos principales figuras de los partidos mayoritarios en el Estado.

Debe recalcarse que en todos los medios se presentan sólo estimaciones puntuales, y es sabido que en las encuestas por muestreo las estimaciones tienen inevitablemente un intervalo de confianza, es decir, un posible valor mínimo y máximo con una probabilidad determinada. Cuando aún faltaban ocho meses para los comicios, las estimaciones de los límites calculadas a partir de los datos publicados en esa fecha se presentan en la tabla 1. El periódico discriminaba entre ciudadanos "de a pie", o sea votantes en general, y líderes, pero aquí sólo se contemplan las respuestas de los primeros.

20 Ley Estatal Electoral, Arts. 203-207, 8 de julio de 2014.

Tabla 1. Respuestas de ciudadanos a la pregunta “¿Por quién votaría para candidato a la gubernatura?”, según encuesta del periódico *El Norte* (octubre de 2014)

Possible candidato	Estimación puntual	Límite inferior de estimación ($\alpha .05$)	Límite superior de estimación ($\alpha .05$)
Margarita Arellanes (PAN)	37 % (0.37)	.3406	.3994
Jaime Rodríguez (independiente)	28 % (0.28)	.2506	.3094
Ivonne Álvarez (PRI)	24 % (0.24)	.2106	.2694
Jesús María Elizondo (Partido Humanista)	20 % (0.20)	.1706	.2294
Felipe de J. Cantú (PAN)	16 % (0.16)	.1306	.1894

Fuente: elaboración propia, con datos de *El Norte*, año LXXVII, núm. 27 690, 7.10.2014

En la publicación no se especificaba que se hubiesen formulado preguntas complementarias o ampliatorias, sólo “¿Por quién votaría para candidato a la gubernatura?”. Tampoco se dejaba claro cómo podría interpretarse la codificación “no sabe”, “no contesta”, “ninguno”, que se agruparon en un solo valor pero difieren para todas las posibilidades de interpretación según se tenga en cuenta la categoría “partido” (PRI o PAN) o “independiente”. Si observamos con detenimiento la Tabla 1, vemos que, salvo para el caso de Margarita Arellanes, que se separa muy claramente de los demás, los cuatro que le siguen comparten una parte de la distribución estadística,²¹ es decir, con 95% de probabilidad. En ese momento, Ivonne Álvarez podría superar a Jaime Rodríguez; Jesús María Elizondo podría superar a Ivonne Álvarez, y Felipe de Jesús Cantú, a Jesús María Elizondo. Si los resultados se calcularan con 99% de probabilidad, la superposición de las distribuciones sería aún mayor: los votos para Margarita Arellanes, por ejemplo, podrían oscilar entre 41 y 33%, y para Jaime Rodríguez, entre 32 y 24%. Las diferencias podrían ser casi nulas. Si a estos cálculos les sumamos el error muestral, que la publicación estima en .031, la composición de las preferencias presentaría un panorama más difícil de interpretar. Pero las reglas actuales permiten a quienes publican resultados hacerlo con la estimación puntual y no de intervalo, lo que induce a falacias. De todas maneras, esta encuesta se hizo con mucha anticipación y no puede tomarse más que como una referencia general.

En los ocho meses siguientes, se realizaron innumerables encuestas. De las más importantes, presentamos los resultados en la Tabla 2. En la última columna, aparece el porcentaje de votos que finalmente obtuvieron los candidatos participantes. Si calculamos los intervalos con 95% de probabilidad de la última medición, la del periódico *El Norte* del 3 de junio, Jaime Rodríguez tendría entre 40.7 y 37.3% de votos; Ivonne Álvarez obtendría entre 27.5 y 24.5%, mientras que Felipe de Jesús Cantú habría conseguido entre 21.14 y 20.86 %. Se subestimaba a Jaime

²¹ Un supuesto común implícito es que se trata de una distribución estadística basada en el modelo de la curva normal, pero podría hacerse a partir de otros modelos matemáticos.

Rodríguez y a Felipe de Jesús Cantú y se sobreestimaba a Ivonne Álvarez. Quizá la clave estaba en los indecisos, pero sólo podemos presentarla como hipótesis.

