

ENCUESTAS Y DEMOCRACIA: OPINIÓN PÚBLICA Y APERTURA POLÍTICA EN MÉXICO

compilado por
RODERIC AI CAMP

por
JUAN CARLOS GAMBOA HANZE * RAÚL TREJO DELARBRE
LINDA S. STEVENSON * MITCHELL A. SELIGSON
JAMES A. McCANN * NEIL H. NEVITTE * MIGUEL BASÁÑEZ
ALEJANDRO MORENO



ÍNDICE

SOBRE EL COMPILADOR	9
1. INTRODUCCIÓN. LAS ENCUESTAS, LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA SOCIEDAD MEXICANA <i>por</i> RODERIC AI CAMP	11
I. EL CONTEXTO MEXICANO, LOS MEDIOS Y LAS ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA	
2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ENCUESTAS Y ELECCIÓN PRESIDENCIAL: MÉXICO 1994 <i>por</i> JUAN CARLOS GAMBOA HENZE	29
3. LAS PEORES OPINIONES. OPINIÓN PÚBLICA, ENCUESTAS, ELECCIONES Y MEDIOS EN MÉXICO, 1994 <i>por</i> RAÚL TREJO DELARBRE	53
II. FUENTES DE OPINIÓN PÚBLICA. QUÉ REVELAN LAS ENCUESTAS ACERCA DE LOS VALORES CAMBIANTES EN MÉXICO	
4. SE DESVANECEN LOS RECUERDOS DE LA REVOLUCIÓN. ¿SE ESTÁ DESGASTANDO LA ESTABILIDAD DE MÉXICO? <i>por</i> LINDA S. STEVENSON y MITCHELL A. SELIGSON	89
5. EL ELECTORADO MEXICANO EN EL CONTEXTO DE AMÉRICA DEL NORTE. UNA EVALUACIÓN DE LOS PATRONES DE COMPROMISO POLÍTICO <i>por</i> JAMES A. McCANN	112
6. NUEVOS SOCIOS COMERCIALES. LO QUE REVELAN LAS ENCUESTAS ACERCA DE LOS CANADIENSES Y LOS MEXICANOS <i>por</i> NEIL H. NEVITTE	141
III. POLÍTICOS, POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA EN MÉXICO	
7. ENCUESTAS Y RESULTADOS DE LA ELECCIÓN DE 1994 <i>por</i> MIGUEL BASÁÑEZ	171

8. EL USO POLÍTICO DE LAS ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA. LA CONSTRUCCIÓN DE APOYO POPULAR DURANTE EL GOBIERNO DE SALINAS <i>por</i> ALEJANDRO MORENO	192
LOS AUTORES	221
ÍNDICE ANALÍTICO	223

INTRODUCCIÓN.
 LAS ENCUESTAS, LA OPINIÓN PÚBLICA
 Y LA SOCIEDAD MEXICANA*

RODERIC AI CAMP

Los estadounidenses, especialmente desde la famosa campaña presidencial de 1948 en que se enfrentaron Truman y Dewey, dan por sentado que las encuestas de opinión pública son un elemento natural y significativo —aunque a veces puedan inducir a equívoco— del paisaje de la política electoral. En los últimos años las encuestas han afectado la creación de política en el ejecutivo y en el legislativo, donde funcionan como un medio por el cual tanto políticos individuales como partidos políticos examinan el pulso político de la nación, y también el público, por los medios masivos, puede comunicar sus puntos de vista, sus deseos y sus frustraciones a la dirigencia gubernamental.

Pero en México las encuestas de opinión pública y la presentación de encuestas en foros públicos son un fenómeno extraordinariamente reciente, que aparece por primera vez en forma prominente en el escenario político durante las elecciones presidenciales de 1988¹ y no tiene una influencia comparable a la que posee en la política estadounidense sino hasta la campaña presidencial de 1994, cuando entran a participar en el proceso buen número de agencias encuestadoras y fuentes de los medios.

* Traducción de Stella Mastrángelo.

