

## Agrupaciones de la opinión pública: las elecciones seccionales en Quito 2019

Pérez Pazmiño, Santiago Andrés

*Clima Social, Estudios y Asesoramiento*

 santiago@clima.social

ORCID ID: 0000-0003-0728-1602

Documento recibido: 01 diciembre 2021

Aprobado para publicación: 13 junio 2022

### Resumen

El artículo relata el proceso de construcción de grupos de opinión en el contexto de las elecciones seccionales en Quito del año 2019. Las encuestas de opinión han sido usadas para acompañar las estrategias electorales de candidatos, así como para realizar pronósticos de los posibles resultados. Para su realización se emplean técnicas de investigación de las ciencias sociales, en búsqueda de precisión y profundidad en el conocimiento de las necesidades y demandas de los electores. Herramientas de análisis como el factorial multivariado permiten encontrar agrupaciones, que son manifestaciones de la conformación de tipos de electores que se identifican por sus respuestas y características compartidas, articuladas por oposición a otros que expresan diferentes respuestas y cualidades.

### Palabras clave

Opinión pública, encuestas, elecciones, análisis multivariado, agrupaciones de opinión.

---

## Resumo

O artigo relata o processo de formação de grupos de opinião no contexto das eleições seccionais em Quito em 2019. As pesquisas de opinião têm sido utilizadas para monitorar as estratégias eleitorais dos candidatos, bem como para fazer previsões de possíveis resultados. Para realizá-lo, são utilizadas técnicas de pesquisa das ciências sociais, em busca de precisão e profundidade no conhecimento das necessidades e demandas dos eleitores. Ferramentas de análise como o fatorial multivariado permitem encontrar grupos, que são manifestações da conformação de tipos de eleitores que se identificam por suas respostas e características compartilhadas, articuladas em oposição a outros que expressam respostas e qualidades diferentes.

## Palavras-chave

Opinião pública, sondagens, eleições, análise multivariada, agrupamentos de opinião.

## Abstract

The article reports the process of building opinion groups in the context of the subnational elections in Quito in 2019. Opinion polls have been used to monitor the electoral strategies of candidates, as well as to make forecasts of possible results. To carry it out, research techniques from the social sciences are used, in search of precision and depth in the knowledge of the needs and demands of the voters. Analysis tools such as the multivariate factorial allow us to find groups, which are manifestations of the conformation of types of voters who are identified by their responses and shared characteristics, articulated in opposition to others who express different responses and qualities.

## Keywords

Public opinion, polls, elections, multivariate analysis, opinion groupings.

---

## Introducción

Las agrupaciones de la opinión pública están determinadas por factores personales y sociales, que se expresan sobre un conjunto de declaraciones explícitas, que guardan significados diversos, y que se manifiestan bajo los principios de identidad y diferenciación. Identidad porque construye asociaciones naturales entre personas que comparten algunos atributos, y diferenciación porque el grupo se conforma sobre la base de características distintas a las de otro grupo. Es preciso recalcar que estas agrupaciones no tienen que ver con las características clásicas de sexo, edad, nivel de instrucción o socioeconómico. Se trata de agrupaciones construidas sobre la base de respuestas espontáneas a las preguntas formuladas en la encuesta. Por lo tanto, las variables, el universo, la muestra son determinantes para que aparezcan las agrupaciones y se vuelvan visibles mediante el procesamiento estadístico.

En este artículo se hace un repaso al concepto de opinión pública, dirigido a plantear la necesidad de ir más allá de la sumatoria de las opiniones individuales; es decir, tomar en cuenta las influencias ejercidas por los medios

de comunicación, la influencia de las opiniones de las demás personas, y de un acumulado de significados que provienen de la cultura política y las tradiciones. Por ello, se justifica usar herramientas que permitan comprender los resultados de las encuestas como articulaciones, que pueden ser leídas como asociaciones en forma de racimo, a veces no tan visibles mediante una lectura unidireccional de los resultados.

Una vez planteado este marco conceptual, el artículo revisa los resultados obtenidos utilizando la técnica del análisis factorial multivariado para el caso de las elecciones seccionales de 2019 en Quito. Gracias a esta herramienta, se pueden encontrar 5 agrupaciones de la opinión pública que explican mejor el resultado electoral, con una mayor precisión y profundidad que el simple pronóstico de la intención de voto.

Las agrupaciones muestran una composición de la opinión pública de Quito, caracterizada por una división entre optimistas y pesimistas, el alejamiento de la institucionalidad y la presencia de liderazgos que marcan la posición de las personas y la existencia de una facción de la sociedad que resulta imposible catalogar debido a que no toma posiciones claras de apoyo o rechazo a las diferentes temáticas que se consultan en las encuestas.

## El concepto de opinión pública y lo que miden las encuestas

El concepto de opinión pública está ligado al proceso de consolidación de los Estados nacionales y al afianzamiento del sistema basado en la democracia liberal. Las ideas acerca de lo público se afianzan en la medida en que se desarrollan instituciones y prácticas que ponen en funcionamiento la lógica de las mayorías, del consenso y de la racionalidad, expresada en la toma de decisiones en búsqueda del bien común. Los inicios del manejo del concepto de opinión pública están influenciados por la práctica de la política, en la que la fuerza de la corriente liberal americana es determinante. También tiene como sustrato el desarrollo de la urbanización de las sociedades y la profesionalización de la política.

El concepto de opinión pública inicialmente gira en torno a tres ejes: los temas que debate el público, las decisiones políticas y el papel de los medios de comunicación en la transmisión de estos debates. En 1922 Walter Lippmann (*Public Opinion*, 2003) propuso la idea, que más tarde se cuestionaría, del rol de los periodistas como enlace entre los agentes políticos y los ciudadanos. Lippmann creía que en ocasiones “los individuos se forjan ideas acerca de sucesos que se desarrollan fuera de su alcance” (Lippman, 2003: 31), marcando así un límite en la formación de la opinión pública. La democracia, decía Lippmann, exige demasiado a las personas comunes, porque estas están poco interesadas en los asuntos públicos. De esta manera, los individuos se forman opiniones incompletas, sesgadas por temores, prejuicios e ideas preconcebidas. Las ideas de estos fundadores de la opinión pública no conciben el sentido de inconformidad frente al poder y resultan inmovilizadoras, debido a la ausencia del disenso.

En *Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la Vida Pública*, Habermas (1994) reseña la evolución del concepto de lo público, y lo relaciona con el desarrollo del Estado capitalista, atado al surgimiento de sus instituciones. Esta obra ayuda a entender el peso de la opinión pública dentro de los procesos comunicativos modernos. La opinión pública crítica es desplazada por la propaganda y la publicidad manipuladoras; el debate político es sustituido por una política plebiscitaria, y el público mediatizado es solicitado para que “aclame públicamente” a aquellos que ejercerán el poder (Habermas, 1994: 243). Es por esto que el indicador de aprobación de la gestión, por ejemplo, “le da a un gobierno la medida del control que ejerce sobre esta opinión no - pública, o del grado de promoción publicitaria del que está necesitado” (Ibid.; 243). Para Habermas,

Sólo es posible construir el contexto comunicativo de un público en las condiciones de una democracia de masas del Estado social, mediando el ciclo de la opinión 'cuasi-pública' con el ámbito comunicativo informal mediante una notoriedad pública crítica avivada por las publicidades internas de las organizaciones. (Ibid.: 254).

Como se ve, la opinión pública pertenece al momento de constitución del Estado moderno que, por necesidad de realizar un ordenamiento de los diferentes aspectos de la sociedad, la economía y las leyes, coloca en su centro la razón y el principio de libertad individual (Aguilar, 2017: 6). "El Estado libre, al constituirse con la forma racionalmente autoevidente de la libertad universal, descansa en un consenso general a la vez que lo hace posible" (Ibid.: 8).