Tabla 2. Preferencias electorales en Nuevo León (2015) según encuestas (en porcentajes)

Partido o candidato	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez	Felipe de J. Cantú	Votos nulos	Indecisos
7 de octubre de 2014 (EN * 27690)	4	38	32	-	-
7 de mayo de 2015 (EN * 27901)	29	27	22		27
22 de mayo de 2015 (Mitofsky)	21.4	29.2	23.5	-	-
22 de mayo de 2015 (Covarrubias)	23.8	31.5	20.8	-	-
22 de mayo de 2015 (EN * 27916)	31	26	20	-	-
26 de mayo de 2015 (EN * 27917)	24	31	23	-	15
27 de mayo de 2015 (Arcop)	25	37	36	-	-
3 de junio de 2015 (AGA)	32.9	34.1	23.7	-	-
3 de junio de 2015 (El Universal)	39.7	36.9	20.8	-	-
3 de junio de 2015 (GEA)	20	38	29	-	-
3 de junio de 2015 (Covarrubias)	18.7	33.1	26	-	-
3 de junio de 2015 (EN * 27928)	39	26	21		11
% votos obtenidos en la elección	48.82	23.85	22.32	2.15	-

Fuente: elaboración propia, con datos de *El Norte* (números 27 690, 27 901, 27 916, 27 917, 27 928), *Milenio Monterrey* (año 41, números 181 y 186). * EN: encuesta propia de *El Norte*. El periódico *El Norte* publicó los resultados de estudios de otras empresas como inserción pagada.

La Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (CEE-NL) impulsó un estudio en que se aplicó una encuesta a una muestra representativa de la población del estado. El cuestionario cubría una serie de aspectos importantes que ampliaban las simples respuestas de intención de voto y ciertas características demográficas. Se indagaba sobre identificación partidaria, valores ideológicos, historial de participación electoral y demás. En cuanto a las relaciones identificación partidaria e intención de

voto por el candidato independiente, Jaime Rodríguez, como se muestra en la Tabla 3 y la Tabla 4, hay elementos para sostener la hipótesis de que los ciudadanos con preferencia por un candidato independiente muestran al mismo tiempo una fuerte animadversión hacia los partidos. También se deduce que quienes tienen menor interés en la política son quienes suelen apoyar a los candidatos independientes. Respecto de quienes dijeron simpatizar por un partido, los resultados se muestran en la Tabla 4.

Tabla 3. Respuestas a la pregunta por simpatías por un partido e intención de voto (en porcentajes)

¿Simpatiza por algún partido político?	Intención manifiesta de voto			Total
	Felipe Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez	
Sí	8.4	5.2	15.2	32.1
No	8.4	26.7	13.0	65.7

Fuente: elaboración propia, a partir de los datos de la encuesta CEE-NL. $\chi^2: 1.767, p < .000$. NB se presentan sólo las respuestas positivas (se excluyen los "no sé" y "no contesta") de los tres candidatos principales para evitar elementos de error en las interpretaciones. Esto se aplica a todas las tablas sucesivas.

Tabla 4. Respuestas de quienes simpatizan por un partido e intención de voto (en porcentajes)

Partido por el que simpatiza	Intención manifiesta de voto		
	Felipe de Jesús Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez
PRI	2.3	2.3	44.9
PAN	23.4	1.6	1.6
Partido independiente *	0	11.2	.3

Fuente: elaboración propia, a partir de los datos de la encuesta CEE-NL. $\chi^2: 1.767, p < .000$. * El "partido independiente" no figuraba en la lista de opciones del cuestionario

Tabla 5. Respuestas a la pregunta “¿Qué tan interesado está usted en la política?” e intención de voto (en porcentajes)

Candidato por el que piensa votar	Interés en la política			
	Mucho	Algo	Poco	Nada
Felipe Cantú	19.9	36.2	27.5	14.5
Jaime Rodríguez	11.0	35.5	35.0	18.2
Ivonne Álvarez	17.1	38.6	32.2	11.9

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. $\chi^2: 66.229, p < .000$