¹ De acuerdo con Louise Harris Berlin, en su análisis de base de datos de las encuestas de opinión pública en América Latina, las primeras verdaderas encuestas de opinión pública se hicieron en la década de 1950. La mayoría de esas encuestas fueron financiadas por el gobierno de Estados Unidos y la primera, realizada en 1955, intentaba medir las actitudes políticas de 1 918 adultos en veintisiete ciudades mexicanas. La base de datos estadounidense no incluye ninguna encuesta política patrocinada por mexicanos antes de 1986. Véanse "The people speak: A database and sample analysis of Latin American public opinion polls, 1947-86", *Statistical Abstract of Latin America* 28 y James W. Wilkie, Enrique C. Ochoa y David E. Lorey (comps.), Los Ángeles, UCLA Latin American Center Publications, 1990, pp. 1207-1248.

La importancia de esta colección de ensayos, posibilitada por una donación de la Tinker Foundation al Mexican Policy Studies Program del Roger Thayer Stone Center for Latin American Studies de la Universidad de Tulane, deriva sobre todo de que no existe ningún estudio del caso mexicano, ni dentro ni fuera de México.² En segundo lugar, no se sabe mucho de las implicaciones políticas de los estudios de opinión pública como medio de influir en decisiones políticas, y potencialmente en los resultados electorales. Las investigaciones por muestreo inadecuadas también han limitado nuestra comprensión de las variables que influyen en la formación y el comportamiento de la cultura política mexicana. Las encuestas y los resultados de las investigaciones por muestreo son aún más significativos en el caso mexicano porque pueden ser examinados como parte de un conjunto de países del hemisferio occidental y del mundo entero que están pasando por un proceso de liberalización política, en las angustias de la transición de un sistema semiautoritario a un sistema democrático. Por último, se examina en forma crítica en el contexto mexicano la propia metodología de las encuestas, que a través de decenios de uso en naciones industrializadas ha desarrollado prácticas ampliamente aceptadas. No se trata simplemente de un problema meramente técnico de interés para encuestadores y académicos, o para quienes los contratan, sino de algo que puede tener consecuencias políticas importantes cuando los resultados se distorsionan o se presentan en forma equívoca en foros públicos, especialmente durante debates políticos y contiendas electorales.

Los medios masivos mexicanos, que han recibido de los estudiosos una atención mayor pero todavía inadecuada, desempeñan un papel fundamental en las encuestas de opinión pública y las investigaciones por muestreo. El proceso de encuestar en sí no tendría mayor interés si sus resultados permanecieran inéditos o se publicaran sólo en revistas académicas. Los medios masivos de comunicación son el crucial diseminador de ideas que moldea la opinión pública, suministrando información tanto sustantiva como interpretativa sobre temas políticos.³ Las encuestas importantes a menudo pasan a

² Otro participante en la conferencia original, Julio Madrazo, candidato al doctorado en ciencia política en la Universidad de Georgetown, presentó un trabajo sobre "Public opinion polls and U. S. media views of Mexico", tema fascinante que no cabe en esta colección.

³ Las visiones de los periodistas mexicanos de su propio papel en la democratización de México pueden encontrarse en Pablo Arredondo Ramírez, "Los noticieros

formar parte del debate político, dependiendo de lo que revelan y el contexto en que se presentan. Por lo tanto las condiciones generales de los medios y el marco social en que operan son esenciales para comprender el impacto práctico y potencial de las encuestas y las investigaciones por muestreo sobre el público general.

En un breve resumen: ¿cómo se ven los medios impresos mexicanos, que diseminan y típicamente patrocinan la mayoría de los estudios de opinión pública de orientación política, en comparación con instituciones similares de Estados Unidos? Buena parte de la información sobre el periodismo mexicano es impresionista y no existen estudios comparativos, pero hay algunos elementos significativos. Primero, históricamente la mayoría de las sociedades trata las comunicaciones masivas dentro de un ambiente social mayor, que puede describirse como libertario o autoritario. México, cuya herencia combinada española e indígena ha sido tradicionalmente autoritaria, ha generado un enfoque autoritario tanto en su política como en su tratamiento de los medios impresos. Estados Unidos desde luego opera en un contexto libertario, más que su madre patria, Inglaterra, que prefiere un patrón más secreto en la comunicación entre gobernantes y gobernados. Es importante señalar que el patrón libertario de Estados Unidos representa una tradición excepcional, y las sociedades que funcionan con normas de ese tipo están lejos de ser lo común.⁴