De esta manera, el desarrollo del concepto de opinión pública tiene como matriz estas nociones: en primer lugar, la libertad de opinar sobre los asuntos generales de la sociedad. En segundo lugar, que se desenvuelve en el debate abierto, puesto que aluden a asuntos comúnmente comprensibles para la mayoría, que giran sobre temas concretos y aprehensibles y; finalmente, que generan consensos.

Durante la segunda mitad del siglo XX, se rompe esta noción directamente articulada a la idea del Estado surgido en la modernidad, ya que se producen cambios tanto en el plano de la política concreta como en el de las ideas. Es así que se produce una "plurisignificación del concepto" (Ibid.: 3), que viene de la mano con la crisis del Estado de derecho liberal y el apareamiento de nuevos actores políticos, de los fenómenos de masas y la repolitización de la sociedad, que rebasan la comprensión de la democracia como la manifestación de los individuos libres y racionales, expresando sus puntos de vista.

¿Por qué ciertos temas se vuelven públicos? Esta es una pregunta central, que es abordada por distintos autores, entre otros por Pierre Bourdieu (1980) y Niklas Luhman (2007). En síntesis, para esta concepción, la opinión pública es funcional en su producción de temas dotados de atención pública (Ibid.: 15), y en esto interviene la comunicación política que "establece los confines de lo que es posible ver por vez" (Luhman, 2007: 12).

Esto es significativo, en tanto el sistema político, por cuanto se funda en la opinión pública, no está principalmente integrado por las reglas de la decisión sino por la regla de la atención pública (Ibid.: 17). Existe, entonces, una interacción entre la política y el público, en la que los medios se convierten en un filtro para establecer qué es público y qué no lo es. Y un aspecto clave es poner el foco en lo que no se convierte en asunto público de discusión, y las razones de tal exclusión.

Este trabajo recoge, pues, esta visión de opinión pública, como un lugar de coexistencia de opiniones e intereses, en el que consenso es momentáneo y representa el resultado de las disputas de estas opiniones e intereses. Finalmente, cabe indicar que, si bien la opinión es importante, no es decisiva para la toma de decisiones (Ibid.: 21), puesto que el poder puede o no actuar impulsado por la fuerza de la opinión pública, o puede responder a otras fuerzas, tales como los intereses particulares, corporativos, empresariales, etcétera.

Para Pierre Bourdieu "la opinión pública no existe" (Bourdieu, 1980). Al menos, no en la forma defendida por quienes utilizan el concepto con fines instrumentales para el proceso de toma de decisiones, en especial las firmas que se dedican a los sondeos de opinión. Este autor sostiene que:

Por una parte, habría opiniones constituidas, movilizadas, grupos de presión movilizadas alrededor de un sistema de intereses explícitamente formulados; y por otro lado inclinaciones que, por definición, no son opinión si por ella se entiende (...) algo que pueda formularse discursivamente con cierta pretensión de coherencia (Bourdieu, 1980: 311).

Para este autor la opinión, en tanto agregación de respuestas registradas en una base de datos obtenidas por medio de un formulario estructurado es “un artificio”, puesto que por detrás está la construcción previa de sentidos y significados que dan origen a las preguntas de las encuestas (Ibid.: 311).

Por lo tanto, se vuelve preciso citar aquí a Niklas Luhmann en cuanto afirma que los medios de masas “producen y reproducen un conocimiento del mundo” (Luhmann, 2007: 112). Los debates de opinión que se transmiten a través de los medios de comunicación “operan con un espectro de atribución caudal tan diverso, que con ello dan la impresión (con respecto a los hechos) de que se trata de un todo compacto definitivo que ya no podría desentrañarse más” (Ibid.: 113). De esta manera, los medios establecen causalidades “simplificadas, valores, emociones”, con los cuales se escenifica los acontecimientos ocasionando una “representación de la realidad” (Ibid.: 114).

El poder construye escenas de disputas, en cuyo centro se encuentran intereses económicos, políticos o simbólicos y que se manifiestan en las respuestas, opiniones, percepciones que se registran en los estudios de opinión. Elizabeth Noelle-Neumann (1995) fue una destacada investigadora, cuyo mayor aporte, coinciden muchos autores, fue haber proporcionado abundante material empírico para sustentar su teoría. Pudo comprobar cómo, en sucesivas elecciones, el favoritismo por un candidato ocasionaba un efecto de último momento, volcando las votaciones hacia quien aparecía como el más probable ganador (Noelle-Neumann, 1995). A partir de esta constatación, establece una noción que pretende universal, según la cual todas las personas sienten un temor al aislamiento como una “fuerza que pone en marcha la espiral del silencio” (Ibid.: 23).

La noción de la opinión pública de Noelle-Neumann tiene una plataforma psicológica por la cual, La sociedad — y no sólo los grupos en que los miembros se conocen mutuamente— amenaza con el aislamiento y la exclusión a los individuos que se desvían del consenso. Los individuos, por su parte, tienen un miedo en gran medida subconsciente al aislamiento, probablemente determinado genéticamente. Este miedo al aislamiento hace que la gente intente comprobar constantemente qué opiniones y modos de comportamiento son aprobados o desaprobados en su medio, y qué opiniones y formas de comportamiento están ganando o perdiendo fuerza. La teoría postula la existencia de un sentido cuasi-estadístico que permite realizar esas estimaciones (Ibid.: 259).

Noelle-Neumann busca demostrar la validez transcultural de sus hallazgos, estableciendo semejanzas en experimentos realizados en Alemania, España y Corea, aunque, en el contexto latinoamericano y de otros países marcados por la desigualdad y la persistencia de formas no modernas en el sistema político, el miedo al aislamiento como fundamento del ocultamiento de las opiniones encuentra limitaciones.

La insuficiencia de la noción de la espiral del silencio fue anotada por Irving Crespi (2000) para quien, a pesar de sus méritos metodológicos, esta no “nos dice mucho sobre la forma en que la reflexión colectiva es influenciada”, puesto que él por su parte constata que “el miedo al aislamiento es una influencia menor que las características sociales y demográficas”, e incluso actúa como un potenciador de las minorías cuando “tratan de evitar verse debilitadas por el silencio de los que les apoyan, y de animar la predisposición para pronunciarse” (Crespi, 2000: 100).

Pensando en la realidad ecuatoriana, del comportamiento elusivo en las respuestas de las encuestas, se vuelve necesario establecer una crítica contra la noción de la espiral del silencio, en búsqueda de una redefinición de cómo operan los imaginarios sociales. Las investigaciones de Noelle-Neumann llegaban a la conclusión que las personas omiten o cambian sus opiniones al hacer una evaluación pragmática del entorno, y se colocan generalmente del lado de las supuestas mayorías para evitar ser rechazadas. Para Rubén Dittus (2005), “señalar que

el ser humano biológicamente quiere ser aceptado y teme el rechazo de sus pares tiene una connotación esencialista" (Dittus, 2005: 63).

Las condiciones de desigualdad que han marcado el desarrollo de los Estados nacionales en Latinoamérica y la persistencia de formas culturales ancestrales, son elementos obligados para comprender el comportamiento y la cultura política que se manifiestan en los estudios de opinión, puesto que "la espiral del silencio tiene perfecta aplicación práctica en cualquier Estado occidental, pero esa lógica se pierde al aplicarla a otra dimensión espacio-temporal" (Ibid.: 62). Citando a Berger y Luckman, Dittus afirma que la naturaleza es resultado de una construcción humana, además que en sociedades donde no hay medios la espiral del silencio "queda en el aire" (Ibid.: 68). De esta manera, la tendencia de la noción de la espiral del silencio de "biologizar el funcionamiento de las instituciones y sus estructuras" (Ibid.: 73) vendría a ser parte de este entramado de sutil ocultamiento de las relaciones de poder, tomando el concepto de "poder disciplinario" de Michel Foucault, por esta característica de blindar con confusión y vaguedad al poder.

