
Instantánea electoral

*Guadalajara a la hora de la democracia**

Francisco de Jesús Aceves**

▼

Introducción

De frente a las elecciones presidenciales de 1994, que preconizan instaurar un nuevo momento en la vida política del país, se ha manifestado un fuerte y saludable impulso a los estudios relacionados con el comportamiento electoral de los mexicanos. Una vertiente importante de estos estudios ha enfocado su atención hacia un campo, no delimitado con precisión pero al cual se le ha reconocido dentro del concepto genérico de "cultura política". Sin compartir en términos estrictos una definición conceptual, estos estudios se han preocupado por trascender los límites de la indagación empírica, y han intentado configurar el perfil de la cultura política de algunos sectores de la sociedad mexicana.

El presente escrito, aunque se inscribe en esta vertiente, persigue objetivos mucho más modestos. Se trata de realizar una aproximación a un conjunto de aspectos que se encuentran presentes, si no es que determinan, la manera como los habitantes de la ciudad de Guadalajara afrontan la actual contienda electoral. Estos aspectos son básicamente tres. Primero, las valoraciones de los tapatíos sobre el funcionamiento de las instituciones políticas y relaciones que de ellas se derivan, así como la visualización de ciertas actitudes y comportamientos políticos. Segundo, analizar el papel que los medios masivos de comunicación juegan en la adquisición de conocimientos sobre asuntos políticos y las posibles relaciones que se establecen entre los patrones de exposición y preferencias partidistas. Finalmente, intentar un acercamiento hacia la valoración que realizan de

los candidatos presidenciales y sus repercusiones en las intenciones electorales, que habrán de expresarse en las urnas el próximo 21 de agosto.

El trabajo se sustenta, empíricamente, en el análisis de los resultados obtenidos mediante dos sondeos de opinión aplicados en el área metropolitana de Guadalajara en los meses de diciembre de 1993 y abril de 1994.¹

¿Creer o no creer? He ahí el dilema

La sempiterna pasividad con que diversos estudiosos han calificado la actitud de los tapatíos frente a los procesos políticos se encuentra aparejada con la explicación de una profunda desconfianza hacia su legalidad. El problema de la credibilidad, presente en todo el territorio nacional, se expresa también en los habitantes de Guadalajara. Interrogados en diciembre de 1993 respecto al voto electoral, 50.5% manifestó sus dudas, mientras que 40.1% se inclinó hacia el reconocimiento. Esta diferencia aumentó en abril de 1994, cuando 74.3% no dudó en estar de acuerdo con que "el fraude electoral es una costumbre en México" (Gráfica 1). Este incremento parece responder a que el debate en torno al respeto al voto y la demanda por comicios transparentes han sido impulsados por los partidos de oposición, con particular énfasis desde el mes de enero, cuando las campañas presidenciales se iniciaron formalmente. Por otra parte, numerosos sondeos de opinión han interrogado al público en torno a la credibilidad del proceso electoral.

Desde hace mucho tiempo la desconfianza en los comicios se encontraba anclada en la percepción que los tapatíos se formulaban del proceso; lo inédito en esta ocasión es que su señalamiento se realiza, de manera franca y abierta, en las páginas de la prensa escrita, en los programas de partidos políticos transmitidos por los medios electrónicos de difusión, en las entrevistas a candidatos y dirigentes de partidos opositores y en los resultados de diversas encuestas.

* Agradecemos la colaboración de Guadalupe García Pérez en el paciente y metódico trabajo de captura y procesamiento de la información.

** Investigador del Departamento de Estudios de Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

Más vale bueno por conocer que malo por conocido

La vocación opositora de los tapatíos ha sido documentada históricamente mediante un puñado de acontecimientos marcados por la resistencia a los designios del centro y la defensa de la identidad. Si bien tradicionalmente la confrontación ha sido resuelta a través del sometimiento, los ecos de la guerra cristera y la persistente indiferencia hacia los candidatos presidenciales del partido oficial, reflejada en los niveles de votación, demuestran que la actitud opositora permanece latente y que puede estallar cuando las condiciones lo permitan. Tal fue el caso de las elecciones presidenciales de 1988, cuando el carisma de Clouthier opacó a golpe de votos la maquinación fraudulenta del partido en el poder.

Caracterizada como una sociedad apática y desarticulada, los tapatíos han puesto en entredicho -en varias ocasiones- tal aseveración. En julio de 1988 miles de ellos inundaron las calles en filas interminables frente a las casillas electorales para emitir un sufragio opositor. La explosión petrolizada del 22 de abril en 1992 y el asesinato -aún impune- del cardenal Posadas movilizaron nuevamente a diversos sectores de la sociedad.

Empero, lo que resulta importante y que marca un rasgo distintivo en la cultura política es su actitud hacia un posible triunfo de la oposición. En diciembre, 42.5% de los entrevistados consideraba que la oposición "estaba preparada para gobernar", frente al 36.5% que opinaba lo contrario. Para el mes de abril, 53.3% opinaba que "sería bueno para México que ganara un candidato de oposición", contra el 23.9% que lo consideraba perjudicial (Gráfica 2). Lo anterior permite advertir una franca disponibilidad de los ciudadanos para aceptar en forma positiva el triunfo de un candidato de la oposición. O sea que el tapatío, rebautizado como "baboso" por un caricaturista local, no está dispuesto a seguir aceptando lo "malo por conocido" y parece preferir arriesgarse por lo "bueno por conocer".

