

00484



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

4

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

MODERNIDAD Y FORMACION DE LA OPINION
PUBLICA: (LA UTILIZACION DE LAS ENCUESTAS DE
OPINION EN BRASIL Y MEXICO EN 1994)

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
(DOCTOR EN SOCIOLOGIA)

P R E S E N T A E L :

MTRO. MURILO KUSCHICK RAMOS



DIRECTOR DE TESIS: DRA. MA. TERESA ESQUIVEL HERNANDEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA

ABRIL DE 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS DE DOCTORADO

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**MODERNIDAD Y FORMACIÓN DE LA OPINIÓN
PÚBLICA: (LA UTILIZACIÓN DE LAS ENCUESTAS
DE OPINIÓN EN BRASIL Y MÉXICO EN 1994)**

Murilo Kuschick

Abril 2002

INDICE

	Pags.
Introducción: los propósitos	1
Capítulo I: Sociedad moderna y formación de la opinión pública	
1.1 Introducción y objetivos	8
1.2 La definición de lo moderno	11
1.3 La aparición de la democracia	18
1.4 Los ámbitos del concepto de opinión pública	24
1.5 La opinión pública: una discusión final	33
1.6 Algunos modelos constitutivos de la opinión pública	35
Capítulo II: Teoría y práctica de las encuestas de opinión en la transición	
2.1 Las encuestas de opinión en la transición	45
2.2 Encuestas de opinión: hipótesis de su importancia y actualidad	50
2.3 Encuestas de opinión: teoría y práctica	53
2.4 Utilidad, forma y función de las encuestas de opinión	59
2.5 Muestreo, cuestionario y análisis en la investigación cuantitativa	65
Capítulo III: México: elecciones y encuestas de opinión 1988-1994.	
3.1 Historia y elecciones	72
3.2 Elecciones en el periodo de los caudillos	73
3.3 Elecciones en el periodo de la Revolución Institucionalizada	79
3.4 Modernización y aparición de la investigación de la opinión	84
3.5 Encuestas de opinión y las elecciones de 1988	91
3.6 Las encuestas en las elecciones de 1994	99
Capítulo IV: Los sondeos de opinión en las elecciones de Brasil	

4.1 Las elecciones y el sistema político: "República Velha"	129
4.2 El "Estado Novo"	132
4.3 Populismo y estado benefactor	133
4.4 Política y partidos bajo el sistema autoritario	135
4.5 Partidos políticos y la nueva competencia electoral	138
4.6 La segunda elección de la era democrática	146
Capítulo V: Conclusiones	186
Bibliografía	198

Recuerdos, agradecimientos y dedicatoria

Agradezco muy encarecidamente a mis propias vivencias en un perdido pueblo de Brasil, el cual quedaba tapizado con propaganda electoral, cuando se celebraban elecciones, mientras que en la escuela se podía acompañar el escrutinio a través del que el PTB, PSD o la UDN saldrían victoriosos. Después, el golpe militar y la dictadura me alejaron de las campañas, las que vine a reencontrar en un ejido de Nayarit cuando pude saludar al candidato único – López Portillo-, en una campaña electoral que, por el fausto, el oropel, los discursos, la música y el papel picado, parecía ser una contienda de gigantes.

En 1987, mediante un diplomado organizado por otros neófitos del asunto electoral y de las encuestas de opinión, comencé a caminar por este interesante y apasionante laberinto de las predicciones políticas, durante las cuales, en ese entonces, no se necesitaba ser ningún pitoniso para saber que el PRI sería el ganador. Con la llegada de las elecciones de 1994, más competidas, la victoria del PRD en 1997 y la derrota del PRI en el año 2000, las encuestas de opinión y de preferencia político electoral se tornaron imprescindibles, lo que hace necesario desechar comentarios como el que escuché en la voz de un candidato priísta a gobernador: “A mí me invitaron a ser gobernador, no candidato” o, en el caso de un director de un periódico, cuando le planteé la posibilidad de publicar resultados de encuestas en su vespertino: “Para qué hacer encuestas, los mexicanos siempre mienten”, a lo que le respondí: “¿Cómo lo sabe?, ¿hizo usted una encuesta?”.

Para terminar, quiero agradecer a mi directora de tesis, la Dra. María Teresa Esquivel Hernández, la lectura y valiosa asesoría que me proporcionó; al Dr. Raúl Trejo Delarbre, por su tiempo, lectura y comentarios; a la Dra. Susana González Reyna, al Dr. Ilya Adler Milstein, a la Dr. Delia Covi Druetta, a mi compañera de cubículo y de discusiones, la Dra. Florita Moreno Armella, y al Dr. Luis Hinostroza Fernández, compañero de proyectos y de aventuras intelectuales, por su fecundo apoyo. También quiero agradecer a mi ex alumna, Mtra. Marisol Mariscal, quien fue mi primera lectora, a la Mtra. Martha Márquez, quien leyó la segunda versión y me ayudó en la corrección, y a mi esposa y principal crítica, Guillermina Fehér, quien no sólo realizó la corrección final de este trabajo, sino la mayor parte de las cosas que he intentado verter a la lengua de Cervantes. Estoy agradecido también con VARIG, que me permitió recopilar los periódicos brasileños para seguir paso a paso las últimas elecciones de Brasil, con la Universidad Autónoma Metropolitana y el Departamento de Sociología, donde he trabajado los últimos 16 años, y con el Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, donde no sólo estudié este doctorado, sino impartí clases y he hecho incontables amigos. Agradezco con afecto a las generaciones de estudiantes que en mis clases de Opinión Pública y de *Marketing* Político han compartido y mezclado sus ideas con las mías y han logrado enriquecer este trabajo.