Giorgio Grossi (2007), por su parte, considera que Noelle-Neumann "niega la centralidad de la discusión y del enfrentamiento público como fundamento" de la democracia, porque no asigna a la opinión pública algún rol político, social o cultural que no sea el del mantenimiento del status quo, del alineamiento a las orientaciones mayoritarias (reales o presumidas) y de la difusión de un 'control social' no impuesto desde arriba, sino interiorizado y reclamado desde abajo por parte de cada individuo (Grossi, 2007: 66).

Noelle-Neumann, sostiene Hernández, "sigue pensando que hay algo compulsivo en la masa ligado a las emociones primarias y atávicas" (Ibid.: 9) y, con esta línea de argumentación, olvida o descarta algo primordial, como es la proyección de la realidad social desde los medios de comunicación. En el fondo, concluye Hernández, Noelle-Neumann "no hace alguna contribución a la solución del verdadero problema de índole práctico: la articulación del poder político" (Ibid.: 16) y, es más, aventura que esta omisión del papel de la racionalidad en la formulación de opiniones y percepciones responde a un olvido de las causas: que, en mucho, el ocultamiento de las opiniones en las encuestas, se debe a que estas pertenecen al "patrimonio de élites ilustradas" (Ibid.: 17).

El estudio del desarrollo histórico de la opinión pública pasa en buena parte por Norteamérica, donde se desarrollaron importantes investigaciones empíricas que le dieron un gran impulso a la realización de encuestas y sondeos aplicados a la comunicación política, a partir de la segunda mitad del siglo XX. Para Juan Ignacio Rospir (2008), el desarrollo de la idea de opinión pública tiene un momento importante en Norteamérica pasada la Segunda Guerra Mundial, con la colaboración de profesionales de los sondeos y académicos universitarios. Likert, Cantril, Lazarfeld, Gallup, Roper, Crossley, entre otros, "relacionaban la opinión pública con un interés político inmediato y una medición concreta" (Rospir, 2008: 148).

Los siguientes son los puntos centrales que emergen del "período clásico de la opinión pública en el siglo XX americano" (Ibid.: 154), y que guardan correspondencia con el problema que se discute en este artículo: 1) relacionar la opinión pública con un tema político vigente, con mediciones sobre aspectos concretos, 2) la presencia determinante del rol de los medios de comunicación y el interés por el pronóstico del comportamiento de los ciudadanos, 3) la concepción de opinión pública marcada de manera indeleble por lo que pueden medir las encuestas, y 4) la problemática convivencia de los estudios de opinión pública con el poder político y económico. Entonces el "concepto de opinión pública quedó identificado por el carácter genérico de su definición – lo que miden, o, mejor dicho, lo que intentan medir las encuestas-" (Ibid.: 151). "Lo que se hará público", en definitiva, "será la 'suma o colección' de las opiniones individuales" (Ibid.: 152), de manera que lo que acontece por y desde

las encuestas será determinante para la construcción de la opinión pública, y que los estudios registrarán en relación con este tema.

Las encuestas de opinión pública reconocen, de esta manera, un compendio de opiniones individuales, influenciadas por los acontecimientos transmitidos por los medios de comunicación, por las ideas de las demás personas que forman parte del entorno social de cada persona, de un acumulado de significados que provienen de la cultura política, las tradiciones y los valores morales y, sobre todo, de la evaluación del entorno. De esta manera, es preciso indagar en los resultados usando mecanismos que vayan más allá de las respuestas simples a las preguntas, sino al comportamiento general frente a los temas que conforman el escenario situacional. Estas respuestas están articuladas entre sí, y pueden ser leídas como asociaciones en forma de racimo, cuyas prioridades pueden estar veladamente difuminadas. Es por esto que análisis como el multivariado permiten reconocer estas agrupaciones, y descubrirlas es un trabajo necesario para una más adecuada comprensión de la opinión pública.

## El problema: las opiniones y actitudes que explican el voto

Las encuestas de opinión constituyen una herramienta clave para el análisis y la orientación de las estrategias de las campañas electorales. Sin embargo, se ha establecido que existen importantes diferencias entre el pronóstico y la votación real; esto puede parecer una limitación para este tipo de herramientas de investigación. Sin embargo, en los resultados analizados con mayor profundidad, hay elementos que permiten construir agrupaciones según las características sociodemográficas y actitudinales de los electores para, de esa manera mejorar la capacidad de interpretación de los datos que emanan de las encuestas.

En este artículo se expone el uso de la metodología de análisis multivariado, con la finalidad de construir agrupaciones de la opinión pública, que permitan comprender con más profundidad el comportamiento de los electores. Para ello, se usa como estudio de caso las elecciones seccionales de Quito en 2019; particularmente para alcalde de Quito, cuyos resultados llamaron la atención debido al triunfo sorpresivo del candidato Jorge Yunda, a la alta votación de la candidata de la Revolución Ciudadana y el incremento del apoyo, en las últimas semanas, del candidato derechista César Montúfar en detrimento de quien hasta poco antes había sido el favorito para ganar por un amplio margen, Paco Moncayo.

Para abordar el tema, se postula como objetivo de esta investigación, en primer lugar, la construcción de agrupaciones basadas en las opiniones, actitudes y percepciones acerca del estado de ánimo, la calificación de las autoridades y las posiciones estratégicas, entre las que se incluye la intención de voto, basadas en la aplicación de encuestas preelectorales en la campaña para la alcaldía de Quito en 2019. Además, se busca determinar cómo el peso de algunos liderazgos, específicamente el del expresidente Rafael Correa, tienen incidencia en la ubicación de posiciones de apoyo o rechazo; por otro lado, se pretende identificar posiciones frente al ánimo, las autoridades e instituciones. Finalmente, el artículo reflexiona acerca de la presencia de grupos significativos de la población electoral que omiten, ocultan o desconocen la respuesta a los temas planteados en el formulario de las encuestas.

## Metodología

Las encuestas son herramientas cuantitativas, pero contienen elementos cualitativos, tales como la aplicación de ciertas reglas del lenguaje para adaptarlo a las comprensiones y usos comunes. En este acápite se presentan los lineamientos metodológicos del presente artículo, cómo fueron construidos y procesadas las variables e

indicadores que permiten el análisis. Se anotan también los aspectos técnicos de las bases de datos y se explican los procedimientos para construir las agrupaciones de opinión usando la técnica de clúster multivariado.

## Bases de datos empleadas en el análisis

En este artículo se emplean encuestas en hogar a personas mayores de 16 años, seleccionadas según muestras que tienen como base el padrón electoral, que define la población a nivel de cada parroquia, discriminadas por zonas urbanas y rurales. Las encuestas tienen una base metodológica común, ya que la selección es aleatoria por conglomerados de sexo y grupo de edad, basados en las proyecciones del Censo de población para el 2018 y el padrón electoral.

Las encuestas fueron realizadas siguiendo un procedimiento estándar, que garantiza el cumplimiento de parámetros convencionales de las ciencias sociales, desde el diseño, pasando por el levantamiento de campo, el procesamiento y el análisis. Se cuenta con trece bases de datos de encuestas de opinión pública aplicadas en el cantón Quito. El criterio de selección es que las encuestas garantizan una confiabilidad del 95% y un margen de error que no supera el  $\pm 4,9\%$ .

De las trece encuestas, nueve tienen más de mil casos para el análisis; sumando en total 13.342 entrevistas directas en hogar durante el período del estudio, de manera que se considera un conjunto de información que presenta patrones coherentes que permiten sacar conclusiones para los objetivos del estudio.