Según Alejandro Moreno,²² el electorado independiente no se siente identificado con algún partido político. En cierta medida, está formado por quienes se considerarían apartidistas (v. Tabla 3). Es de destacar que, según se aprecia en la Tabla 4, aparece un porcentaje de electores que afirman tener simpatías por el “partido independiente”. Tal partido no existe ni figuraba en la lista de opciones de respuesta, pero algunos le dieron existencia real. Los autoconsiderados independientes suelen ser más jóvenes, aunque no sería la edad, sino la inexperiencia política lo que llevaría a alguien a autodefinirse como independiente. Además, los votantes por candidatos independientes se interesan menos en la política y en las elecciones (v. Tabla 5), tienen menos confianza en el proceso electoral y, cuando votan, tienden a hacerlo más por la oposición. Los inclinados a apoyar a los candidatos independientes no serían un grupo homogéneo en cuanto a actitudes e ideología (v. Tabla 8 y Tabla 9).

En cuanto a edad e intención de voto, la hipótesis de que los jóvenes tienden a preferir candidatos independientes parece confirmarse, de acuerdo con los datos de la Tabla 6. Puede verse allí que, entre los menores de 30 años, el candidato independiente superaba claramente a los otros dos. Sólo en el segmento de los mayores de 60 años, Ivonne Álvarez tenía más intenciones de voto que Jaime Rodríguez.

Tabla 6. Relación entre edad e intención de voto (en porcentajes)

		Candidato por el que votaría		
		Felipe Cantú	Ivonne Álvarez	Jaime Rodríguez
EDAD	18-23 años	17.4	23.5	43.9
	24-30 años	18.6	25.5	34.0
	31-40 años	14.4	35.2	34.0
	41-50 años	18.3	33.0	30.5
	51-60 años	17.7	19.0	34.7
	60 años y más	17.6	28.4	23.5
	Totales por candidato	17.2	28.7	32.6

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. χ^2 : 22.76, $p < .000$

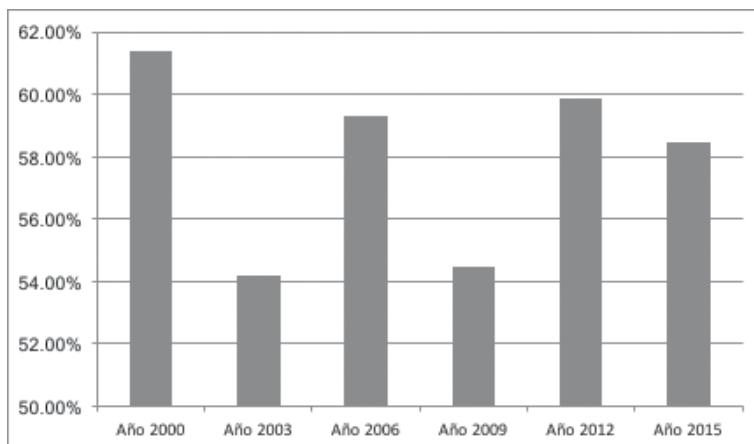
Ellen Quintelier y André Blais²³ señalan que la intención declarada es un pobre predictor del comportamiento de voto. La decisión de votar o abstenerse está influida por elementos contextuales, como las condiciones institucionales y el tipo de elección de que se trate. En otras palabras, las cuestiones principales que se ponen en juego desde el punto de vista de las necesidades sociopolíticas y las características de personalidad de los candidatos son los elementos principales que integrarían las condiciones que favorecen la participación o la abstención, según sea el caso.

22 Alejandro Moreno, “El electorado independiente”, *Este País*, núm. 291, Dopsa, Ciudad de México, julio 2015, pp. 11-13.

23 Ellen Quintelier y André Blais, “Intended and Reported Political Participation”, *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 28, núm. 1, Oxford University Press, Nueva York, 2016, pp. 117-128.

En Nuevo León, la participación suele ser cíclica: mayor en las elecciones federales cuando se elige al presidente del país y menor en las estatales en que se elige gobernador, aunque no tengamos una explicación para ello. Existe cierta evidencia de que la brecha entre la intención de voto y el voto realmente efectuado es mayor entre los más jóvenes, lo cual se atribuye a las perturbaciones propias de la adolescencia, cuando muchas actitudes políticas apenas están formándose. Como puede apreciarse en la Gráfica 1, la participación sube cuando se trata de elecciones concurrentes de presidente del país y tiende a bajar cuando en las elecciones se elige gobernador, aun cuando en ambas ocasiones se elijan diputados del orden federal. Las elecciones de 2015 parecieran haber alterado esta condición, pero no puede atribuirse con seguridad a una causa. Algunos hipotetizan que fue la presencia del candidato independiente lo que alteró el ciclo, pero no puede adjudicarse a ese hecho la razón de tal diferencia.