Esta tesis la dedico a mis hijos Jan y Mark, y a mi esposa Guillermina, con quienes comparto toda mi vida, así como a mis padres y hermanos, que se encuentran en Brasil.

Introducción: los propósitos.

En la presente investigación se plantea una posibilidad de aproximación a un objeto de estudio hasta cierto punto novedoso en el ámbito de la sociología, ya que, si bien una amplia gama de investigaciones utiliza encuestas como técnica de recolección de material empírico, en pocas ocasiones este instrumento se transforma en el objeto mismo de la indagación.

En nuestro caso, las encuestas de opinión no son un instrumento, y el objetivo de la investigación no se demuestra a partir de la recolección de un conjunto de datos que algunos sujetos, previamente seleccionados, respondieron. Hemos utilizado este instrumento para demostrar cómo las encuestas de opinión son una de las pruebas del proceso modernizador y de la transformación sociopolítica que ha acontecido en el subcontinente latinoamericano. En los últimos años se ha vivido un proceso de democratización en casi la totalidad de las naciones, como Brasil, Argentina y Uruguay, países que en el pasado cercano estuvieron bajo gobiernos militares. Podemos afirmar que, aun cuando el proceso democratizador no ha sido igual en México, en dichos países existen algunas semejanzas ya que, pese a que se le considera formalmente democrático, el gobierno mexicano vivió poco más de setenta años bajo la férula de un mismo partido político.

La interpretación de los cambios en los regímenes políticos de las sociedades latinoamericanas se ha basado en el concepto de "transición a la democracia" (O'Donnell y Schmitter, 1986), concebida como un proceso de transformación en la estructura política y analizada a partir de tres conceptos: liberalización, democratización y socialización. Aunque en el presente trabajo se hará uso de tales conceptos, no se pretende realizar una discusión acerca de la transición política en América Latina y la forma en que ésta se hizo presente. La transformación política recién inaugurada no sólo tiene una especificidad política, sino que ha estado ligada a un proyecto cuyas dimensiones rebasan la simple estructura política y se vincula con la sociedad en su conjunto. Este proceso dio inicio antes de la independencia y ha conformado la mayor parte de las utopías que se han planteado en las tierras de América: la modernización.

A partir de la modernización como ideal se han constituido las sociedades, las instituciones, la cultura, las clases y las revoluciones. Todos y cada uno de los proyectos que se han diseñado en estas tierras han adoptado una postura a favor o en contra de las ideas de la Ilustración. Sin embargo, lo paradójico de esta situación y de la vinculación latinoamericana con la sociedad moderna, y con la propia modernidad, ha sido la manera desigual, distinta y diversa en la forma que este proyecto se ha desarrollado en el subcontinente latinoamericano. Con esto se quiere advertir que se han dado grandes pasos en la transformación de una sociedad tradicional hacia una sociedad moderna: las sociedades han dejado de ser rurales y se han convertido en urbanas; las instituciones económicas, como es el caso del mercado, se han vuelto dominantes, y la industrialización, la constitución de ámbitos especializados en el comercio, las finanzas y la cultura se han transformado. Pese a todo esto, las estructuras políticas no se habían modificado de la misma forma ni con la misma rapidez; de igual forma no era

visible la aparición de un sujeto libre de ataduras como las que generan las organizaciones sindicales, representativas y tutelares. El mismo Estado aparecía en muchos casos más como el partero de la sociedad que como producto de la misma; y había sido una de las grandes ausencias de la modernización latinoamericana.

La idea que se intentará dejar clara y que constituye una de las hipótesis centrales de este estudio es que, aun cuando la modernización y la formación de ámbitos de acción racional, en términos weberianos, forman parte de los espacios actuales de la economía, cultura, etcétera, hubo un rezago en el ámbito político, ya que el sistema político democrático, integrado por un sistema de competencia político-electoral, con partidos políticos, opinión pública libre y actuante, medios masivos de comunicación y ciudadanos ilustrados e informados que opinan y votan, ha sido un acontecimiento más bien escaso. De ahí que algunas de sus expresiones más significativas, como las encuestas de opinión, que permiten conocer los temas de interés en la opinión pública, así como anticipar y predecir los resultados y el comportamiento de los electores en procesos de competencia político-electoral, habían estado ausentes en la mayor parte de los países latinoamericanos hasta fechas recientes.