Luego de seleccionar las bases de datos con las que se trabaja, se seleccionan las variables relacionadas con el estado de ánimo, la calificación de las autoridades y la intención de voto, junto con las condiciones sociodemográficas básicas que permitan caracterizar a los segmentos de la población. Las bases de datos homologadas fueron procesadas con el SPSS y se obtuvieron tablas similares para cada una; las tablas se acopian en una tabla dinámica en Excel, que permite hacer consultas sobre el resultado total y las diferencias por características sociodemográficas de los indicadores.

## Análisis multivariado

En este artículo se emplea herramientas de análisis estadístico, con la finalidad de obtener una lectura más compleja del escenario social y político por medio de los datos de las encuestas. Se trata de agrupar a las personas que participaron en la encuesta en función de sus características y respuestas, de manera que compartan un grado de homogeneidad interna y puedan ser diferenciados de los otros grupos.

El análisis multivariado empieza con la definición de las variables para el análisis, que para el tema de este artículo son las que guardan relación con el estado de ánimo, la calificación de las autoridades y la intención de voto. El análisis clúster supone que la población puede ser separada en grupos, de acuerdo con su comportamiento de opiniones, y que estas tienen repercusiones en las lecturas y diferencias acerca de las percepciones acerca del clima social, la confianza en las autoridades y la decisión del voto. Una vez obtenidos los *clústeres* se realiza una valoración del conjunto y de las particularidades de cada grupo; para la interpretación de los resultados un paso importante es determinar una denominación a cada grupo, que tiene relación con sus componentes internos y las asociaciones que provocan en el escenario de las disputas políticas y electorales dentro de la cultura política ecuatoriana.

A continuación, el listado de las variables empleadas en para el análisis factorial:

- Variables sociales
  - Situación Presente
  - Situación Futuro
- Variables políticas
  - Labor del Presidente
  - Labor del Alcalde
  - Voto Presidente
  - Decisión Voto Alcalde
  - Voto Alcalde
- Variables sociodemográficas
  - Sexo
  - Edad
  - Nivel de Educacion
  - Ingresos del Hogar
  - Hogar BDH

## La intención de voto para alcalde de Quito

Durante el período del análisis, se aplicaron simulaciones para alcalde de Quito con varias técnicas. Puesto que las candidaturas se inscribieron oficialmente en diciembre, antes de eso los sondeos probaron varias alternativas de nombres. El candidato ganador, Jorge Yunda, no fue medido en todas las encuestas, puesto que estas se basaban en estimaciones de quienes se presentarían como candidatos; por su parte la candidata que se ubicó en el segundo lugar, Luisa Maldonado, fue considerada de forma estable desde enero que se oficializó su registro electoral.

De forma inédita, se inscribieron 18 candidatos, aunque este análisis se concentra en los primeros cuatro lugares: Jorge Yunda, Luisa Maldonado, Paco Moncayo y César Montúfar. También se unificaron los criterios para separar dos grupos de personas que no escogían a un candidato específico: los que no les gustaba Ninguno o manifestaban una intención de votar Nulo y quienes dejaban en blanco la papeleta o decían que no habían tomado una decisión.

**Tabla 1: Consolidado de la simulación de voto para alcalde de Quito, abril 2018 – marzo 2019, Total Quito**

	Promedio
Jorge Yunda	12,1
Luisa Maldonado	7,5
Paco Moncayo	32,9
César Montúfar	4,7
Nulo	14,9
Indeciso	7,0

Fuente: Encuestas nacionales y locales; Clima Social; 2018 - 2019.

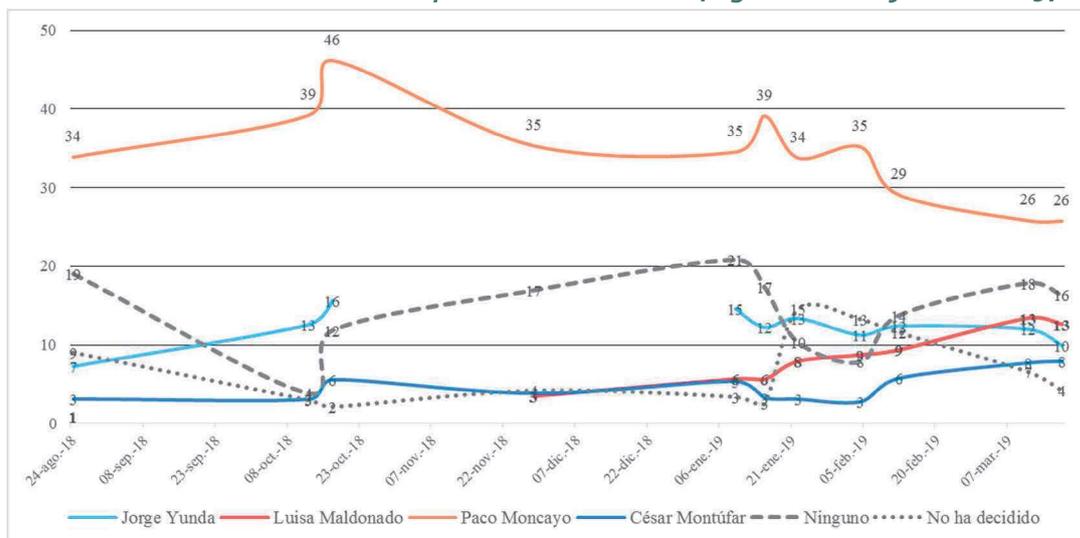
La intención de voto promedio más alta es la del candidato de la ID Paco Moncayo, quien sin embargo no ganó la elección. Durante el período analizado, cerca de la tercera parte de los electores entrevistados expresaban su preferencia por este candidato. El candidato ganador, Jorge Yunda, por su parte obtuvo una media inferior al 15% del voto válido, frente al 21,4% obtenido en el conteo oficial de los votos. La diferencia no se explica solamente por la presencia de más del 20% que no tenía una inclinación por ningún candidato, porque el fallo en los pronósticos fue generalizado. Se considera que los indecisos se inclinan por alguno de los candidatos en

los últimos días u horas previas a la elección en una proporción similar a los que están decididos, tomando en cuenta la tendencia.

## El escenario de las elecciones seccionales

En el caso de las elecciones seccionales, para este análisis se ha sintetizado el voto de los cuatro candidatos más votados, en vista que de los 18 que se registraron oficialmente, solamente ellos obtuvieron resultados significativos.

**Gráfico 1: Evolución de la intención de voto para alcalde de Quito, agosto 2018 – febrero 2019, Total Quito**



Fuente: Encuestas nacionales y locales; Clima Social; 2018 - 2019.

La intención de voto por Paco Moncayo fue en descenso, aunque la tendencia no permitía suponer que terminara tercero el día de la votación. La tendencia del candidato ganador Jorge Yunda tampoco parece mostrar un crecimiento que permita pronosticar su triunfo. Por su parte, los candidatos Luisa Maldonado y César Montúfar sí presentan incremento en su intención de voto, sobre todo en el tramo final, cuando se va robusteciendo la decisión. Ambos candidatos casi duplican sus preferencias en el último mes de la campaña electoral, y eso explica que terminasen segunda y cuarto, respectivamente.

Quienes no escogen a ninguno de los candidatos, o manifiestan no estar aún decididos, sumados conforman cerca de un tercio del total del electorado. No había elementos que permitieran suponer cómo se comportaría este electorado que no manifiesta una intención de voto positiva por alguno de los candidatos, aunque pueda ser que algunos ya habrían tomado una decisión, pese a no manifestarlo abiertamente. Esto tiene que ver con el elemento de resistencia, por el cual las personas no expresan abiertamente su pensamiento, debido a una actitud de ocultamiento frente a un observador externo y desconocido – en este caso, el encuestador que visita el hogar.