Lo siento, mi PRI

Esta disposición de los tapatíos a experimentar un gobierno de cuño diferente al actual se encuentra, no obstante, en una encrucijada sentimental. Por una parte, en diciembre el 69.1% de los entrevistados aceptó que "el PRI ha mantenido la estabilidad en el país", frente al 21.9% que se manifestó en contra. Es decir, que la imagen difundida por los mensajes propagandísticos del partido oficial tiene consenso en el seno de la sociedad. Sin embargo, en abril un porcentaje mayoritario de entrevistados (59.6%) no dudó en afirmar que "el PRI ha empobrecido al país", en tanto que 23.7% se oponía a tal aseveración (Gráfica 3).

Estabilidad y pobreza aparecen como las dos caras de la dominación priísta. Constituyen también, para su continuidad en el poder, tanto su soporte como su talón de Aquiles. Por su disposición a aceptar un gobierno surgido de la oposición, el tapatío pareciera no estar ya dispuesto a pagar con la pobreza el costo que implica la estabilidad.

Y si no es por amor por la fuerza

La insurrección armada de los pueblos indígenas de Chiapas no solamente empañó el ingreso de México al primer mundo, en alas del TLC, sino que reveló a millones de mexicanos la existencia de dos realidades permanentemente escamoteadas: la miseria de los indígenas y las raíces de nuestra identidad.

El problema de Chiapas representaba para los entrevistados en el mes de abril el segundo en importancia a nivel nacional, después del asesinato de Colosio; dos acontecimientos cuyo carácter violento añadían elementos de tensión en la cargada atmósfera electoral. Aunque de cuño cualitativamente distinto, los dos acontecimientos han sido frecuentemente confundidos por diversos analistas políticos, que de entrada han procedido a descalificar el uso de la violencia, a la cual caracterizan como un acto criminal, negando su cualidad de comportamiento político.

En contraste, los tapatíos entrevistados no comparten, en su mayoría, tales condenas, como lo demuestra el hecho de que el 56.2% coincide en la afirmación de que "la violencia de los indígenas se justifica", frente al 30.6% que la condena (Gráfica 4). La aparición de la violencia en el marco de los comportamientos políticos y la valoración justificatoria que de ella hacen los entrevistados, revelan algunos rasgos de la cultura política que resultaría irresponsable desdeñar.

Al César lo que es del César

Una de las imágenes más socorridas por los acuarelistas de "lo tapatío" es su pretendido clericalismo, resultado de una sociedad moralista, prejuiciada y "mocha". Sin embargo, la visión de una Iglesia que se cuele entre los intersticios más delgados de la sociedad, saturándolos, dominándolos, no parece corresponder a la impresión que los tapatíos permiten entrever en las encuestas.

Ante quienes argumentaban que las modificaciones constitucionales que establecían nuevas formas de relación entre el gobierno y las iglesias, significarían una intromisión en las actividades ciudadanas, particularmente a la hora de definir sus inclinaciones políticas, resultan ejemplares las respuestas de los encuestados. Un mayoritario 73.4% se pronunció en contra de la injerencia de la Iglesia en cuestiones políticas. Es decir, que el grueso de los entrevistados

repudia la idea de que la Iglesia en tanto institución intervenga en asuntos políticos. Sin embargo, al ser interrogados acerca del derecho de los sacerdotes y religiosos a participar en la política, las opiniones de los entrevistados se dividieron: 45.3% manifestó su acuerdo y 39.1% se mostró en desacuerdo (Gráfica 5). Se aprecia, pues, una clara distinción entre la Iglesia institucional y los derechos de los ministros del culto.

Del centro a la derecha, todo lo que quiera

Tal vez la característica más persistente entre las inclinaciones de los tapatíos observada desde el ángulo de la geometría política, es su indeclinable tendencia hacia las posiciones que defiendan valores tradicionales y privilegios de clase. La defensa a ultranza de la propiedad privada y la lucha por la educación religiosa son banderas que los tapatíos han enarbolado en forma permanente. En este sentido, la sociedad tapatía se ha mantenido poco receptiva al discurso socialista. La escasa presencia que las izquierdas tienen en la localidad es el botón de muestra.

Empero, la estridencia y el fanatismo que en algún momento se manifestaron en el seno de la sociedad tapatía han sido sustituidas en la actualidad por actitudes y opiniones que expresan un importante matiz. En efecto, aunque un importante sector de entrevistados (46.7%) afirmaba en diciembre que "el socialismo perjudicaría a México", un considerable grupo (31.2%) no compartía dicha opinión. Estas posiciones se manifestaron casi inamovibles en el mes de abril, cuando 23.2% de los encuestados aceptó que "el socialismo beneficiaría a México", en contra del 44.4% que no estuvo de acuerdo con dicha afirmación (Gráfica 6). El sector indeciso, que fluctúa entre 20 y 30%, amortigua hasta cierto punto el peso de la posición centro-derecha que los entrevistados reivindican; sin embargo resulta incuestionable la hegemonía de esta posición en las inclinaciones políticas de los tapatíos.

Si de política quieres saber, a los medios te deberás exponer

Un factor que resulta crucial en el conocimiento que de los candidatos tiene el votante tapatío, se relaciona con la forma en que los futuros electores adquieren información sobre asuntos y acontecimientos políticos. La conformación de una posición política es producto de un largo proceso en el que diversas instituciones (familia, escuela, trabajo...) proporcionan al individuo aquellos conocimientos y experiencias mediante los cuales se conforma como tal. Este proceso de socialización, como lo describen algunos autores, o de formación ideológica del sujeto, como lo definen otros, es lo que constituye la base de su cultura política. En este proceso el elemento informativo resulta crucial.