Con todo esto se intentará formular no sólo nuestra temática (los procesos electorales y la utilización de las encuestas de opinión como un medio e instrumento, para la medición y el conocimiento de la opinión pública), sino también plantear la pregunta central que orienta la investigación: ¿por qué la democracia, en sus aspectos representativo y electoral, ha sufrido tantos embates? ¿Por qué su tardía aparición y manifestación en tierras sudamericanas si siempre hemos estado ligados al proyecto moderno? ¿Por qué nuestra relación con él se ha dado de manera un cuanto incierta? Y ¿por qué sus categorías, como el sujeto libre en igualdad de condiciones, derechos y obligaciones, prácticamente comienza a existir hasta finales del siglo XX, cuando casi la totalidad de Europa y en los Estados Unidos, con excepción de ciertas minorías, vivían plenamente sus derechos políticos? En el ámbito de la política en los países latinoamericanos no ha existido de manera clara lo que es el problema y el tema central de este trabajo: el establecimiento de un sistema de incertidumbre y riesgo, el cual, si bien no lleva a la destrucción de las sociedades, establece un periodo (calendario) en que las élites políticas se presentan frente a la opinión pública y compiten mediante sus distintas ofertas y posibilitan que, a partir de las elecciones -la contraparte del sistema político-electoral-, los ciudadanos decidan quiénes van a representarlos en los años siguientes.

Este proceso comprende una campaña política en que los distintos actores (partidos y candidatos) plantean y presentan sus programas y propuestas a través de los medios masivos de comunicación e intentan entusiasmar, la mayor parte de las veces, a masas desencantadas con el proceso político-electoral, pero que finalmente votan por alguien. Si bien éste no es el mejor de los mundos posibles, es un proceso de relativa paz social, sin que la "sangre llegue al río". En las distintas naciones del mundo moderno y desarrollado, la sociedad decide y elige a sus gobernantes, siendo las encuestas de opinión una de las modalidades de

apoyo que las distintas élites usan para dirimir sus diferencias y finalmente seleccionar una de las opciones.

Así, nuestra principal hipótesis es acerca del uso de las encuestas de opinión como un medio para disminuir la incertidumbre entre los diferentes actores políticos, sobre el partido o candidato que será el triunfador en los procesos electorales. Las encuestas sirven también como medio de apoyo en las campañas políticas, ya que pretenden, mediante su difusión, influir en los electores y son un medio para prestigiar y mostrar a los medios masivos de comunicación como posibles espacios imparciales. Con la aparición de las encuestas de opinión se intenta probar uno de los cambios en el sistema político electoral, así como la inclusión y mayor participación de los grupos populares en el proceso político-electoral.

Asimismo, se observa que hay poco menos de un siglo de distancia entre la aparición de las encuestas de opinión y su utilización exitosa en los Estados Unidos. Si bien desde finales del siglo XIX se utilizaban otros procedimientos para establecer posibles y probables ganadores, como los *straw polls* (Moore, 1997), estos métodos mostraron sus debilidades cuando la sociedad estadounidense se volvió más heterogénea, lo cual obligó a modificar y transformar sus metodologías para el estudio de la opinión pública.

Después de un siglo de intentos fallidos, finalmente hemos arribado en Latinoamérica a una democracia, cuando este proyecto ha enmohecido en Europa, cuando necesita incorporar las artes de la mercadotecnia en los Estados Unidos y cuando se aventura en el antiguo imperio soviético. Mientras tanto, en América Latina es al mismo tiempo novedad y decrépita institución, como decía Olavo Bilac, poeta parnasiano, acerca de la lengua portuguesa que se hablaba en Brasil:

Última flor do Lácio inculca e bela,
 És, a um tempo esplendor e sepultura
 Ouro nativo que na ganga impura
 A bruta mina entre os cascalhos vela (...) ¹

Mediante esta forma poética queremos describir las instituciones sociales y políticas en América Latina, sus dificultades y la forma incierta, y al mismo tiempo desarticulada, en que el proceso modernizador se ha impuesto, lo cual determina que la sola mención de los conceptos sea insuficiente para poder comprender su inserción en la sociedad latinoamericana. El proceso modernizador en el ámbito político tiene una connotación histórica que será analizada en los capítulos tres y cuatro de este trabajo referentes a la implantación en el sistema político mexicano y brasileño de un conjunto de reformas en el ámbito del sistema de partidos, así como en el sistema electoral. Aun cuando los cambios y transformaciones hacen posible la aparición de la competencia entre partidos en un primer momento, tal hecho es imposible si no existe su contraparte: la figura del ciudadano libre que

¹ La última flor del Lácio inculca y bella/ Eres al mismo tiempo esplendor y sepultura/ Oro nativo que en la ganga impura/ La bruta mina entre los cascajos vela(...)

puede decidir por quién votar, sin presiones ni ataduras. Empero, tales libertades - como se muestra en el trabajo-, ya habían sido planteadas por Emmanuel Kant (1985) en su opúsculo *¿Qué es la Ilustración?*, en el que se manifestaba por la libertad de acción y de pensamiento de los hombres. Sin embargo, tal consigna - que tiene una dimensión teórica e histórica-, no se impuso de manera clara y transparente en Europa y ha tenido también una historia *sui generis* en el caso latinoamericano: historia que se busca hacer evidente en este trabajo.