Debido a su origen social y al estilo de campaña, la candidatura de Jorge Yunda no se registra como favorita en los días previos a las elecciones, lo que sí ocurre con el candidato más cercano al establecimiento político y a los medios de comunicación privados, Paco Moncayo. Las conversaciones, rumores y comentarios expresados en las redes sociales fueron generando dos olas simultáneas y paralelas, en dos esferas diferenciadas del

electorado: por un lado, el pobre desempeño en la campaña de Paco Moncayo acarreó una sensación de pérdida de apoyo, llevando a que algunos de sus iniciales simpatizantes se inclinaron por César Montúfar.

**Tabla 2: Resultado oficial y encuesta preelectoral, Total Quito**

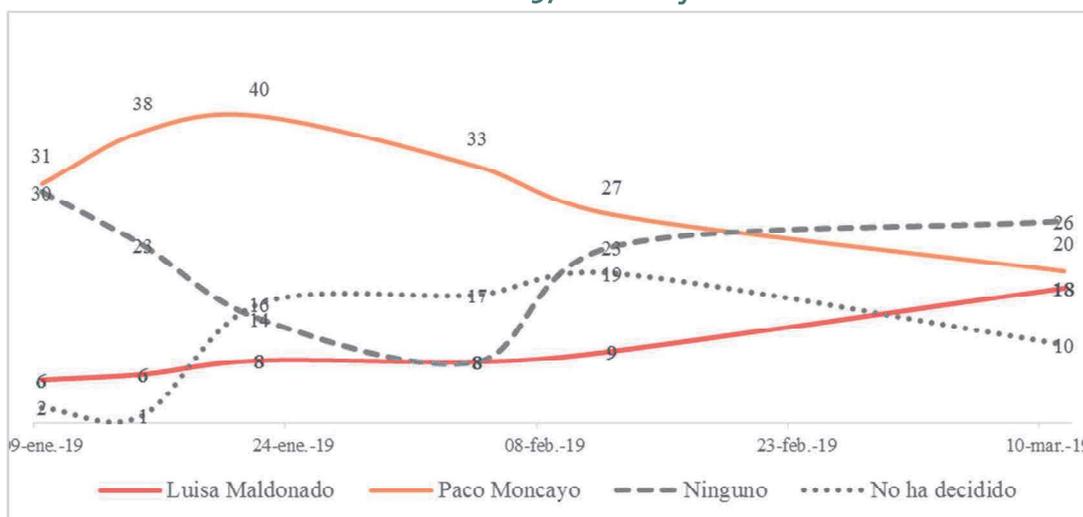
Candidato	% CNE	% Válido CS	Diferencia CS - CNE	Posición pronóstico - real
JORGE YUNDA	21,4	12,0	-9,4	↑
LUISA MALDONADO	18,4	15,3	-3,1	→
PACO MONCAYO	17,8	31,1	13,4	↓
CESAR MONTUFAR	16,9	9,6	-7,4	→
RESTO	25,5			

Fuente: Resultados elecciones 24 de marzo 2019 – CNE; Encuesta 18 de marzo 2019 - Clima Social.

Pero una vez que se presente el análisis factorial, se puede comprobar que los resultados electorales demuestran la existencia de grupos o clústeres de donde los candidatos obtienen su votación. Los candidatos Paco Moncayo, César Montúfar y Jorge Yunda se ubican en un mismo grupo, el más grande, sumando el 56.1% entre los tres, y la efectividad de la campaña de Yunda le lleva a obtener el triunfo. Por otro lado, un grupo muy definido que se puede llamar *Correista* vota por la candidata Luisa Maldonado, que obtiene el 18.4%. Finalmente, un cuarto grupo es el que recoge la votación de 14 candidatos con menos del 7% de los votos válidos cada uno, y reúne la quinta parte del electorado.

En el siguiente gráfico se puede apreciar la evolución de la intención de voto por solamente dos de los candidatos: Paco Moncayo quien aparece al inicio de la campaña como el mejor posicionado y la candidata del movimiento que apoya el ex presidente Rafael Correa, Luisa Maldonado, así como quienes no escogen a alguno de los candidatos expresando que no le agrada ninguno o que no ha decidido:

**Gráfico 2: Evolución de la intención de voto por Paco Moncayo y Luisa Maldonado, Nulo e Indeciso; enero – marzo 2019; N.S.E. Bajo**

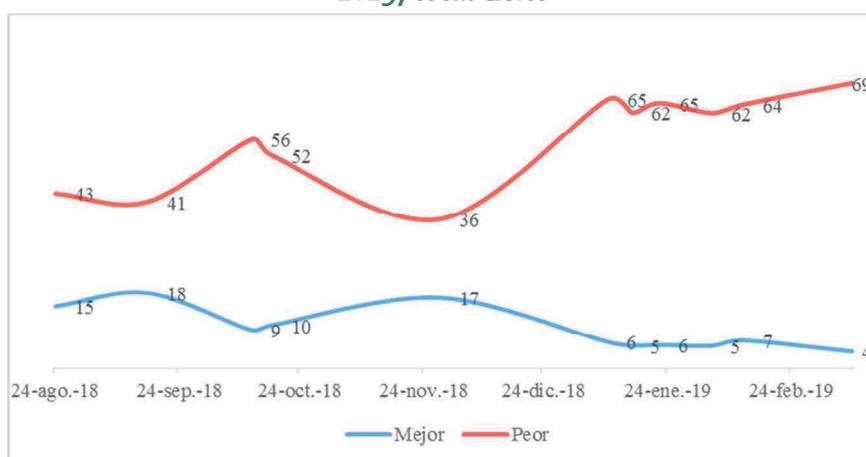


Fuente: Encuestas nacionales y locales; Clima Social; 2018 - 2019.

El candidato Paco Moncayo, un ex alcalde de Quito con una prestigiosa reputación de militar durante el último conflicto limítrofe, empieza con una previsión de votación por encima de la banda del 30%, pero termina

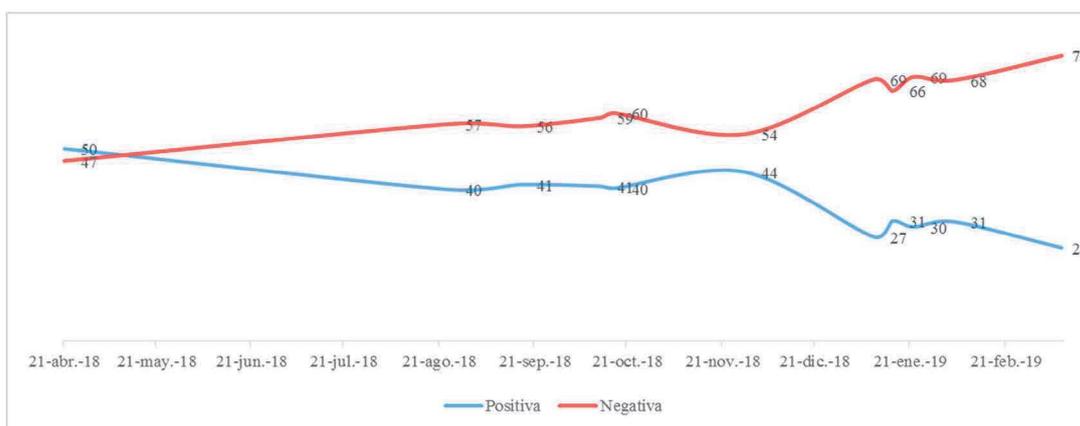
ubicándose en el 20%. Esto implica que este candidato a lo largo de la campaña ha perdido una tercera parte de su apoyo. Esto puede tener varias explicaciones; desde una meramente operativa que evidencia un deficiente desempeño, una mala estrategia y el error del triunfalismo anticipado. Pero a un nivel sociológico, poniendo el foco en el electorado y el proceso dinámico de búsqueda de una identificación para escoger a un candidato, se producen dos movimientos: el primero es que el sentido de consenso creado alrededor de esta candidatura se rompe al aparecer otras opciones para los grupos y electores de las élites; el segundo es que a medida que transcurre la campaña se va profundizando este proceso de rechazo hacia el gobierno, la caída del estado de ánimo y por debajo la afirmación de los electores de los sectores populares que las políticas públicas inclusivas les han abandonado. Ser mirado como el candidato del consenso, valga decir del establecimiento, afecta las posibilidades de Paco Moncayo.

