

La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015

The usefulness of surveys in predicting the vote. The second round of Argentina 2015

José del Tronco Paganelli¹

Georgina Flores Ivich²

Abby Madrigal Ramírez³

Recibido el 18 de febrero de 2016.

Aceptado el 25 de abril de 2016.

Resumen

¿Es posible predecir los resultados de una elección? ¿Con qué nivel de precisión? ¿Cuán útiles son para ello las encuestas de opinión pública? Este documento busca responder a estos interrogantes a través de una estimación de los resultados electorales de la segunda vuelta (*ballotage*) en las elecciones presidenciales de Argentina, en 2015, a partir de la información provista por el Latinobarómetro 2015, encuesta anual realizada 9 meses antes de las elecciones. Los resultados del análisis cuantitativo (que estimó los perfiles de los votantes potenciales por medio de una regresión logística) muestran que hubiera sido posible predecir los resultados electorales, tanto de la primera como de la segunda vuelta, en que resultó electo Mauricio Macri, candidato opositor, quien antes de las Primarias Abiertas Simultáneas Obligatorias (PASO) no era considerado una amenaza real para el candidato oficialista Daniel Scioli.

Palabras clave

Opinión pública, Argentina, predicción del voto, *ballotage*.

1 Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México, y doctor con mención honorífica en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). jdeltronco@flacso.edu.mx

2 Maestra en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México, donde también se desempeña como investigadora asistente. Actualmente, estudia el doctorado en Ciencia Política en la UNAM. geffloresivich@flacso.edu.mx

3 Licenciada en Actuaría por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), donde realizó estudios de diplomado en Estadística Aplicada y Finanzas Corporativas. Desde 2008 a la fecha labora en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México. abby.madrigal@flacso.edu.mx

Abstract

¿Is it possible to predict who will win an electoral race? ¿Which is the usefulness of public opinion surveys for that goal? This article seeks to respond this questions through the estimation of electoral results of 2015 Argentinian's Presidential Election based on the information provided by Latin-barometer 2015, an annual survey run at the beginning of the year, 9 months before the election. The quantitative analysis (logistic regression) shows that final electoral results, as much the first as the second round (where Mauricio Macri, the challenger, was finally and surprisingly elected), could be predicted with the public opinion data included in that survey.

Keywords

Public opinion, Argentina, voting prediction, second round.

1. Opinión pública, comportamiento político y resultados electorales

La opinión pública ha sido reconocida como fuerza política desde el siglo xvii. Teóricos como Locke, Rousseau o Tocqueville, entre otros, destacaron que la opinión pública constituía un elemento esencial en los asuntos del Estado. En el siglo xx, Gallup y otros generalizan el análisis de las actitudes y preferencias del electorado norteamericano, al identificar a Franklin Delano Roosevelt como el candidato vencedor de las elecciones de 1936 en Estados Unidos. Durante la posguerra, este tipo de estudios se institucionalizan asimismo en Europa Occidental, no sólo mediante encuestas comerciales, sino también en la investigación académica. En América Latina, finalmente, esto ocurre ya entrada la década de 1980, a partir de las transiciones hacia la democracia.⁴ Actualmente, la opinión pública es considerada como un elemento inherente al desarrollo de las relaciones políticas en las sociedades democráticas.

El estudio de la opinión pública, y de su relación con el comportamiento político, ha generado agendas de investigación extensas e inter-disciplinarias. Entre las disciplinas más utilizadas, destacan las aportaciones de la psicología, la ciencia política, la sociología y las ciencias de la comunicación. Gracias a estas agendas, muchos autores sostienen que la opinión pública impacta en el proceso de toma de decisiones,⁵ incide sobre la imagen de los gobernantes⁶ y desempeña un papel importante en la determinación de resultados electorales.⁷

La vinculación de las encuestas de opinión pública y los resultados electorales constituye precisamente el objeto de estudio del presente artículo. En términos teóricos, este trabajo se

4 Por ello, autores como Grossi llaman al siglo xx el siglo de la opinión pública. Giorgio Grossi, *La opinión pública. Teoría del campo democrático*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2007.

5 Benjamin Page y Robert Shapiro, "Effects on Public Opinion on Policy", *American Political Science Review*, vol. 77 núm. 1, Cambridge University Press, Texas, Estados Unidos, pp. 175-190; James Druckman y Lawrence Jacobs, "Lumpers and Splitters: The Public Opinion than Politicians Collect and Use", *Public Opinion Quarterly*, vol. 70, núm. 4, Oxford University Press, Estados Unidos, 2006, pp. 453-476.

6 Lawrence Jacobs y Robert Shapiro, "Questioning the Conventional Wisdom on Public Opinion toward Health Reform", *Political Science and Politics*, vol. 27, núm. 2, Cambridge University Press, Estados Unidos, 1994, pp. 208-214.

7 C. Marsh, "Back on the bandwagon: The effect of opinion polls on public opinion", *British Journal of Political Science*, vol. 15, núm. 1, Cambridge University Press, Reino Unido, 1984, pp. 51-74; Paul J. Lavrakas, Jack K. Holley y P. V. Miller, "Public reactions to polling news during the 1988 presidential election campaign", en Paul J. Lavrakas y Jack K. Holley (eds.), *Polling and Presidential election coverage*, SAGE, California, Estados Unidos, 1991; Stephen Ansolabehere, Shanto Iyengar, Adam Simon y Nicholas Valentino, "Does Attack Advertising Demobilize the Electorate?", *American Political Science Review*, vol. 88, núm. 4, Texas, Estados Unidos, 1994, pp. 829-838; Jorge Domínguez y James McCann, *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, The John Hopkins University Press, Londres, 1998.

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/999813>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/999813>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)