Cabe preguntar: ¿es esta una investigación de sociología política, que utiliza el método comparativo? Nuestro trabajo se define en el ámbito de la sociología política, ya que pretende identificar el proceso de transformación de la estructura política electoral, pero no como un caso aislado, sino como un movimiento de escala internacional, para analizar la forma en que este proceso puede describirse y compararse con respecto a sus semejanzas, diferencias y necesidades en los casos concretos de Brasil y México. Ambos países han transitado de regímenes autoritarios hacia una incipiente democracia y, a pesar de ser países tan distintos, presentan el mismo fenómeno: el uso de las encuestas de opinión para avalar la instauración de un régimen democrático y competitivo, con partidos políticos y candidatos que se disputan el voto ciudadano con distintas ofertas.

Por otra parte, nos instalaremos al interior de la concepción de la sociología latinoamericana de José Medina Echavarría y Gino Germani, quienes, inspirados en Max Weber, no aspiraban simplemente a reproducir sus categorías analíticas, sino a confrontarlas con la realidad latinoamericana para explicar su fecundidad y sus posibilidades creativas. Esto, con el objeto de comprender cómo el modelo modernizador se ha incorporado a la realidad del continente, aunque no sin fallas, aberraciones y ausencias. A continuación seguiremos algunas de las especificaciones que Germani propuso para el estudio de la modernización de América Latina:

Nuestro punto de partida es la definición de la sociedad industrial moderna como categoría genérica que abarca diferentes tipos de sociedades industriales, en parte similares (lo que justifica su clasificación dentro de una misma categoría) y en parte divergentes (lo que requiere la distinción en diferentes tipos).(...)

Bastará recordar el concepto de *secularización*, que constituye el núcleo de la definición misma. Por secularización entendemos un proceso compuesto por tres tipos de cambios: a) cambio de la estructura normativa predominante que rige la acción social y las actitudes internalizadas correspondientes, predominio o extensión crecientes de la *acción electiva* y disminución correlativa del campo de la acción prescriptiva; b) especialización creciente de las instituciones y surgimiento de sistemas valorativos y relativamente autónomos para cada esfera institucional; c) institucionalización creciente del cambio (por sobre la institucionalización de lo tradicional) (Germani, 1976: 14).

Éstas serían las condiciones estructurales que implican el establecimiento del modelo de la sociedad capitalista liberal, la cual se implantó en América Latina.

De las tres grandes transformaciones mencionadas por Germani, la que nos interesa por el momento es la siguiente:

[En] el concepto de *desarrollo político* (...) pueden destacarse quizás tres características principales: 1) la "organización racional del Estado" (en términos weberianos), incluyendo una alta eficiencia en el cumplimiento de funciones estatales de expansión y cada vez más diversificadas, especializadas y centralizadas, propias de una sociedad industrial; 2) la capacidad de originar y absorber los cambios estructurales en las esferas económica y social, manteniendo, al mismo tiempo, al menos un mínimo de integración; 3) algún tipo de participación política de toda o de la gran mayoría de la población adulta. Otros componentes que se suelen incluir pueden considerarse consecuencias o aspectos de las tres características enumeradas. Por ejemplo, éste es el caso de la "madurez como Estado nacional" y de la "identificación nacional" (que podría considerarse como un aspecto de participación total). En forma análoga, la "estabilidad" como un aspecto de la capacidad para promover, orientar y absorber el cambio, sin que éste altere el mínimo de integración necesario para el funcionamiento del sistema social. (*op. cit.*: 19-20).

Aunque no sea necesario aceptar que el proceso de desarrollo y de modernización política pasó por cada uno de estos procesos en América Latina, tales conceptos nos permiten apoyar la determinación de nuestro objeto de estudio que, según nuestro propósito, es la forma en que el proceso de modernización en América Latina se dio de manera tan particular en el ámbito político. Sin embargo, la estructura política ha vivido pocos momentos de democracia liberal representativa, ya que en la gran mayoría de los países se vivió bajo gobiernos autoritarios. Esta situación fue en gran parte producto de la incapacidad de los gobiernos democráticos de representar a las grandes mayorías, al tiempo que debía representar los intereses de las élites económicas y sociales.

La idea de democracia es una idea nueva en América Latina desde los años ochenta. A partir de 1964, Brasil, Bolivia, luego Argentina y más tarde Uruguay y Chile, habían caído bajo la dominación de dictaduras militares. Paraguay estaba, desde hacía treinta años, bajo el gobierno del general Stroessner y, de 1968 a 1970, Perú también había conocido un régimen militar, cierto que muy diferente. México estaba dominado por un partido cuasi único y Cuba por un partido único y por un grupo dirigente reducido que acumula todas las formas de poder civil y militar. Es en el momento en que se acaba la fase de gran crecimiento de la pos guerra, de manera paradójica, cuando unos regímenes democráticos sustituyen a las dictaduras militares, sin alteraciones, de manera casi evidente, natural, de suerte que en 1987 sólo Paraguay y Chile están dominados todavía por regímenes dictatoriales. Incluso el régimen del general Pinochet aparece amenazado por sus propias posibilidades constitucionales. La vuelta a la democracia aparece en la mayoría de los países, a principios de los años

ochenta, como la condición previa a la solución de todos los problemas, de la crisis económica a la pobreza, del desprecio de los derechos del hombre a la libertad sindical. Los regímenes militares tras haber cumplido la tarea que se habían fijado –contener a la presión popular–, no tenían ninguna solución que aportar a unos problemas, sobre todo económicos, que no eran aquellos para cuya solución se habían hecho con el poder. Lo cual indica tanto como la fuerza de la idea de democracia, porque es más exacto decir que las dictaduras militares han perdido el poder que afirmar que las fuerzas democráticas se han hecho con él.