**Gráfico 3: Evolución de la percepción de la situación presente frente al año anterior, agosto 2018 – febrero 2019, total Quito**



Fuente: Encuestas nacionales y locales; Clima Social; 2018 - 2019.

**Gráfico 4: Evolución de la calificación de la labor del presidente Lenín Moreno, abril 2018 – febrero 2019, total Quito**



Fuente: Encuestas nacionales y locales; Clima Social; 2018 - 2019.

## Agrupaciones de la opinión pública

La opinión pública es dinámica, y responde a un complicado entramado de intereses que se expresan por los medios y los contactos directos, además de las manifestaciones de personas que no tienen una forma orgánica de participación política. Esta dinámica se expresa con más claridad del día de las elecciones, que es un evento público, pero individual y secreto, y pone de manifiesto las diferentes lecturas y mensajes que expresan los electores. Es por esto que se requieren herramientas que permitan adentrarse mejor en los conocimientos, actitudes e ideas y separar analíticamente a las personas. Para esta investigación se ha empleado la técnica factorial multivariada que proporciona una visión integral de los elementos de las encuestas analizadas y permite establecer agrupaciones de la opinión pública.

Se aplicó la técnica factorial multivariada para dos momentos del período de análisis: en agosto de 2018, antes del inicio de la campaña electoral, y en marzo de 2019, al final de la campaña electoral, en donde se puede ver cómo se habrían reagrupado los ciudadanos en torno a las circunstancias que marcaban ese momento.

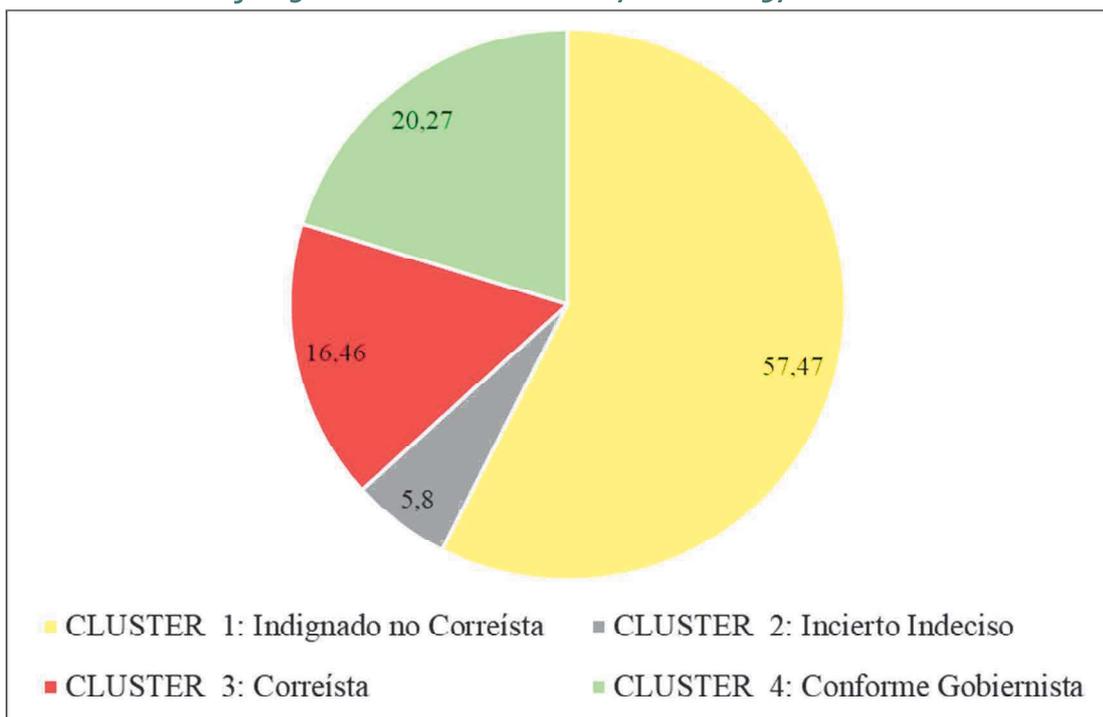
La finalidad de este análisis es analizar la relación que existe entre múltiples variables, en las que cada categoría se ubica en un punto de cercanía o lejanía frente a las otras categorías de la encuesta. Con esto se establecen asociaciones entre comportamientos y tipos de personas que no son tan obvias con el procesamiento estadístico simple. En esta sección se explica el resultado de este procedimiento. Cada grupo o *clúster* fue bautizado con un nombre, que busca identificarlo por sus principales características que se exponen a continuación.

Es importante indicar que las tablas están ordenadas por el grado de asociación que tiene cada segmento dentro del grupo. Si un segmento aparece arriba, tiene una mayor probabilidad de ocurrencia, esto es, determinan con mayor fuerza las características superiores que las inferiores. Además, también cabe resaltar que para este estudio se encontró una alta asociación, desde el punto de vista estadístico, se puede afirmar que los grupos son consistentes y homogéneos.

### Agrupaciones previas al día de las elecciones

La encuesta que contiene esta sección del análisis fue realizada en el contexto de la recta final de la campaña, en las que se renuevan las dignidades locales, de las cuales la que mayor interés ocasiona es la elección de alcaldes cantonales. La campaña se caracteriza por la persistencia de una indecisión declarada mayor a los 30 puntos a pocos días de la votación.

Como se puede ver en el siguiente gráfico, los grupos presentan cambios en relación con los que se establecieron en el primer momento de agosto de 2018. El universo del estudio arroja cuatro grupos que fueron denominados por sus características más resaltantes:

**Gráfico 5: Tamaño de los clústeres, marzo 2019, total Quito**

Fuente: Encuesta provincial; 11 de marzo 2019; Clima Social.

El primer grupo es etiquetado como Indignado no Correísta, siendo el mayor que contiene casi 6 de cada 10 entrevistados del cantón Quito, se caracteriza por una actitud hostil hacia las autoridades nacionales y locales, y una inclinación de voto para presidente que se dirige en partes iguales hacia el voto nulo, los líderes Jaime Nebot y Guillermo Lasso; los candidatos a alcalde Paco Moncayo, César Montúfar y Jorge Yunda obtienen parte importante de su votación de este grupo.

**Tabla 3: Clúster 1: Indignado no Correísta, 57.47%**

Categoría	Segmento	% dentro del grupo
Labor del Presidente:	Mala	83.78
Labor del Alcalde:	Mala	73.36
Situación Presente:	Peor	64.93
Voto Alcalde:	Nulo	76.60
Voto Presidente:	Ninguno	75.96
Voto Presidente:	Guillermo Lasso	70.67
Situación Futuro:	Peor	63.67
Voto Alcalde:	Paco Moncayo	67.90
Voto Presidente:	Jaime Nebot	74.31
Voto Alcalde:	César Montúfar	76.54
Voto Alcalde:	Jorge Yunda	70.63
Voto Presidente:	Nsr	80.00
Grupo de Edad:	De 30 a 44 años	63.27

Fuente: Encuesta provincial; 11 de marzo 2019; Clima Social.

Los candidatos presentes en este clúster se enfrentan a un efecto de cardumen, en el que resulta difícil la diferenciación entre ellos, en términos de la lectura de opinión pública. De esta manera, los candidatos a la alcaldía dentro de este grupo no logran influir en él, sino fluir dentro de su movimiento. Esto explica en buena medida que, en los días finales de la campaña, se produce una gran migración de votos desde la candidatura de Paco Moncayo hacia César Montúfar, sobre todo en las parroquias con mayor presencia de electores de clase media alta y alta, en donde este termina ganando; y hacia Jorge Yunda en los sectores populares.