Gráfica 1. Porcentaje histórico de participación electoral en Nuevo León



Fuente: elaboración propia, con datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

La concurrencia a las urnas podría asociarse a la confianza en los mecanismos electorales. En los medios masivos se extendió la idea de que la creencia en el fraude alejaría a los votantes. Los datos de la Tabla 7 muestran que ello no afecta el voto, pero que sí está ligado con el candidato por el que se piensa votar. Lo anterior se refuerza con los datos de la Tabla 8, donde la probabilidad de votar está asociada a los candidatos (esta tabla, además, consolida la idea de que los candidatos independientes aumentan la asistencia a las urnas).

Tabla 7. Relaciones entre intención manifiesta de voto y creencias sobre fraude (en porcentajes)

		Candidato por el que votaría			
		Felipe Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez	Total
¿Cree usted que se podría cometer fraude?	Sí	11.4	22.7	15.7	65.4
	No	4.9	8.6	10.8	28.1

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 46.229, $p<.000$

Tabla 8. Relaciones entre intención manifiesta de voto y probabilidad de acudir a las urnas (en porcentajes)

		Candidato por el que votaría			Total
		Felipe de J. Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez	
¿Cuál es la probabilidad de que usted vote en las próximas elecciones?	Muy probable	11.8	22.0	20.1	67.9
	Algo probable	3.9	6.8	7.2	21.7
	Poco probable	1.2	2.2	1.2	6.2
	Nada probable	0.1	1.4	2.2	3.4

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 41.233, $p<.000$

Más de las dos terceras partes señaló como muy probable el ir a votar. El porcentaje de participación fue de 58.7%, de manera que hay un salto computacional, aunque es preciso reconocer que es menor que el presentado en otros estados y en elecciones anteriores en el mismo estado (Nuevo León).

Hay diferentes concepciones del interés por la política: suele asociarse a la educación, al nivel socioeconómico y al sexo. En cuanto a este último, en la encuesta CEE-NL, los análisis no presentan diferencias estadísticamente significativas entre sexo, edad e interés declarado por la política (v. Tabla 9). El argumento machista de que las mujeres tienen menor interés en la política y que, por ello, deberían restringírseles ciertas posibilidades de participación en la política no puede sostenerse.

Tabla 9. Declaración de interés por la política según sexo

Sexo	Interés por la política			
	Mucho	Algo	Poco	Nada
Hombre	14.3	34.4	31.4	19.4
Mujer	13.5	33.6	34.5	17.6

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. χ^2 : p = .711

En cuanto al interés por la política en relación con la edad, no aparecen diferencias estadísticas significativas, es decir, en todas las edades podemos encontrar a quienes dicen interesarse mucho por la política y también a quienes no demuestran el menor interés, pero la edad en sí misma no marca diferencias. En el conjunto de la muestra, 13.9% afirma tener mucho interés por la política; 34.0%, algún interés; 32.9%, poco interés, y 18.5%, ningún interés. En otras palabras, alrededor de uno de cada diez encuestados declara tener mucho interés y uno de cada cinco no tiene ningún interés en la política.

La confianza en los procesos electorales ha sido considerada por algunos autores como un factor predisponente para acudir a las urnas. Sin embargo, los datos no permiten asegurar la existencia de tal relación. Hay dos preguntas sobre el fraude (Tabla 10 y Tabla 11). En una de ellas, se pregunta directamente: "¿Cree que se puede cometer fraude en Nuevo León?". Las respuestas, según intención de voto, se presentan en la Tabla 10. Las diferencias tienen un alto grado de significación estadística y parecen apoyar la hipótesis de que quienes avalan a los candidatos independientes poseen un mayor grado de desconfianza en las elecciones y en las instituciones.