(...) En los años ochenta la idea de democracia surge, por tanto, en oposición tanto al poder de las dictaduras como a la esperanza puesta en las revoluciones. Así pues, la democracia se encuentra situada ante dos tareas conjuntas: poner fin a unos regímenes antipopulares y ampliar la capacidad de respuesta del sistema político a las demandas sociales. (Touraine, 1989 p. 404-405).

La reflexión de Touraine acerca de las dificultades que el modelo democrático ha tenido para sobrevivir en América Latina, en virtud de las grandes contradicciones y de la enorme dualización del continente, deja claro que la democracia ya no pudo sostenerse en las fuerzas tradicionales y en los mecanismos de dominación políticos acostumbrados: los gobiernos populistas y las masas sometidas a las fuerzas políticas tradicionales, ligadas a las estructuras caciquiles, sindicatos y grupos de carácter corporativo. Si tales opciones ya se desgastaron, y no es posible utilizarlas más, entonces es necesario incorporar otras modalidades de dominación y control de las masas, función que cumplen los nuevos líderes y los medios masivos de comunicación, principalmente la televisión, los cuales han estado más ligados a los grandes intereses capitalistas y han logrado no sólo “domesticar”, sino “educar”, a las masas despolitizadas con cómicos, telenovelas y comerciales. Pero para que la televisión y los medios tengan la posibilidad de ser el medio a través del cual se articule el nuevo proceso político, se requiere una democracia formal, libertades civiles y de expresión, movimientos, crítica y organización, partidos políticos, competencia política formal y posibilidades de que estas distintas expresiones se articulen alrededor de posiciones, percepciones, opiniones y actitudes que se formalicen en conductas electorales, ya que sólo en un clima de libertades los individuos no temen expresarse, es posible medir sus expresiones y se pueden anticipar conductas para así actuar sobre ellas y hacer posible que ciertos grupos, partidos y candidatos ganen las elecciones.

Este es el nuevo panorama de la democracia en América Latina; una democracia procedimental (Sartori, 1989) y mediática que para poder funcionar necesita crear un sistema de partidos y un sistema electoral que organice la competencia. De esta manera, nuestro estudio comprende el conocimiento y el reconocimiento de este conjunto de categorías en el ámbito de los procesos electorales de dos países latinoamericanos, Brasil y México, en términos socio-históricos; es decir, la forma en que se vivieron las elecciones en el siglo XX, antes y después de la transición político-electoral hacia la democracia. Así, pese a que

éste es un trabajo sociológico, no puede dar cuenta de sus conceptos sin hacer referencia a la historia, pues al realizar un recuento histórico, mostrando la proximidad e igualdad en los casos de Brasil y México, se revelan las diferencias de ambos países.

¿Por qué Brasil y México? Aquí hay razones tanto políticas, sociales y sentimentales. Estos países representan una parte importante de la experiencia modernizadora. En ambos se suscitó el intento de generar países modernos y democráticos. Asimismo, en ambos la democracia ha atravesado, en distintos periodos, por experiencias negativas, ya que tanto por las características de sus respectivos Estados, como por su relación conflictiva con la sociedad y algunas de sus instituciones, aunadas a las crisis económicas periódicas y la incapacidad de las autoridades políticas para resolver los más apremiantes problemas de la población, se ha provocado que estos países sean presas fáciles de líderes carismáticos y populistas que, a pesar de prometer abatir la miseria, han generado gobiernos de excepción que, por mantenerse ocupados en el crecimiento, desarrollo y una mayor distribución de la riqueza, abandonan la senda de la democracia. Por lo tanto, si bien la introducción de la modernización económica y social casi no se ha interrumpido, la posibilidad de crear instituciones políticas modernas y democráticas en estas sociedades se ha interrumpido muy a menudo. De ahí que tengamos países como Brasil y México, cuya vida política ha sido traumática, con rupturas en sus respectivos procesos democráticos, ya sea por la constitución de regímenes de excepción en virtud de un proceso revolucionario, como en el caso de México, o por golpes de estado en el caso de Brasil. Lo cierto es que la democracia y sus instituciones han sido la excepción y no la regla.

Estas serían algunas de las razones básicas para estudiar la experiencia democrática en estos países y las modificaciones que entraña su sistema político. Sin embargo, también existen las razones de orden sentimental, ya que he vivido y he compartido la experiencia política en ambos países; en uno de ellos nací, y México ha sido mi país de adopción en los últimos veinte años de mi vida. No obstante, el intento no es plantear una experiencia personal, sino la aparición de una nueva institución política: las encuestas de opinión y la forma en que éstas miden la toma de decisión de los agentes políticos individuales. Tal experiencia tiene un referente histórico: la práctica político electoral en éstos países durante el siglo XX.