Diversos estudiosos han señalado, precisamente, que una de las funciones específicas de los medios masivos es la de la información (vigilancia del entorno, en palabras de Lasswell). Particularmente quienes han estudiado la relación entre medios y elecciones destacan la función informativa de éstos. Una creciente y cada vez más influyente perspectiva teórica es la que enfatiza la función de "establecimiento de agenda" que cumplen dichos medios.²

No es casual que los entrevistados identificaran el mes de diciembre como uno de los asuntos más importantes a nivel nacional debido al inminente inicio del TLC, y que meses después señalaran como los asuntos más importantes el levantamiento chiapaneco y el asesinato de Colosio.

Son también los mismos entrevistados quienes despejan la interrogante acerca de la función informativa que los medios cumplen respecto a las cuestiones políticas. A la pregunta de por qué conductos se informaban sobre asuntos políticos, los entrevistados no dudaron en señalar a los medios masivos (prensa, radio y televisión) por sobre otras formas de comunicación (Gráfica 7). Mientras un conservador porcentaje seleccionaba a la prensa (35.4%) y a la radio (36.3%), una gran mayoría se inclinaba decididamente por la televisión (72.5%). Estos resultados coinciden, en términos generales, a los arrojados por otros estudios.³

La posición destacada que ocupa la televisión sobre los otros medios se debe, a juicio de los entrevistados, a que la televisión les proporciona la mejor información, la más completa y las más verdadera (Gráfica 8). La prensa aventaja a la radio en lo que se refiere a información completa y verdadera, mientras que los entrevistados consideraron mejor a la información radiofónica sobre la periodística.

Mención especial requiere lo referente a la veracidad informativa. La pérdida de credibilidad en las instituciones políticas, particularmente en las gubernamentales, ha invadido también a las instituciones informativas. En 1989, frente a la misma pregunta, una encuesta arrojó los siguientes resultados: prensa 12%, radio 18%, televisión 58%, ninguno 2%.⁴ En los nuevos resultados la prensa duplica su nivel de credibilidad, la radio acusa una ligera disminución y la televisión afronta un severo desplome al caer 17 puntos su nivel de credibilidad. En todo caso, se trata de una posición más crítica hacia los medios por parte de los receptores, que se expresa en el incremento de los escépticos, que han pasado en estos años del 2% al 26.5%

Sin embargo, no todos los medios son medios

Hablar de medios masivos, de prensa, de radio y de televisión en general, es mantenerse en el terreno de la abstracción y puede ocasionar sorpresas desagradables.

Inevitablemente, al transitar por las calles del centro de la ciudad, uno se topa, casi en cada

esquina, con expendios de periódicos que ofrecen a los transeúntes más de una veintena de diarios. Es posible adquirir desde *La Jornada y Reforma*, hasta los casi inencontrables periódicos locales *El Diario y El Jalisciense*. Sin embargo, solamente alcanzan a penetrar en los hábitos de consumo informativos de los tapatíos un puñado de periódicos, todos ellos editados en la localidad (Gráfica 9).

El Informador se encuentra presente en las preferencias del 47% de los lectores de prensa en Guadalajara. En una enconada disputa, *El Occidental*, ya con medio siglo de existencia, lucha por el segundo sitio con el todavía imberbe y bisoño *Siglo 21*. Más atrás, el *Ocho Columnas*, vocero ideológico de un grupo derechista, mantiene su presencia.

Con todo, entre los consumidores de productos informativos, los lectores de prensa resultan el segmento más pequeño. En abril de 1994 solamente 53.4% de los entrevistados aceptó tener la costumbre de leer algún periódico.

En el terreno de los radionoticieros, los hábitos de consumo se presentan en forma similar. También en este renglón existe una amplia oferta de programas informativos, tanto locales como "nacionales", que se enfrenta con una demanda muy cerrada que concreta sus preferencias en un reducido número de radionoticieros, entre los que dominan, en forma casi absoluta los producidos en la localidad, y de entre ellos Notisistema y Radio Metrópoli⁵ concentraban en abril el 62% de las preferencias de los radioescuchas. Le sigue la XEW, propiedad de Televisa, cuya programación se orienta básicamente hacia lo informativo. De XEDK los entrevistados manifestaron preferencia hacia el programa conducido por Chimely, y sorpresivamente, Línea Universitaria (de Radio Universidad) exhibe un sustancial incremento de radioescuchas al pasar del 2% en diciembre al 7% alcanzado en abril. De los radionoticieros "nacionales" solamente Para Empezar, conducido por Pedro Ferriz de Cohn, acusa una cierta penetración en el radioauditorio tapatío (Gráfica 10).

En el caso de la televisión, aunque la oferta es más restringida, se aprecia igualmente que las preferencias de los televidentes se concentran en cinco programas informativos. De entrada, se observa que 24 Horas mantiene la hegemonía en la preferencia de la teleaudiencia (Gráfica 11). Conducido por Jacobo Zabłudovski, quien también funge como director del sistema de noticias ECO, los noticieros de Televisa representan el 50% del consumo informativo de los televidentes tapatíos, cifra que aumenta al 67% si le agregamos programas de escasa audiencia (Al Despertar, Muchas Noticias), así como los producidos en la localidad (Al Tanto y Magazine).

Sin embargo, la dominación casi absoluta que ejercía Televisa en virtud de que por muchos años ejerció una situación cuasi-monopólica en la industria televisiva nacional, enfrenta ahora una fuerte competencia con los programas informativos producidos

por la televisión hispana de Estados Unidos. Concretamente, Telemundo y Ocurrió Así han logrado en poco tiempo lo que la televisión oficial no pudo lograr en años: disputar la audiencia de telenoticieros al coloso de Televisa. En la encuesta de abril, dichos programas fueron señalados como los favoritos por el 32% de los televidentes.