Tabla 10. Respuestas a la pregunta "¿Cree usted que se puede cometer fraude electoral en Nuevo León?" e intención declarada de voto (en porcentajes)

		Candidato por el que votaría				Total
		Felipe Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez		
"¿Cree usted que se puede cometer fraude electoral en Nuevo León?"	Sí	11.4	22.7	15.7	65.4	
	No	4.9	8.6	10.8	28.1	

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. χ^2 : 46.229, p<.000

Como también se aprecia en la Tabla 10, alrededor de las dos terceras partes de los encuestados creen en la posibilidad de un fraude. Han sido muchos los políticos que han inventado ese mito y lo siguen alimentando. Lo grave es que, tratándose de un mito, no hay elementos racionales que puedan contrarrestarlo, y quién sabe por cuánto tiempo pervivirá entre nosotros. Otra pregunta aludía a la limpieza o no de las elecciones en el estado. Las respuestas se presentan en la Tabla

11. Se reafirma la idea de que quienes apoyan a los candidatos independientes poseen más desconfianza en las elecciones. Debe destacarse que quienes dijeron que votarían por Ivonne Álvarez fueron quienes más confianza tenían en el proceso electoral.

Tabla 11. Respuestas a la pregunta “¿Cómo considera las elecciones en Nuevo León?” e intención manifiesta de voto

		Intención de voto			
		Felipe Cantú	Jaime Rodríguez	Ivonne Álvarez	Total
¿Cómo considera las elecciones en Nuevo León?	Muy limpias	3.6	6.9	8.2	21.1
	Limpias	3.8	5.9	5.8	19.2
	Fraudulentas	4.4	6.6	5.7	22.5
	Muy fraudulentas	5.2	12.2	8.2	34.5

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. χ^2 : 42.672, $p < .000$

Para Göran Therborn,²⁴ la desigualdad económica es uno de los factores que alimentan la desconfianza. La desigualdad para Therborn es un elemento multidimensional. Aquí sólo se comparan los niveles declarados de ingreso. Deberíamos esperar que quienes poseen menores niveles de ingreso muestren mayor desconfianza en el proceso electoral. En la Tabla 12 se presentan los resultados de la comparación de ambas condiciones y los datos son estadísticamente significativos, es decir, a menores niveles de ingreso se acentúa la desconfianza en el proceso electoral.

Tabla 12. Relación entre nivel de ingresos y creencia en el fraude

Nivel de ingresos	¿Cree que se puede cometer fraude en Nuevo León?		Total
	Sí	No	
Sin ingresos	1.8	1.0	2.8
Menos de \$ 2 699	14.2	3.5	19.1
Entre \$ 2 700 y 6 799	25.4	11.0	39.8
Entre \$ 6 800 y 11 599	8.5	6.9	16.2
Entre \$ 11 600 y 34 999	2.9	1.2	4.2
Entre \$ 35 000 y 84 999	0.1	0.0	0.1
Más de \$85 000	0.0	0.2	0.2

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 59.699, $p < .000$

24 Göran Therborn, *La desigualdad mata*, Alianza Editorial, Madrid, 2015, p. 216.

En el cuestionario de la encuesta CEE-NL también se hicieron algunas preguntas vinculadas a ideología y valores, en especial a la valoración de la democracia. En una de ellas se solicitaba declarar su grado de acuerdo o desacuerdo con la expresión “La democracia es más importante que el desarrollo económico”. Sin aclarar aquí las posibles interpretaciones de valores en juego, podríamos decir que un acuerdo implicaba una valoración más significativa y sólida de la democracia, mientras que un desacuerdo expresaba una valoración más pragmática de las condiciones de vida y un desprecio por la democracia. Contrastando con la intención de voto, los resultados se muestran en la Tabla 14 con una relación estadísticamente significativa entre las respuestas. Puede apreciarse que quienes declaraban su intención de votar por Ivonne Álvarez mostraban un aprecio mayor por la democracia. Lo contrario ocurrió en quienes votarían por Jaime Rodríguez: valoraron la democracia en menor grado.