El grupo denominado No Correísta tiene una mala evaluación del presidente y del alcalde, considera que la situación presente es mala y no mira con optimismo el futuro y se encuentra sobre todo en el grupo de edad de 30 a 44 años. Estas personas inconformes con el estado de cosas buscan entre varias alternativas políticas, que incluyen el voto nulo, o no hallan una manifestación de su inconformidad. Esta característica, el rechazo, es el que da forma al grupo más grande del electorado, y en el cual se disputan la preferencia al menos tres candidatos a la alcaldía. Al final, como demostraron los resultados, dos de ellos capitalizaron mejor el reclutamiento de voto en este grupo: Jorge Yunda, el ganador de la elección, y César Montúfar, cuarto, a poca distancia del tercero Paco Moncayo, que para este momento estaba declinando su favoritismo.

Para el segundo grupo se propone la denominación Incierto Indeciso, porque tiene solamente dos características: no responde cuando se indaga por quién votará para alcalde y manifiesta estar indeciso. Como se ha encontrado en otros estudios realizados usando esta técnica, son personas que pueden inclinarse de acuerdo al movimiento de la tendencia de los últimos momentos de la campaña, y es posible que decida el mismo día o frente a la papeleta de votación.

**Tabla 4: Clúster 2: Incierto Indeciso, 5.8%**

Categoría	Segmento	% dentro del grupo
Voto Alcalde:	Nsr	98.28
Decisión de Voto Alcalde:	No	11.71

Fuente: Encuesta provincial; 11 de marzo 2019; Clima Social.

El segundo grupo parece irse reduciendo a medida que se acerca del día de la elección. Los Incierto Indecisos alcanzan el 5,8% del electorado quiteño, y se encuentran distribuidos entre todos los segmentos sociodemográficos, siendo su principal cualidad la indecisión, motivada por un alejamiento y desinterés de la política formal, las noticias y los asuntos de debate público.

El tercer grupo es homogéneo, porque lo ocupan casi exclusivamente las personas que manifiestan una adhesión política fuerte. Se ha denominado al grupo Correísta, al expresar el grado más negativo de la escala de valoración del presidente y del alcalde, al mismo tiempo que está inclinado a votar por el ex presidente Rafael Correa y por la candidata de su movimiento para la alcaldía Luisa Maldonado. Está disconforme con la situación y tiene una perspectiva bastante negativa del futuro; se encuentra en el grupo de edad entre 45 a 59 años y manifiesta estar decidido en su voto a más de 10 días de la elección.

Uno de los hallazgos más importantes, gracias al análisis multivariado, es que el grupo que manifiesta adhesión al ex presidente Rafael Correa se encuentra separado del grupo de partidarios del presidente Lenín Moreno, aspecto que ha cambiado comparado a lo que ocurría un año antes. Esta división se fue produciendo durante el 2018 y para inicios del 2019 se ha consolidado, dejando en este grupo que representa menos de un quinto del electorado completamente diferenciado. Es interesante que este grupo que aparece en el cálculo factorial

multivariado aparece reflejado en la encuesta con un porcentaje cercano al 17%, que responde a la votación obtenida por la candidata de la Revolución Ciudadana en el escrutinio oficial: 18.4%.

**Tabla 5: Clúster 3: Correísta, 16.46%**

Categoría	Segmento	% dentro del grupo
Voto Alcalde:	Luisa Maldonado	79.43
Voto Presidente:	Rafael Correa	49.68
Labor del Presidente:	Muy mala	37.80
Labor del Alcalde:	Muy mala	31.38
Situación Futuro:	Peor	23.49
Decisión de Voto Alcalde:	Decidido	22.67
Situación Presente:	Peor	19.45
Grupo de Edad:	De 45 a 59 años	23.15

Fuente: Encuesta provincial; 11 de marzo 2019; Clima Social.

El grupo afín al presidente Lenín Moreno se encuentra en el clúster 4, que tiene un tamaño cercano al de su opuesto, el Correísta, con el 20.27%. Este grupo está marcado con la etiqueta de Conforme Gobiernista, debido a que son las personas que creen que las cosas están mejorando y tienen expectativas positivas hacia el futuro, ubicándose sobre todo en la clase media y los más jóvenes:

**Tabla 6: Clúster 4: Conforme Gobiernista, 20.27%**

Categoría	Segmento	% dentro del grupo
Labor del Presidente:	Buena	72.98
Labor del Alcalde:	Buena	63.73
Voto Presidente:	Lenín Moreno	92.86
Situación Futuro:	Mejor	56.20
Situación Presente:	Mejor	90.48
Situación Presente:	Igual	35.02
Grupo de Edad:	De 16 a 19 años	35.81
Situación Futuro:	Igual	27.42
Voto Alcalde:	Otro	42.50
Ingreso del Hogar:	Medio	32.50

Fuente: Encuesta provincial; 11 de marzo 2019; Clima Social.

Las dos cualidades fuertes de este grupo es tener una intención de voto por Lenín Moreno, puesto que el 93% de estas personas se encuentran dentro, y considerar que las cosas están mejor que en el pasado (90% dentro del grupo). Otro aspecto importante que cabe señalar es que este grupo no está inclinado por ninguno de los cuatro candidatos principales a la alcaldía. Esto lleva a pensar que estas personas se pueden haber inclinado por cualquiera de los otros 14 candidatos a la alcaldía de Quito, que juntos sumaron el 25.5% de los votos válidos, es decir, una cifra parecida al tamaño del grupo.

Mirados en conjunto, los clústeres muestran una composición de la opinión pública de Quito caracterizada por: 1) Una división entre quienes consideran que la situación es positiva y quienes la ven negativa 2) Una lectura favorable a la institucionalidad y de respaldo a las autoridades versus una de crítica y cuestionamiento; y, 3) La

presencia de dos fenómenos particulares de la política ecuatoriana de los últimos años que son: A) la adhesión o rechazo hacia la figura del ex presidente Rafael Correa y B) la persistente presencia de una facción de la sociedad que resulta imposible catalogar debido a que se encuentra en los márgenes de las definiciones de la opinión pública, que son indiferentes, indecisos y cuyo comportamiento electoral es incierto.

## Conclusiones

Este trabajo trata sobre las encuestas de opinión y su fuente principal de investigación son las mismas encuestas de opinión; entrevistas directas en hogares a personas mayores de 16 años empadronadas para votar en la parroquia donde residen. La finalidad de usar este tipo de encuestas es, por un lado, mostrar los elementos básicos de la aplicación de encuestas siguiendo los estándares de las ciencias sociales, para obtener datos objetivos acerca de las opiniones y percepciones de los ciudadanos mayores aptos para el voto. Por otro lado, proporcionan una fuente de información, puesto que existen suficientes datos que permiten hacer el recorrido por el período del análisis, acompañado de estudios que registraron los cambios en las opiniones de la población, asociados a los hechos que impactan en el comportamiento colectivo.

Quito es el segundo cantón en población del Ecuador, y la capital política y administrativa. Su población tiene un mayor acceso a las fuentes de información que otras partes del país, y suele expresar una posición de rechazo más fuerte hacia los actores políticos. El alcalde de Quito es una autoridad con relevancia política nacional, y el presidente es evaluado con mayor cercanía que en otras provincias, al estar la sede del gobierno ubicada en su centro histórico. Como se puede desprender del análisis de resultados, la población de Quito contiene muchos de los comportamientos de la población general del Ecuador, pero matizados por particularidades de su realidad social y política. Los cambios en el estado de ánimo se relacionan con la calificación de las autoridades, en el sentido que las personas que están más deprimidas tienden a evaluar negativamente a las autoridades, y lo contrario. En el período analizado, se comprueba que el descenso del estado de ánimo fue gradualmente afectando a la calificación de la labor del presidente, porque los factores asociados a esta, que son la percepción de inseguridad, el desempleo y el deterioro de la situación económica encuentran como principal responsable al gobierno nacional, mientras que el gobierno local tiene poca incidencia en resolver estos problemas.

