

EEUU: La lucha de las encuestas en la recta final de la campaña presidencial

El Ciudadano · 7 de septiembre de 2016

Los resultados de las encuestas ponen en marcha todo un engranaje de intereses para potenciar al preferido o debilitar al rival. En una misma jornada, dos medios difundieron resultados con diferencias apreciables.



En una misma jornada, dos grandes medios publicaron sus encuestas referentes a la intención de voto de los estadounidenses para las próximas **elecciones presidenciales del 8 de noviembre**.

Por una parte, este martes *CNN/ORC* reveló que el **abanderado republicano, Donald Trump**, encabeza las encuestas con el **45% de las preferencias, frente al 43% de la demócrata Hillary Clinton**. Un resumen de encuestas del mismo medio dado a conocer el pasado viernes mostró que la ventaja de Clinton se había reducido a la mitad en comparación con la obtenida después de la convención.



A este primer tanteo hay que añadirle otra publicación difundida también este martes por el diario *The Washington Post* que incluye sondeos en los 50 estados del país. Para proclamarse ganador, el candidato **debe lograr 270 “votos electorales” de un total de 538 a repartir**, divididos por cada estado, algunos de gran peso y otros irrelevantes.

Según la encuesta del medio, **Clinton tiene asegurados 244 votos electorales, mientras que Trump posee 126**. Es decir, a nueve semanas de los comicios, aún nada está cerrado y a pesar de que los apoyos se decantan más por el lado de Clinton, las cartas aún no están echadas y la influencia de voto aún puede variar.

El sondeo del *Post* revela que hay 10 estados que registran un empate y que suman un total de 168 votos electorales.

Ella es la gran favorita en California (55 votos electorales), Pennsylvania (20) y Nueva York (29). Él, por su parte, es fuerte en todo el Medio Oeste y parte del oeste, pero son estados que no reparten muchos votos. Así, las principales batallas electorales se concentrarán en parte del llamado “cinturón del maíz”, como Iowa, o en estados industriales, como Ohio (18 votos). Pero también la pelea será voto a voto en el sur: Mississippi, Georgia, Texas, Carolina del Norte y Florida. En estados históricamente demócratas como Wisconsin y Michigan, la demócrata lidera por apenas dos puntos, aunque Trump va incrementando sus apoyos en la zona.

¿Qué hay detrás de los sondeos?

La **influencia de los sondeos preelectorales no es menor** en una campaña tan disputada como la que enfrentan los dos candidatos a la Casa Blanca. Clinton y Trump han mantenido un pulso en los últimos dos meses, aunque la demócrata ha estado por delante la mayoría de las veces.

Los efectos suelen ser dos y claros: mientras que en ocasiones **sirven para reforzar o confirmar las preferencias previas** y, en algunos casos, para llevar a los más dubitativos por la senda mayoritaria; en otros casos, cuando pronostican una victoria de un partido por el que algunos sienten especial rechazo, **movilizan y motivan al electorado para votar en contra del partido que es visto como un peligro**, o como algo negativo, normalmente aplicando un «voto útil» para evitar su victoria.

Existe todavía una tercera posibilidad: si las encuestas predicen que va ganar claramente su partido político preferido, **algunos ciudadanos finalmente pueden quedarse en casa dando por supuesto que los “suyos” ya tienen asegurado el éxito**.

El hecho de que varias encuestas realizadas casi al mismo tiempo presenten diferencias apreciables, según el perfil ideológico del medio de comunicación social que las difunda **hace pensar en los intereses que pueden haber detrás de estas «cocinas de datos»**, una tendencia que se intensifica a medida que se acerca el día de acudir a las urnas.

Consultado por *El Ciudadano* al respecto de esta cuestión, el **cientista político Ernesto Águila**, señaló que «las encuestas no solo son herramientas que permiten captar el estado de la opinión pública en un determinado momento, sino que también los resultados generan opinión». «No son inocentes en el sentido de generar intención de voto y por eso muchos países han regulado su emisión», agregó.

En la misma línea, indicó que «es importante saber quienes son los que están detrás de las encuestas porque, **en la medida que generan estos efectos en el electorado, muchas tienen sesgos importantes**, no por la idea de falsear los resultados sino por qué es lo que se pregunta o cómo se pregunta». Para él, es importante que en las democracias maduras exista regulación y transparencia sobre la metodología y el acceso a las bases de datos de los encuestados.

Así, uno de los problemas que se identifican en las encuestas electorales de Estados Unidos tiene que ver con que presuponen una elección de voto directo donde quien obtiene más votos resulta el candidato ganador. Pero, el sistema electoral estadounidense es de elección indirecta donde cada estado cuenta con un número de votos electorales. Esa podría ser una razón por la que el último sondeo del *Post* fue mucho más difundido y considerado.

Sea como sea, **los resultados de las encuestas ponen en marcha todo un engranaje de intereses para potenciar al preferido o debilitar al rival**. En este sentido, será interesante ver cómo actúa, presiona e injiere la Unión Europea, los lobbies de las multinacionales, las empresas armamentísticas y los sectores republicanos anti-Trump si los medios empiezan a publicar sondeos a favor del multimillonario neoyorquino. Habrá que estar atentos.

Meritxell Freixas

@MeritxellFr

Fuente: [El Ciudadano](#)