Tabla 13. Creencia en el fraude e identificación partidaria (en porcentajes)

		Partido con el que dice identificarse		
		PRI	PAN	Independiente
¿Cree que se puede cometer fraude?	Sí	31.4	19.5	9.4
	No	18.7	8.1	2.1

Fuente: elaboración propia, con datos de la CEE-NL. χ^2 : 22.675; $p = .828$

En la Tabla 13, además de reafirmar que el PRI es el partido con mayor identificación partidaria en Nuevo León, se presenta la idea de que el fraude no es exclusivo de los simpatizantes de algún partido en especial. No puede evaluarse la relación con algunos partidos que en el orden federal han sostenido más firmemente la idea de fraude porque los porcentajes de quienes se identifican con esos partidos en Nuevo León es muy pequeña y las correlaciones estadísticas pierden valor significativo; sólo recurriendo a algunos modelos estadísticos más finos podría quizá obtenerse alguna conclusión.

Tabla 14. Valoración de la democracia e intención de voto (en porcentajes)

Acuerdo con la expresión “La democracia es más importante que el desarrollo económico”				
Candidato por el que tiene intención de votar	Totalmente de acuerdo			Totalmente en desacuerdo
Felipe Cantú	28.5	24.2	21.7	22.7
Jaime Rodríguez	22.5	22.5	22.8	26.3
Ivonne Álvarez	34.5	22.6	17.4	19.1

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 35.471, $p < .002$

La intención de voto debería estar asociada a la concepción y valoración que se tiene de la democracia. Al preguntarse a los encuestados “¿Qué significa para usted la democracia?”, se obtuvo un enorme abanico de respuestas. Para el cálculo estadístico simple se hace difícil cualquier interpretación. Sin embargo, en relación con la pregunta “¿Considera que hoy en día, en Nuevo León, vivimos en una democracia?”, la consideración sobre la democracia real no parece afectar la concurrencia a las urnas. Se presentan los datos en la Tabla 15.

Tabla 15. Relaciones entre la probabilidad de voto y estimaciones de la democracia (en porcentajes)

	Probabilidad de que vote en las próximas elecciones					
	Muy probable	Algo	Poco	Nada		
¿Considera que hoy en día, en Nuevo León, vivimos en una democracia?	Sí	24.5	4.2	1.2	.6	
	Sí, en parte	20.0	10.5	1.5	.8	
	No	17.5	5.3	2.5	1.4	

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 77.370; $p < .000$

Un elemento especial en la campaña de Nuevo León fue la imagen que de modo aparente se creó en torno al candidato independiente, supuestamente más “varonil” y más firme en la toma de decisiones. Un estudio semiótico de esas imágenes está pendiente. En general, los elementos de masculinidad suelen asociarse a protección y seguridad entre la población. Se presentaba la frase “Es preferible vivir con seguridad que tener un gobierno democrático”; se indagaba sobre el grado de acuerdo o desacuerdo con tal sentencia. Como puede notarse en la Tabla 16, existe una pequeña relación estadística según el sexo del encuestado. Pero no hay ninguna en relación con la intención de voto. El punto es que ciertos medios de comunicación de masas habían puesto énfasis en que la lucha contra la delincuencia no debía estar limitada por el mantenimiento de reglas de juego limpias, que incluyeran el respeto a las leyes y que, además, se trataba de una tarea para seres dotados de fortaleza (excluyendo en el implícito a las candidatas). Casi dos de cada cinco parecen apoyar totalmente una idea semejante, pero el acuerdo se extiende a casi siete de cada diez si incluimos el simple acuerdo.

Tabla 16. Relación entre sexo del encuestado y respuestas a la pregunta “Es preferible vivir con seguridad que tener un gobierno democrático” (en porcentajes)

		Sexo del encuestado			Total
		Hombre	Mujer		
“Es preferible vivir con seguridad que tener un gobierno democrático”	Totalmente de acuerdo	18.8	18.4		37.2
	Acuerdo	13.8	12.6		26.4
	Desacuerdo	10.7	9.3		20.0
	Totalmente en desacuerdo	5.8	5.2		11.1

Fuente: elaboración propia, con datos de CEE-NL. χ^2 : 13.637, $p = .018$

Finalmente, los votos efectivamente emitidos en cada casilla son el fundamento último de todo comportamiento electoral. Se demuestra la verdad o falsedad de las predicciones. En la Tabla 17 se presentan los resultados finales oficiales, dados a conocer por las autoridades electorales. Todo lector puede compararlos con los resultados de las encuestas que se han presentado.