El presente estudio se divide en cinco capítulos. En el primero se plantea un conjunto de hipótesis relativas a la idea de modernización, así como el surgimiento de la opinión pública en este ámbito; en el segundo se analiza la aparición de las encuestas de opinión, su conceptualización y uso. En el tercer y cuarto capítulos se examinan la transición democrática y los procesos electorales en México y Brasil, así como el uso que se ha dado a las encuestas de opinión en los procesos electorales de ambos países. El quinto capítulo contiene las conclusiones finales de la investigación.

Capítulo I

Sociedad moderna y formación de la opinión pública

1.1. Introducción y objetivos

Aunque distintos autores e investigadores han definido la noción de mundo moderno, es muy posible que no exista un acuerdo generalizado acerca del momento en que los seres humanos comenzaron a sentirse y a vivir bajo el signo de esta temporalidad. En una entrevista publicada pocos días antes de su muerte, Octavio Paz afirmó que el ser humano nunca sabe con exactitud el nombre de la época en que vive.

En un trabajo tanto brillante como excitante, Marshall Berman (1988) atribuye a Jean Jacques Rousseau la primera definición de modernidad. Para Berman, el hecho de lo moderno implica una profunda transformación de la modalidad que hasta antes se había vivido, ya que ser moderno entraña estar conectado a un torbellino, al tiempo que la modernidad como época y como civilización conecta a distintas nacionalidades y distintos grupos humanos y los hace partícipes de un mismo proceso.

Ser modernos es formar parte de un universo en el que, como dijo Marx, todo lo sólido se desvanece en el aire. Las personas que se encuentran en el centro de esa vorágine son propensas a creer que son las primeras, y tal vez las únicas que pasan por ella; esta creencia ha generado numerosos mitos nostálgicos de un Paraíso Perdido premoderno. Sin embargo, la realidad es que un número considerable y creciente de personas han pasado por ella durante cerca de 500 años. Aunque probablemente la mayoría de estas personas han experimentado la modernidad como una amenaza radical a su historia y sus tradiciones, en el curso de cinco siglos ésta ha desarrollado una historia rica y una multitud de tradiciones propias (Berman, 1988: 1).

Empero, aun cuando nuestra intención no es comenzar una discusión filosófica, histórica y sociológica de la forma en que el concepto se hizo presente en las llamadas sociedades occidentales, para los fines de este trabajo se hará referencia a la sociedad moderna a algunos de los aspectos y particularidades que le son propios, como la diferencia entre lo privado y lo público, la figura del individuo, la democracia, la participación popular en la toma de decisiones políticas mediante el voto, así como los medios masivos de comunicación como agentes capaces de influir y modificar la opinión de los individuos. Todos estos elementos no son necesariamente continuos en un orden cronológico e histórico.

Se planteará, por lo tanto, cómo es que este conjunto de hechos muestra diferencias en el proceso de constitución de la sociedad moderna, principalmente en el ámbito estadounidense y europeo, donde la democracia representativa, la prensa libre y el sufragio universal como medio de

participación de las masas en las decisiones políticas han existido por lo menos desde el siglo pasado. Por otra parte, en el contexto latinoamericano, nuestro proceso de modernización ha tenido ribetes propios, pese a no encontrarse totalmente desarticulado de lo que ha sucedido en los Estados Unidos y Europa, como lo indica Samuel Huntington en su libro *La tercera ola* (1994). Pese a que existen diferencias sustanciales en este proceso en América Latina con respecto a otras latitudes, han habido modificaciones importantes en los ámbitos económico, político y social del subcontinente que le confieren peculiaridad y autenticidad. De ahí que en la actualidad, después de distintas experiencias con gobiernos dictatoriales y autoritarios (Camp, 1995), se ha llegado a un periodo que algunos han conceptualizado como transición a la democracia (O'Donnell, Schmitter, 1986; Przeworski, 1995), en la cual podemos encontrar procesos de liberalización y democratización. En el primero de éstos se amplían los derechos de la población y aquéllos que se relacionan con los derechos humanos fundamentales. En el segundo, destaca la ciudadanización del proceso político; es decir, no sólo el hecho de que se celebren elecciones, sino que la voluntad ciudadana manifestada en las urnas llegue a ser respetada.

En este trabajo haremos referencia a la discusión acerca del retorno a la democracia representativa y el hecho de que la participación popular se suscite mediante elecciones. En periodos determinados, los ciudadanos participan en la toma de decisiones mediante el voto, proceso democrático en que "algunos deciden que otros van a tomar las decisiones" (Sartori, 1987) o en términos de Przeworski: "la democracia es un sistema en el cual algunos partidos pierden las elecciones" (*op.cit.*, p. 14). En este sentido, el proceso electoral pasa a ser el árbitro de la decisión política, haciéndose a un lado las viejas formas de decisión y participación de las masas en la política, como han sido el cacicazgo, el populismo, los golpes de Estado, las dictaduras, etcétera.

Las democracias modernas funcionan a partir de un principio de competencia, principalmente entre partidos políticos. Al mismo tiempo, y en gran parte de los casos, los partidos políticos tienen el monopolio de la representación y son los únicos que pueden presentar candidatos a puestos de elección popular. A cambio, reciben del sistema político electoral la posibilidad de participar de una temporada de incertidumbre -las elecciones-, pero en un ambiente de certidumbre en las reglas de los procesos electorales.