Y en cuestiones políticas, los medios no son sólo medios

Con el apartado anterior ha quedado debidamente acotado lo que debe entenderse cuando se habla de los medios masivos de información y los tapatíos.

Este acotamiento resulta particularmente valioso en cuanto sirve de advertencia a los estudiosos de fenómenos políticos. Con frecuencia el analista político, el académico o el politólogo trasladan mecánicamente hacia la sociedad el nivel de información que ellos poseen. Se piensa que la existencia y disponibilidad de medios informativos como *La Jornada y Proceso* posibilita automáticamente su consumo. Los hechos indican otra cosa. Señalan que a pesar de la variada oferta informativa los tapatíos se exponen solamente a unos cuantos de ellos, y lo más importante, que la información sobre asuntos políticos la obtienen a través de dichos medios.

Surge entonces la pregunta de si la relación que existe entre los tapatíos con determinados medios, particularmente en su búsqueda de información política, es una relación de tipo meramente casual o establecida por una añeja costumbre, o bien, se trata de una relación interesada. Es decir, que la relación se encuentra determinada, de alguna manera, por las inclinaciones políticas -expresadas en las preferencias partidistas- de los receptores.

Con la información que se dispone resulta viable intentar aproximarnos con un cierto sustento empírico a las posibles relaciones que puedan existir entre el uso que los individuos hacen de los medios y su perfil político. Para ello, cruzaremos la información correspondiente al partido que eligieron en su opción electoral, con aquellas variables que se relacionan con los medios masivos, particularmente las que se refieren a los patrones de exposición y a las evaluaciones sobre su desempeño informativo.

De entrada es posible apreciar que la evaluación sobre la información recibida acerca de las campañas políticas es diferente en el caso de cada partido político. Así, los priístas⁶ destacaban la labor informativa de la televisión (84.3%) y solamente 7.0% optaba por la prensa. En contraste, los perredistas otorgaban a la prensa el 42.9% y concedían a la televisión el porcentaje más bajo obtenido (67.9%). Los panistas, por su parte, destacaban la información de la prensa (26.9%) y privilegiaban a la televisión con el 73.1%. La prensa aparece como el lugar donde se expresan las mayores discrepancias entre los diversos segmentos partidarios. En los radionoticieros, la evaluación

aparece más compacta. Finalmente, todos coinciden en otorgar a la televisión los más altos porcentajes. Indudablemente, se confirma de nueva cuenta el peso enorme que tiene la televisión en lo que a información política se refiere.

Tres cosas resultan interesantes al observar los datos (Gráfica 12). Primero, que los priístas privilegian a los medios electrónicos sobre los escritos. Segundo, que resulta significativo que la oposición reivindique, en forma destacada, la función informativa de la prensa escrita. Finalmente, el segmento de los "sin partido" integrado por los indecisos, privilegia igualmente a los medios electrónicos, aunque también concede importancia a la prensa.

De los nueve que tenía solamente quedan tres

Asediados por nueve candidatos que se disputan su preferencia electoral, los tapatíos concentran su atención en los candidatos postulados por los partidos de mayor presencia nacional: Luis Donald Colosio y Ernesto Zedillo del PRI, Diego Fernández de Cevallos del PAN y Cuauhtemoc Cárdenas del PRD.

Sin embargo, su visibilidad ante los electores presenta ostensibles diferencias. Una de ellas se expresa en la desigual identificación que los habitantes de Guadalajara realizan acerca de los contendientes presidenciales. A pesar de que Cárdenas y Fernández de Cevallos iniciaron sus actividades proselitistas con antelación al candidato priísta, en el mes de diciembre, a escasos días del "destape" de Colosio, el grueso de los entrevistados (66.5%) identificó correctamente al candidato oficial, mientras que el candidato perredista fue identificado por el 45.3%, el panista por el 21.2%; el otro candidato postulado hasta ese momento, correspondiente al PT, Cecilia Soto, solamente fue identificada por el 4.0%

En el mes de abril, aunque el nivel de identificación se había incrementado, todavía se apreciaban evidentes desigualdades. Con sólo unas semanas de haber sido ungido, destape mediante, como el sucesor de Colosio, Ernesto Zedillo se convertía en el candidato más conocido por el grueso de los entrevistados (78.8%); Cárdenas era identificado por el 54.4%, Fernández de Cevallos por el 46.3% y Cecilia Soto alcanzaba el 28.2%. Los demás candidatos se encontraban por debajo de los diez puntos porcentuales (Gráfica 13).

Pero un factor más importante que la identificación, que juega además un papel fundamental a la hora de la decisión del votante, es la impresión que éste tiene acerca de los diversos candidatos. Interrogados sobre este aspecto, 51.3% de los entrevistados en el mes de diciembre señaló a Colosio como el candidato que les causaba la impresión más favorable, otorgando a Cárdenas y a Fernández de Cevallos el 25.9% y el 25.5% respectivamente. Para abril, el nuevo candidato priísta obtenía el mayor porcentaje, cuando el 41.4% lo seleccionaba como el que les había causado mejor impresión. Fernández de Ceva-

llos incrementaba en seis puntos las opiniones favorables, en tanto Cárdenas veía retroceder en tres puntos los favores del electorado (Gráfica 14).