Una segunda variable que tiene un papel significativo en la posición y la relación de los medios en una sociedad es la influencia del Estado, cuyo papel se percibe en forma muy distinta en Estados Unidos y en México. En México el Estado ha ejercido una influencia política y económica mucho mayor que su equivalente en Estados Unidos. En consecuencia, hasta hace poco el gobierno mexicano, como la mayoría de los gobiernos latinoamericanos, tenía en su país un prestigio mucho mayor que el de Estados Unidos en el suyo. Desde la independencia hasta ahora, buena parte de la población mexicana educada ha escogido el Estado como principal vehículo para su

de televisión y la sucesión presidencial de 1988", y Raynundo Rivapalacio, "Medios de comunicación y cultura política", en *Medios, democracia y fines*, México, UNAM, 1990, pp. 47-49 y 111-121 respectivamente.

⁴ Para una interpretación de la cultura política mexicana, específicamente su relación con el poder, véase Jorge Alonso y Manuel Rodríguez Lapuente, "La cultura política y el poder en México", en Hugo Zemelman (comp.), *Cultura y política en América Latina*, México, Siglo XXI, 1990, pp. 342-378.

progreso profesional y ha buscado empleo en el sector público y no en el privado. Muchos de ellos lo hacían tanto por las recompensas económicas que entrañaba el empleo público como por el poder político que podían llegar a ejercer. Una consecuencia importante de esa tradición es que muchos mexicanos, que ahora adoptan una postura más crítica hacia el Estado, continúan sin embargo esperando que éste ejerza una influencia significativa en sus vidas. Tanto esa tradición como esas expectativas tienen efectos muy importantes sobre la relación entre los medios y el Estado, concretamente en cuanto a la libertad de prensa. De hecho en sus reuniones anuales con representantes distinguidos de los medios el presidente de México les promete libertad de expresión, como si correspondiera al gobierno y no a la sociedad decidir el nivel de libertad con que operan los medios. En otras palabras, tanto los mexicanos como los medios mexicanos suelen pedir al Estado que les otorgue privilegios que están consagrados como derechos en la Constitución de 1917. Si la realidad de esas libertades correspondiera a la teoría constitucional, el Estado no tendría necesidad de hacer esas promesas, para empezar.⁵

La tercera variable que afecta el contexto de los medios y que ha contribuido específicamente a la influencia y diseminación de las encuestas de opinión pública en México es su proximidad a Estados Unidos y por lo tanto a importantes medios impresos y electrónicos estadounidenses. Por ejemplo, gran parte de las noticias internacionales que se publican en México han sido filtradas a través de servicios de noticias o periodistas sindicalizados estadounidenses.⁶ Cualquier persona que lea un periódico mexicano importante notará la elevada proporción de fuentes estadounidenses. Pero la opinión pública mexicana no sólo es condicionada por lo que los mexicanos

⁵ Para una excelente visión de los medios tanto impresos como electrónicos en el contexto electoral de 1988, véase el ensayo de Ilya Adler en que formula una interesante argumentación, en términos del Estado frente a los medios, sosteniendo que "la clase política entiende el control de la prensa no tanto en términos de qué tan eficaces son los medios en convencer al público en general, sino en simbolizar el requisito mínimo del presidente: su capacidad de ejercer el poder". "The Mexican case: The media in the 1988 presidential election", en *Television, politics, and the transition to democracy in Latin America*, Washington D. C., Woodrow Wilson Center Press, 1993, p. 170.

⁶ Véase Roderic Ai Camp, "Media, censorship, and intellectual life", en *Intellectuals and the State in twentieth century Mexico*, Austin, University of Texas Press, 1985, pp. 177-207.