Por tanto, la democracia representativa y electoral se define por la incertidumbre en el resultado, pese al conocimiento preciso de las reglas que regirán el proceso electoral, amén de que todos los actores que participan de la competencia concuerdan con el hecho mismo de que se trata de una competencia, y que ésta debe ser equitativa. En otras palabras, los actores que van a tomar parte de la misma se encuentran en una relación de relativa igualdad para acceder a los recursos que les permiten competir por los electores.

Estas condiciones mínimas no sólo definen la competencia, sino la democracia contemporánea, y de ahí la importancia de tres factores para la toma de decisión de los actores políticos; en este caso, los ciudadanos: acceso a la información, libertad y capacidad para opinar y, por último, actuar; es decir,

respetar a los derechos humanos. Ello se traduce en que cuando los individuos son libres para pensar, discutir y decidir la mejor opción, nos encontramos frente a una democracia moderna y representativa, la cual conlleva la separación de las personas del Estado y el derecho de las mismas a informarse de los asuntos públicos para que, en función de la comparación con los estadios anteriores y su vida actual, decidan si mantienen la confianza en los que anteriormente eligió o si estos deben ser retirados de sus puestos. Aquí surgen algunas de las estructuras importantes que ha creado el mundo moderno: el individuo, con sus intereses, racionalidad, fines y medios; el Estado, que debe promover el bien común; la empresa privada, con acceso a fines y a medios, pero con intereses privados y fines específicos; y los medios masivos de comunicación, que comunican al Estado, los individuos y las empresas, en función a otra categoría importante: el prestigio, esto es, bajo algún esquema de valoración. Ello significa que la relación medios/fines sólo puede ser entendida mediante una racionalidad económica, en el sentido de que el poder en las sociedades no sólo existe en función de la cantidad de medios económicos. Como vemos, en la competencia política no siempre gana el partido que cuente con más recursos, ya que la jerarquía, la importancia y el prestigio de las organizaciones y sus líderes reviste mayor importancia. Las sociedades modernas, que definiremos a continuación desde Weber, existen a partir de la separación, fragmentación y especialización de sus ámbitos.

Antes de definir algunos de los conceptos que consideramos importantes para la ejecución de este trabajo, es importante hacer algunas señalizaciones. Nuestro objetivo es hasta cierto punto pragmático, ya que no se trata de discutir las buenas o malas intenciones del proyecto moderno y sus fracasos o éxitos en su implementación dentro del contexto latinoamericano, sino mostrar y seguir haciendo hincapié en que este proyecto ha pasado por distintas experiencias y ha tenido diferentes tipos de logros. Nuestro trabajo se concentra en un aspecto del proyecto moderno: la aparición en el ámbito propiamente político y electoral de las encuestas de opinión. La idea que se quiere verificar es que sólo hay encuestas de opinión cuando existe competencia política y sólo hay competencia política cuando se hace una política moderna. Cuando se incorpora a los ciudadanos en el ámbito de la toma de decisiones en la política, de acuerdo con Bobbio (1986), con las elecciones se logra legitimidad y con la participación de los ciudadanos -mediante el voto-, se logra el consenso. Empero, mientras se realizan las elecciones se genera un *impasse*, ya que se ignora quién va a ganar la competencia. Para llenar este espacio y disminuir la incertidumbre que se genera por la discusión que se da en el ámbito de la opinión pública, este vacío puede llenarse, entre otras cosas, con encuestas de opinión. Esto no significa que las encuestas son por sí mismas la opinión pública o que sean prueba de la verdad, o la verdad misma. Lo que encontramos es que en este espacio, los partidos, los candidatos, los medios y las élites políticas quieren llamar la atención del público, incorporar al mismo tiempo a las masas a este acontecimiento -las elecciones-, y establecer un ambiente de competencia para intentar influir a los electores para que tomen una decisión determinada. Así, al mismo tiempo intentan, mediante las campañas de información y de

propaganda, proporcionarles elementos para que modifiquen sus preferencias y sus intenciones de voto hacia sus partidos y candidatos.

Los sondeos de opinión, las encuestas, son nuestro objeto de estudio. Su uso, construcción y justificación sólo son posibles cuando las sociedades y sus élites admiten la participación popular en la toma de decisiones políticas mediante el voto y admiten participar en la competencia e intentar crear los mecanismos y las formalidades que permitan hacer a la competencia el árbitro de la contienda política con objeto de que, al finalizar la misma, no quede sombra de duda sobre quiénes fueron los ganadores y perdedores. Con esto se moderniza a la política, al tiempo que se legitima por sí misma y se le separa de otras formas de legitimidad y consenso, como ocurrió en las dictaduras políticas y militares o en los gobiernos revolucionarios y populistas, donde no importaba tanto la legitimidad, sino antes bien el logro del consenso; se necesitaba tener a las masas satisfechas, y la satisfacción se lograba mediante el reparto de satisfactores o la idea de progreso. No queremos decir que esto ha perdido vigencia, pues la propia idea de modernización o de constitución de sociedades modernas, basadas en el reparto, en la mejoría del ingreso y de las condiciones generales de vida siguen vigentes. Una de las modalidades para ganar adeptos y/o ganar elecciones sigue y seguirá siendo ésta, pero también es posible el logro de legitimidad y de consenso mediante el procedimiento mismo. En este caso, la democracia es precisamente esto -un mecanismo, un procedimiento, una técnica-, y la efectividad de esta técnica se mide con otra técnica: las encuestas de opinión, ya que con ellas damos cuenta de la incorporación, de la participación y del interés que el público manifiesta sobre los acontecimientos políticos, así como de la capacidad que tienen los *slogans*, los proyectos y las propuestas para llamar la atención de los electores sobre los actores políticos y con esto lograr la legitimidad y el consenso acerca del resultado que sobre los mismos irán formando las encuestas de opinión.