El contraste entre las dos encuestas permite apreciar algunos elementos interesantes. En primer lugar, aunque el candidato priísta, Ernesto Zedillo, obtiene la mayor preferencia de los entrevistados, se observa una disminución en diez puntos porcentuales con respecto a la valoración obtenida por Colosio. Además, aquellos que emitían una opinión desfavorable acusaban un incremento del 19.0% en el caso de Colosio, al 30.4% con Zedillo. Es posible pensar que tanto el asesinato de Colosio como las pugnas internas generadas en el seno del partido oficial por el relevo del candidato presidencial han desgastado severamente la imagen del tricolor en un importante grupo de simpatizantes. En segundo lugar, aunque en la encuesta de abril se detecta un repunte en la valoración favorable hacia el candidato panista, el mismo incremento se aprecia en la valoración negativa, que pasa del 21.4% de diciembre al 25.6% en abril; en contraste, resulta significativo el alto porcentaje de entrevistados que se declararon indecisos frente a Diego Fernández de Cevallos, aunque esta indecisión había bajado, en el mismo lapso, diez puntos porcentuales. Empero, es necesario señalar que estas impresiones corresponden a una fecha previa al debate televisivo, evento que modificaría sustancialmente la presencia de Fernández de Cevallos en el electorado.⁷ En tercer lugar, no obstante que en ambas encuestas Cárdenas provoca una impresión favorable a casi una cuarta parte de los entrevistados, recibe, como era de esperarse, una valoración básicamente desfavorable.

Y los tapatíos amenazan con votar

Uno de los rasgos que caracteriza al actual proceso electoral es la persistente campaña impulsada, en gran medida, por los organismos electorales para motivar a la ciudadanía a empadronarse y para emitir su voto. Ciertamente las subsecuentes reformas electorales han sido producto de la presión ejercida por los partidos de oposición, cuyas raíces se remiten al colosal fraude de 1988. La crisis de credibilidad que afrontan las instancias gubernamentales demanda un proceso electoral lo más transparente posible.

En busca de la confiabilidad, el gobierno ha desarrollado un titánico esfuerzo por renovar el padrón y sustituir la anterior credencial de elector por una nueva que incluye la foto del titular. Aunque los cuestionamientos a esta labor han sido expresados en forma reiterada por algunos partidos de oposición, e incluso sirvieron de sustento a un debate televisivo, el hecho es que desde los primeros meses de 1993 el ciudadano común se enfrentó a la requisitoria de fotocredencializarse.

Lo cierto es que contraviniendo la sempiterna desconfianza hacia la legalidad de los comicios electorales,⁸ un gran porcentaje de tapatíos afirma que se

hará presente en las urnas el próximo 21 de agosto. En diciembre, el 84% indicaba una intención de votar, porcentaje que había descendido al 76% en el mes de abril.⁹ A su vez, el segmento de los abstencionistas y el de los indecisos se había incrementado ligeramente (Gráfica 15).

Sin embargo, y este es uno de los rasgos originales en el actual proceso electoral, que sugiere modificaciones previsible en el comportamiento político de los tapatíos, es que entre los meses de diciembre y abril se aprecia una ostensible alteración en las preferencias partidarias de los votantes. Salta a la vista la caída brutal del partido oficial en el favor de los entrevistados. Mientras que en diciembre el PRI obtenía el 55% de la intención electoral, en abril sólo alcanzaba el 37%, que si bien lo ubicaba todavía encabezando la contienda, reducía en forma considerable su distancia con los otros candidatos, particularmente el del PAN. A su vez, esta nueva distribución de los votantes destacaba la presencia de un nuevo segmento de electores, integrado por los que sí van a votar pero no saben por quién, es decir los indecisos (35%), que seguramente jugarán un papel decisivo en el desenlace electoral (Gráfica 16).¹⁰

La debacle del voto priísta se hizo más pronunciada a raíz del debate televisivo. El fantasma de Maquío se deja sentir en el ánimo de los electores tapatíos, que lo creen reencarnado en Diego Fernández de Cevallos. Según la encuesta telefónica levantada el mismo día del debate, las preferencias del electorado manifestaron un empate entre Zedillo y Cevallos (26.1%) y una caída de Cárdenas (7.9%) con respecto a la encuesta anterior. Empero, en esta encuesta también se hacen presentes quienes se manifiestan indecisos, conformando el mayor segmento de electores (32.0%).¹¹

21 de agosto ¿continuismo o transición?

Existe el consenso entre los politólogos en señalar las elecciones de 1994 como la fecha más importante en la vida política del país, cuyos resultados tendrán consecuencias para el futuro de la democracia en México.

Como nunca antes la contienda electoral enfrenta a los tapatíos ante una alternativa real. El continuismo o la transición. El primero se personifica en el partido gobernante que durante 65 años ha dirigido al país. La segunda opción supone el desmantelamiento del aparato sobre el cual el PRI ha ejercido su poder. Supone también la gestación y desarrollo de relaciones democráticas, la emergencia de una cultura política eminentemente participativa, la desacralización de la figura presidencial y la conformación de un nuevo tipo de político con vocación de servicio.