Conclusiones

Tabla 17. Resultados electorales en la elección para gobernador en Nuevo León, 2015 (cómputo final corregido después de impugnaciones)

Partido o coalición	Candidato	Votos	Porcentaje
Partido Acción Nacional	Felipe de Jesús Cantú Rodríguez	466 543	22.32
Alianza por tu Seguridad	Ivonne Álvarez García	498 644	23.85
Partido de la Revolución Democrática	Humberto González Sesma	10 104	0.48
Partido del Trabajo	Asael Sepúlveda Martínez	16 132	0.77
Movimiento Ciudadano	Fernando Elizondo Barragán	10 881	0.52
Partido Cruzada Ciudadana	Luis Servando Farías González	1 580	0.08
Morena	Rogelio González Ramírez	6 536	0.31
Partido Humanista	Jesús María Elizondo González	7 617	0.36
Encuentro Social	Raúl Guajardo Cantú	6 679	0.32
Candidato independiente	Jaime Rodríguez Calderón	1 020 552	48.82
Votos anulados		45 012	2.15

Fuente: CEE-NL

La cantidad de votos anulados apenas es superada por la suma de los votos de los siete candidatos menores. Todas las encuestas fallaron en la predicción. Más allá de revisar problemas técnicos, como el diseño del cuestionario, la capacidad de los encuestadores y el muestreo, ¿podríamos pensar que algunos electores tuvieron algún tipo de motivación para falsear sus repuestas? En estudios sobre el comportamiento de voto se ha encontrado que existen más personas que declaran haber votado por el candidato ganador que quienes efectivamente así lo hicieron. De la misma manera, existe un mayor número de personas que dicen haber votado, que las cifras que arrojan los resultados oficiales de los comicios. En estos casos, se trata de un proceso de identificación o de un problema de deseabilidad social, pero no contamos con una hipótesis para explicar dicho comportamiento en el caso estudiado. Si analizamos los datos de varias encuestas (incluida la de CEE-NL), encontramos que subestiman los votos conseguidos por Jaime Rodríguez y sobreestiman los de Ivonne Álvarez, pero la causa no es fácil de determinar.

Es evidente que, a pesar de lo que algunos piensan, todavía nos falta mucho por conocer sobre la evolución del comportamiento electoral en relación con la opinión pública y su dinámica.

Por otro lado, los procesos electorales llevados a cabo en los últimos tiempos en todo el mundo occidental parecen indicar una tendencia que representa una transformación profunda de las campañas electorales y de los métodos de captación de votos: las campañas se parecen cada vez más a los *reality shows* televisivos: se trata de escandalizar recurriendo a actuaciones desmesuradas para atraer audiencia, aunque ello lleve implícito mentir.²⁵ John Carlin esboza cinco reglas que parecieran marcar las nuevas tendencias de este uso mediático de la propaganda con objeto de alterar la opinión pública: 1) mentir mucho, ya que pocos electores se dedican a verificar los datos o hechos que citan los candidatos, y los ciudadanos que tienden a confiar en ellos no buscan otra fuente de información; 2) fomentar la paranoia creando fantasmas imaginarios que despierten temor, fantasmas que no tienen existencia real, pero causan efectos reales en las fantasías de los ciudadanos; 3) denunciar a las élites, reforzando la sensación de vergüenza y sumisión que suele poseer la mayoría del electorado; 4) emitir insultos personales, sugiriendo o destacando defectos particulares y siempre subjetivos, aunque no tengan ninguna relación con el comportamiento político del rival en turno; 5) por último, no subestimar la ignorancia de los votantes y dirigirse a ellos como si fuesen niños, pero definir a los seguidores del rival como "tontos", "idiotas", "torpes", "retrasados" y cualquier otro apelativo similar. Sin duda, las campañas electorales se convierten cada vez más en espectáculos circenses donde el debate de ideas y la preocupación por modelar un futuro de modo sensato y responsable se hallan cada vez más ausentes.

Otras deducciones a partir de los datos permiten afirmar que quienes apoyan a candidatos independientes tienen mayor aversión a los partidos, y viceversa: quienes no muestran una fuerte afinidad partidaria parecen estar más dispuestos a apoyar a candidatos que se presentan como independientes.