Frente a las críticas y cuestionamientos que se hace de la fiabilidad de las encuestas, y por lo tanto de la pertinencia de seguirlas considerando instrumentos válidos para la gestión y la comunicación políticas, es preciso resaltar, en primer lugar, que estas continúan siendo necesarias en el contexto social y cultural ecuatoriano actual, en tanto permiten escuchar de manera directa a los ciudadanos y encontrar, mediante procedimientos de las ciencias sociales, el grado de conocimientos, las opiniones, percepciones, actitudes y prácticas que llevan a los mandantes a tomar decisiones, especialmente en la elección de sus autoridades. Existe de parte de los electores una racionalidad asociada a las emociones y que tiene un sentido que se expresa en los resultados electorales.

La desigualdad es determinante para comprender el comportamiento frente a las encuestas de opinión, puesto que permite dilucidar los mecanismos por los cuales las personas construyen su posición frente a los otros, y cómo lo manifiestan en las respuestas registradas en las bases de datos. El descenso del estado de ánimo y la caída en la calificación del presidente viene determinado por los procesos causales relacionados con la pérdida de empleos, las desvinculaciones del sector público que ocasiona, a su vez, una disminución en el gasto y

consumo de las familias, y la indignación o rebeldía que ocasiona el considerar que estas acciones gubernamentales se hacen con la finalidad de favorecer a las élites sociales y políticas.

Las condiciones sociodemográficas se vinculan con la construcción de opiniones y percepciones en la medida en que están asociadas a condiciones de desigualdad e inequidad. Las mujeres, personas adultas mayores y con menor educación, expresan una más fuerte caída del estado de ánimo, y estos grupos son los que pierden credibilidad frente al gobierno, porque están más expuestos, son más vulnerables, al estar menos protegidos debido a condiciones de desventaja por sus condiciones físicas o por su ubicación dentro de la construcción de la escala jerárquica de la sociedad.

Los medios de comunicación y los actores políticos dominantes pretenden instaurar verdades, acerca de la construcción de mayorías expresadas en la intención de voto. Esto ocurrió con la candidatura a la alcaldía de Paco Moncayo. Desde debajo, emergieron las candidaturas de Luisa Maldonado y Jorge Yunda. La primera asociada al ex presidente Rafael Correa creció explícitamente entre los sectores populares. En el caso de Jorge Yunda, al provenir de los márgenes de la política, dada su trayectoria como comunicador radial popular, su crecimiento no fue visible en el indicador de intención de voto. Sin embargo, el análisis factorial evidenció la existencia de un *clúster* de más del 40% del electorado, conformado por personas Inconformes principalmente afincada en los sectores populares, que aportaron la votación de este candidato, que finalmente fue el triunfador con el 21,4% de los votos.

Como se puede comprobar mediante el análisis factorial multivariado, un grupo mayoritario del electorado se subdividió en al menos tres opciones, de las cuales triunfó la más cercana a los sectores populares (Jorge Yunda). Un segundo grupo mantuvo su cohesión desde el inicio de la campaña y se reflejó en la votación de la candidata Luisa Maldonado de la Revolución Ciudadana. Finalmente, un grupo se mantuvo siempre por fuera de todo pronóstico y clasificación, siendo estas personas las que contribuyen a las diferencias entre la intención de voto declarada y el voto real.

El análisis factorial multivariado puede aportar para comprender mejor el comportamiento político y electoral. Los clústeres evidencian la conformación de la opinión pública de Quito, que está caracterizada por la polarización frente a la lectura de la situación actual y futura (pesimismo versus optimismo), el alejamiento de los ciudadanos frente al gobierno y las instituciones, la persistente y divisoria presencia de la figura del ex presidente Rafael Correa y la existencia de una parte de la sociedad que camina por los márgenes de la institucionalidad y la política formal. 

## Referencias

- Aguilar, Luis. 2017. Una reconstrucción del concepto de opinión pública, en *Revista mexicana de opinión pública*, No. 23. México: Creative Commons.
- Bourdieu, Pierre. 1980. La opinión pública no existe. En: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Crespi, Irving. 2000. *El proceso de la opinión pública. Cómo habla la gente*. Barcelona: Ariel.
- Crespi, Irving. 2000. *La Opinión colectiva como Fuerza Social*. Barcelona: Ariel.
- Dittus, Rubén. 2005. La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio, en *Athenea Digital*.
- Grossi, Giorgio. 2007. Observar, medir y analizar la Opinión pública, en *La Opinión pública: Teoría del campo demoscópico*. Madrid: CIS.
- Habermas, Jurgen. 1994. *Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la Vida Pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Lippmann, Walter. 2003. *La Opinión Pública*. Madrid: Langre.
- Luhmann, Niklas. 2007. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos Editorial.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1995. *La espiral del silencio: opinión pública nuestra piel social*. Buenos Aires: Paidós.
- Rospir, Juan Ignacio. 2008. "El siglo XX americano. Una propuesta de historia intelectual de la Opinión Pública" en Capellán, Juan Ignacio: *Opinión Pública. Historia y presente*, Trotta, Madrid.

## Sobre el autor/ About the autor

Antropólogo, con una Maestría en Comunicación pública, nacido en Quito – Ecuador. Dirige la firma Clima Social, que realiza en Ecuador y la región estudios sociales y de opinión. Cuenta con experiencia en realización de estudios sociales aplicados, para políticas públicas, comunicación y desarrollo, empleando técnicas cualitativas y cuantitativas. Licenciado en Antropología Social, Pontificia Universidad Católica del Ecuador PUCE, Quito. - Diploma Superior en Ciencias Sociales, especialidad en Antropología política, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, Quito. Cursos y Seminarios de comunicación política, investigación social. Maestría en Comunicación y Opinión Pública. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, Quito. Ha dirigido procesos de investigación adaptando las herramientas de las ciencias sociales a la realidad social y cultural, por medio de enfoques relacionados con la interculturalidad, la comprensión de las diferencias lingüísticas y semánticas en función del contexto. En miles de encuestas aplicadas a lo largo de 30 años, se ha conformado un cúmulo de aprendizajes teóricos y prácticos para desarrollar múltiples y complejos procesos de levantamiento directo de información, partiendo de personas de distintas condiciones como informantes. Las investigaciones han llevado a la comprensión de la realidad social y política, vale decir la base de la conformación de la opinión pública, como un espacio de despliegue de consensos y desacuerdos, en función de las relaciones de poder. Es en este sentido, que las nociones de resistencia y rebeldía son activadores de sentido para el análisis del comportamiento electoral, en la medida que muchos electores son influidos por el rechazo, que conlleva ocultamiento, cuando de preguntar sobre la intención de voto se trata, por ejemplo. Esta concepción de la opinión pública como una arena de disputas, permite comprender más cabalmente los fallos o desaciertos de los pronósticos electorales en Latinoamérica. La visión de resistencia y rebeldía ha podido demostrarse con estudios de caso de elecciones nacionales y locales en el Ecuador de los últimos años, y puede convertirse en un factor de exploración para otros estudios en países latinoamericanos que comparten las condiciones y el sistema político de democracia representativa del caso ecuatoriano.

## URL estable documento/stable URL

<http://www.gigapp.org>

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa impulsada por académicos, investigadores y profesores Iberoamericanos, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político
2. Administración Pública
3. Políticas Públicas

Información de Contacto

Asociación GIGAPP.

[ewp@gigapp.org](mailto:ewp@gigapp.org)