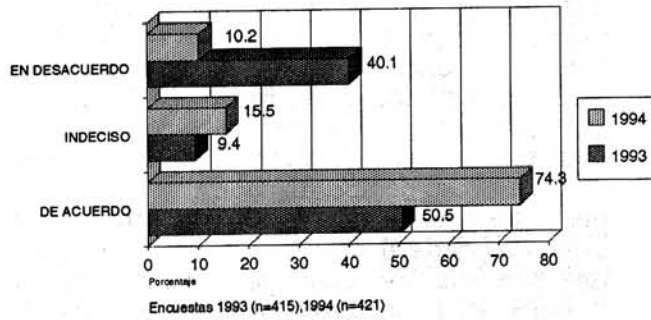
Aunque los diversos elementos que se han apuntado como expresiones inéditas en la cultura política de los tapatíos permiten suponer una cierta disposición de los electores hacia un proceso de

cambio, la persistencia de la cultura priísta que se detecta en algunos sectores no permite asegurar que dicho cambio sea inminente. Por otra parte, el cambio propugnado por los tapatíos nada tiene que ver con transformaciones radicales en las estructuras sociales del país. En todo caso, reivindica la apertura de espacios para una mayor participación de la sociedad civil. Ciertamente esta demanda puede enmarcarse en un proceso democratizador, en un impulso hacia una transición democrática. El desenlace electoral es una moneda al aire. No sabemos exactamente lo que sucederá. Sin embargo, estamos seguros que después del 21 de agosto las cosas no volverán a ser como antes. ▲

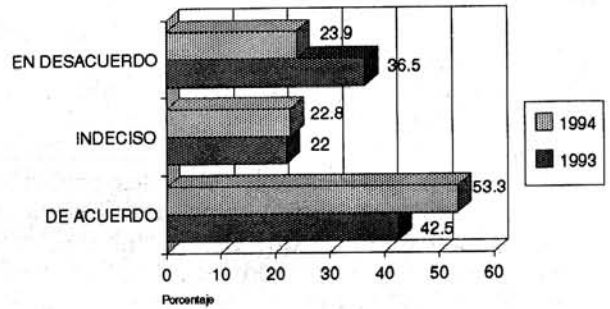
Notas

1. Fecha de aplicación: Encuesta 1, 9 de diciembre de 1993; Encuesta 2, 28 y 29 de abril de 1994. Técnica de muestreo: aleatoria estratificada (AGEB), aplicada en 61 colonias seleccionadas. Tipo de entrevista: personal en vivienda. Universo de estudio: zona metropolitana de Guadalajara. Tamaño de la muestra: Encuesta 1, 415 individuos; Encuesta 2, 421 individuos. Margen de error: +/- 4% Confiabilidad: 95%
2. Parafraseando a Cohen, diremos que los medios no le dicen a las personas cómo deben pensar, pero sí les dicen en qué deben pensar.
3. En la encuesta realizada a nivel nacional por diversas universidades, a instancias de la Secretaría de Gobernación, los resultados correspondientes a Jalisco privilegiaron también a los medios masivos: prensa 20%, radio 9%, televisión 50%. Se observa pues una misma tendencia, aunque en esta encuesta la opción se restringió a un solo medio, mientras que en la nuestra se reconoció una opción múltiple.
4. Aceves, Francisco. "Los tapatíos y la prensa", en *Margen*, núm. 4, 1991.
5. En rigor se trata de una misma empresa. Notisistema, radionoticiero que se trasmite a lo largo del día en distintas emisoras. Radio Metrópoli es una estación cuya programación se orienta casi exclusivamente a lo informativo.
6. Para hacer más agil la lectura nos referiremos a quienes se inclinaron por un partido como "priístas", "panistas" o "perredistas", según sea el caso, sin que esta acepción implique el reconocimiento de una militancia.
7. Las encuestas elaboradas por diversas empresas al término del debate coinciden en señalar al candidato panista como el triunfador abosoluto. Asimismo, sondeos realizados en fechas posteriores reducen el margen de las intenciones del voto entre los candidatos del PRI y del PAN.
8. En diciembre, 50.5% señalaba que el voto no era respetado, cifra que se incrementó al 74.3% en abril, al coincidir en señalar que el fraude es una costumbre.
9. Estos resultados coinciden casi totalmente con la encuesta realizada por el Centro de Estudios de Opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara, que señalaba los siguientes porcentajes para el mes de abril: sí, 74.9%; no, 10.6%; no sabe, 14.4%
10. Otra vez se registran coincidencias evidentes con las encuestas del CEO. En enero el CEO reportaba la siguiente distribución del voto: PRI 47.2%; PAN 18.5%; PRD 9.6%; indecisos 0.2%. En abril los resultados fueron: PRI 36.9%; PAN 17.8%; PRD 10.2%; indecisos 13%
11. *Siglo 21*, 13 de mayo de 1994.

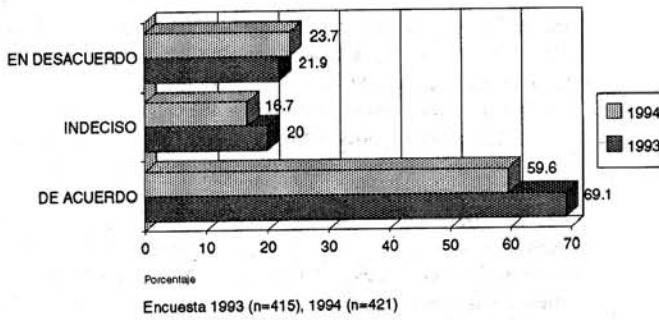
GRAFICA 1
El fraude electoral es una costumbre en México