El interés por la política también se muestra inversamente relacionado con el apoyo a los candidatos independientes.

En mayor proporción, los más jóvenes tienden a apoyar a los candidatos que se presentan como independientes.

25 John Carlin, "El salto a la modernidad", *El País*, núm. 14 202, año xli, Madrid, 23 de mayo de 2016.

La aparición de candidatos ajenos a los partidos tradicionales y que poseen cierto carisma pueden atraer más personas a las urnas.

Sigue presentándose el fenómeno particular de México, donde las personas que afirman que concurrirán a votar son más que quienes efectivamente lo hacen, aunque en el caso analizado la brecha se redujo.

No puede afirmarse que las mujeres muestren menor interés en la política que los hombres.

Se mantiene el mito de que las elecciones en México (y Nuevo León) son fraudulentas, aunque no haya ninguna justificación racional para ello.

Quizá, como ya dijo Fernando Vallespín,²⁶ la única verdad en política es que todos mienten.

Referencias

- BALDASSARI, Delia, *The Simple Art of Voting*, Oxford University Press, Nueva York, 2013.
- BHATTI, Yosef y Rasmus Tue Pedersen, "News Reporting of Public Opinion Polls: Journalism and Statistical Noise", vol. 28, núm. 1, *International Journal of Public Opinion Research*, Oxford University Press, Nueva York, 2016, pp. 129-141.
- BOURDIEU, Pierre, *Sociología y cultura*, Grijalbo, Ciudad de México, 1990.
- CARLIN, John, "El salto a la modernidad", *El País*, núm. 14 202, año xli, Madrid, 23 de mayo de 2016.
- DONSBACH, Wolfgang y Michael Traugott, *The Sage Handbook of Public Opinion Research*, Sage, Los Ángeles, 2008.
- HERAS, María de las, *Por quién vamos a votar y por qué. Guía práctica para comprender las elecciones*, Nuevo Siglo Aguilar, Ciudad de México, 2006.
- KIM MIN, Gyu y Joohan King, "Comparing Effects of Newspaper, tv News, and the Internet News on the Evaluation of a Major Political Candidate: Latent Growth Modeling with Longitudinal Panel Data from the 2007 Presidential Campaign in South Korea", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 24, núm. 1, Oxford University Press, Nueva York, 2012, pp. 62-78.
- MORENO, Alejandro, "El electorado independiente", núm. 291, *Este País*, Dopsa, Ciudad de México, julio 2015, pp. 11-13.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *The Spiral of Silence. Public Opinion-Our Social Skin*, 2^a ed., The University of Chicago Press, Chicago, 1993.
- PRICE, Vincent, *Communication Concepts: Public Opinion*, vol. 4, Sage, Los Ángeles, 1992.
- QUINTELIER, Ellen y André Blais, "Intended and Reported Political Participation", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 28, núm. 1, Oxford University Press, Nueva York, 2016, pp. 117-128.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl, *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*, Trillas, Ciudad de México, 1984.
- SCHULZ, Anne y Roessler, Patrik, "The Spiral of Silence and the Internet: Selection of Online Content and the Perception of the Public Opinion Climate in Computer-Mediated Communication Environments", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 24, núm. 3, Oxford University Press, Nueva York, 2012, pp. 346-367.
- SMITH, Tom, "Survey-Research Paradigms Old and New", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 25, núm. 2, Oxford University Press, Nueva York, 2013, pp. 218-229.
- SONCK, Nathalie y Geert Loosveldt, "Impact of Poll Results on Personal Opinions and Perceptions of Collective Opinion", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 22, núm. 2, Oxford University Press, Nueva York, 2010, pp. 230-255.
- TABER, Charles, "Information Processing and Public Opinion", en "Information Processing and Public Opinion", en David Sears, Leonie Huddy y Jack S. Levy (eds.), *Oxford Handbook of Political Psychology*, Oxford University Press, Nueva York, 2003, pp. 433-476.
- THERBORN, Göran, *La desigualdad mata*, Alianza Editorial, Madrid, 2015.
- VALLESPÍN, Fernando, *La mentira os hará libres*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2012.

26 Fernando Vallespín, *La mentira os hará libres*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2012, p.182.