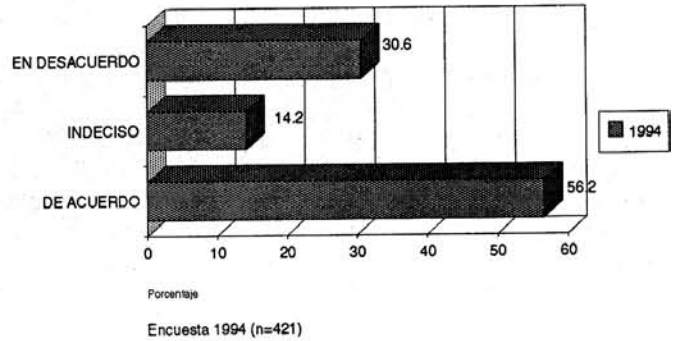
GRAFICA 2
La oposición está preparada para gobernar (1993); sería positivo su triunfo (1994)



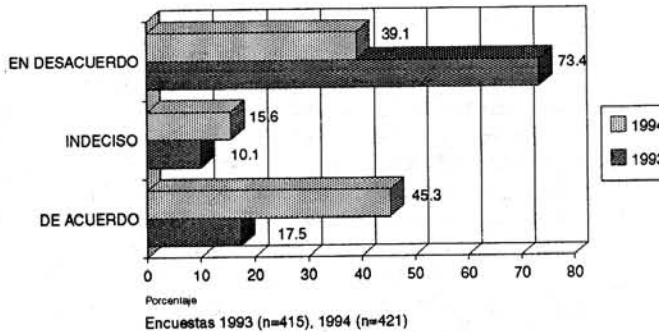
GRAFICA 3
El PRI ha mantenido la estabilidad en el país (1993); ha empobrecido al país (1994)



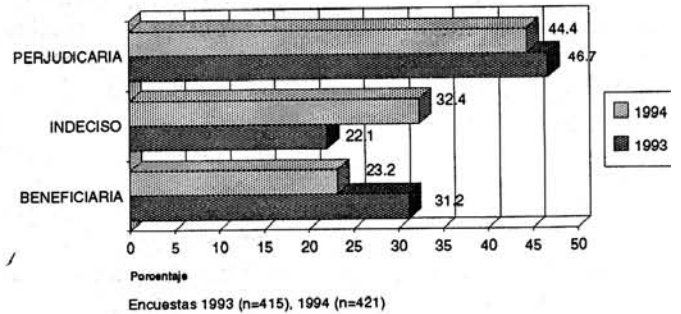
GRAFICA 4
La violencia de los indígenas está justificada



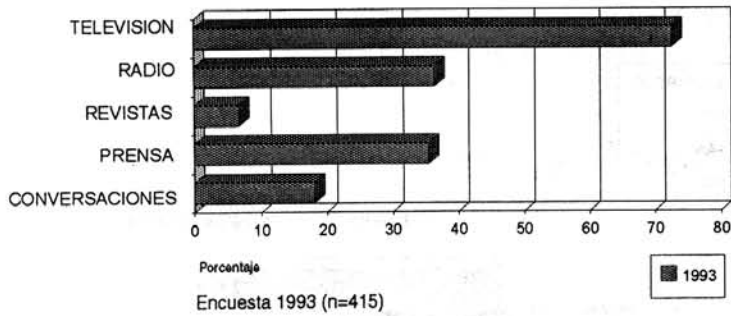
GRAFICA 5
La Iglesia debe meterse en la política (1993); los sacerdotes tienen derecho a participar (1994)



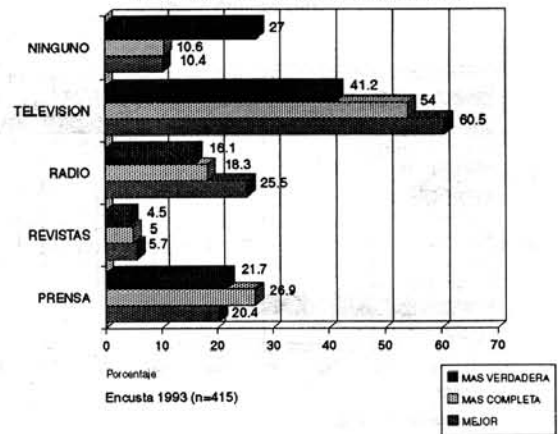
GRAFICA 6
El socialismo perjudicaría o beneficiaría a México



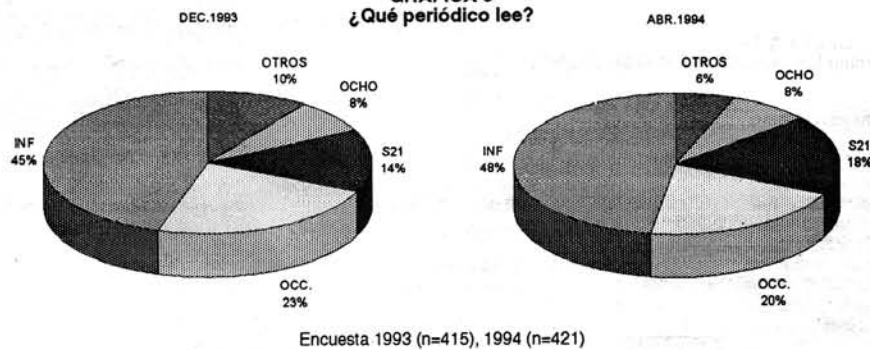
GRAFICA 7
¿Cómo se informa de asuntos políticos?



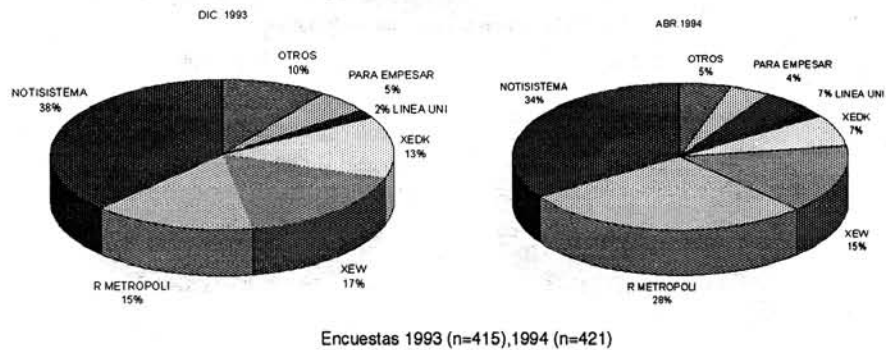
GRAFICA 8
¿Cuál medio le proporciona la información?



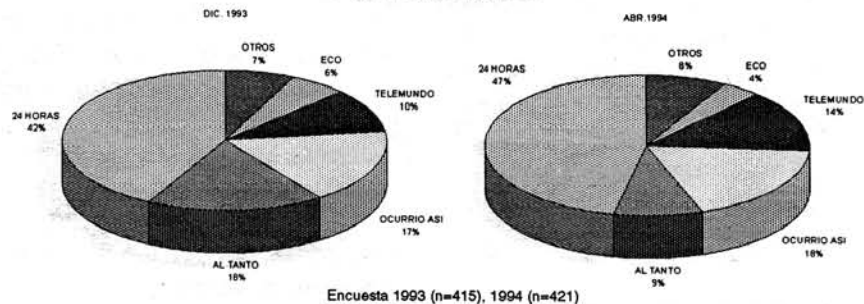
GRAFICA 9
¿Qué periódico lee?



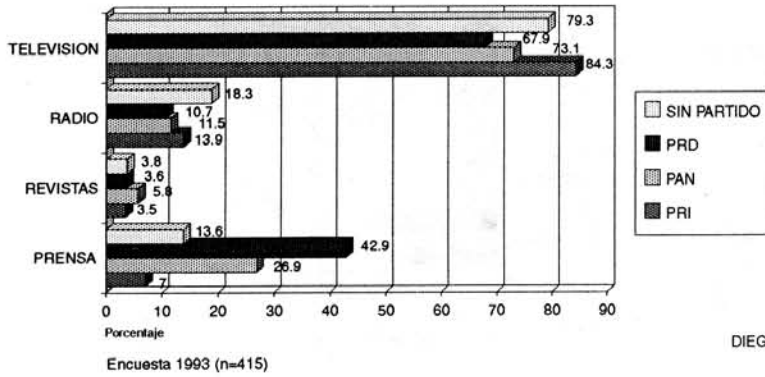
GRAFICA 10
¿Qué radionoticiero escucha?



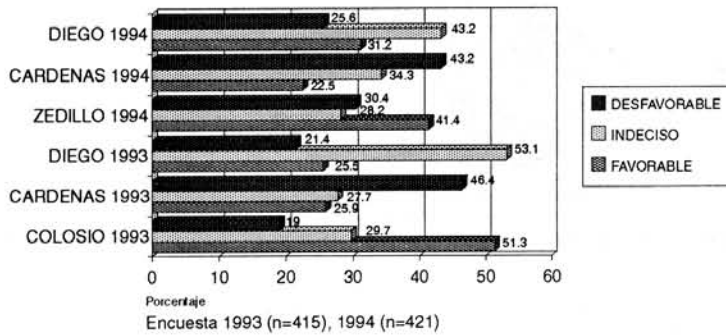
GRAFICA 11
¿Qué telenoticiero ve?



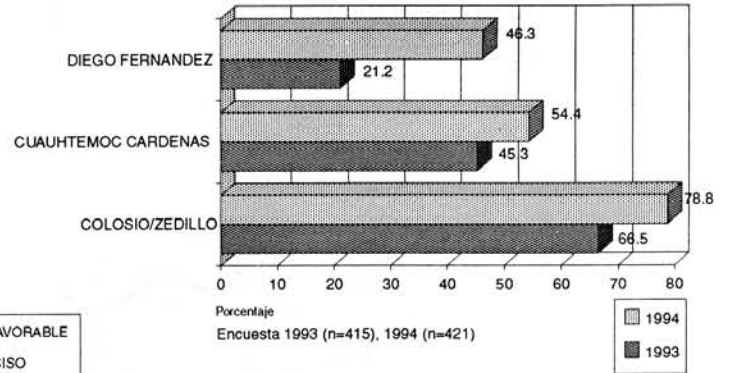
GRAFICA 12
¿Cuál medio le ha ofrecido la información más completa?
(varias opciones)



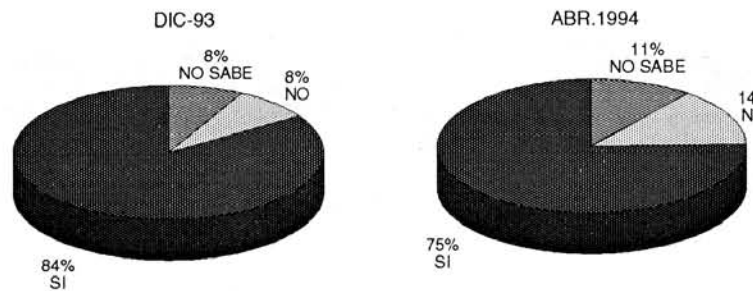
GRAFICA 14
¿Qué impresión le causan los candidatos a la presidencia?



GRAFICA 13
Identificación de los candidatos



GRAFICA 15
¿Votará en las elecciones de 1994?



GRAFICA 16
¿Por cuál partido votará?