Nuestra hipótesis puede formularse de la siguiente manera: **La modernización política pasa por la generalización del procedimiento electoral, como el medio para zanjar las diferencias entre proyectos y propuestas. Las encuestas sirven para disminuir la incertidumbre, medir y hacer pronósticos y reducir la incertidumbre con respecto al resultado de los procesos políticos.**

1.2. La definición de lo moderno

Si bien nuestra intención no es hacer un trabajo acerca de los procesos de modernización en América Latina, cabe mostrar una coincidencia: la existencia de las elecciones competitivas, la aparición de la incertidumbre en los resultados y la necesidad de utilizar una sociología empírica que nos permita conocer, medir y anticipar modalidades en que la opinión pública se ha de manifestar acerca del acontecer político. Esto sólo sucede cuando se moderniza una sociedad, aunque en las sociedades antiguas, por ejemplo, en Roma, Grecia y en otras, los poderosos utilizaban espías para que se les informara del parecer que tenía el pueblo del gobierno.

Tanto en el mundo griego como en el romano, los gobernantes enviaban

a ciertas personas, los 'delatores', en busca de información sobre los problemas y preocupaciones más importantes de la población. Su misión consistía en mezclarse con el público y descubrir dichos problemas (rumores, conspiraciones), para después reportarlos a la autoridad correspondiente. La información conseguida algunas veces se utilizaba para adular al pueblo y otras, para controlarlo mejor (Monzón, 1990).

A partir de la Revolución Francesa, comenzaron a existir el público y sus opiniones y a ser importantes para las funciones gubernamentales. Más adelante, cuando surgen las democracias representativas y electorales, los soberanos ya no eran responsables únicamente frente a dios y/o sus iguales (es decir, la nobleza), sino que debían comenzar a responder a una nueva soberanía: la popular. Este proceso da inicio solamente cuando la sociedad se moderniza, pero aunque la modernización no es un proceso único, implica la aparición de distintas partes, cada una de ellas con su propia lógica, organización e historicidad. Cuando hablamos de partes nos referimos al hecho de que la sociedad se divide en varios ámbitos: la economía, política, religión, ciencia, arte, etcétera.

En algunos países de América Latina, la modernización política y la propia democracia política han tenido distintos procesos y temporalidades, además de que no han sido progresivas, sino que han tenido avances y retrocesos.

Pese a que la existencia de un público y de un conjunto de opiniones expresadas por un conjunto de ciudadanos en el ágora de las ciudades-Estado griegas es un antecedente del fenómeno propiamente moderno de la opinión pública, proporciona la dimensión tanto de continuidad como de ruptura de esta sociedad con aquélla. La democracia ateniense planteaba que la participación política era únicamente de un grupo de sujetos (Habermas, 1986) y éstos, los ciudadanos libres (*koiné*), tenían la capacidad de participar en las discusiones políticas en el ágora si eran mayores de edad, propietarios de tierras y de esclavos, y tenían bajo su mando mujeres y niños que eran parte del *oikos*: la economía doméstica. Esta dimensión es totalmente distinta a la de la sociedad moderna, cuyos miembros no están definidos como parte de una categoría de una vez y para siempre (por ejemplo, mujer, esclavo), sino que su participación en la sociedad se define por su función, papel y rango. Asimismo, la participación política, y la capacidad de votar y ser votado, está condicionada únicamente por el hecho de poseer o no la ciudadanía (que no sólo se define por el nacimiento, sino por voluntad de inclusión) y por la mayoría de edad.

Pese a haber creado la democracia, la sociedad griega la ejerció con ciertas limitaciones, ya que fue restrictiva e impidió la participación política para algunos poseedores de ciertas características, como el sexo, la no pertenencia a la comunidad por el origen (la extranjería) y las condiciones sociales (esclavos, menores de edad, célibes, no propietarios). En la sociedad antigua, el Estado, la comunidad lingüística y racial, las costumbres y la religión eran una única unidad. Así, una de las diferencias fundamentales entre el mundo antiguo y el moderno es que aquél fue único e indivisible, mientras que el mundo moderno está separado y fragmentado.

Tradición no es continuidad sino ruptura y de ahí que no sea inexacto llamarla tradición moderna: tradición de la ruptura. La Revolución francesa sigue siendo nuestro modelo: la historia es cambio violento y ese cambio se llama progreso. (...) Los cambios artísticos no tienen, en sí mismos, ni valor ni significación. De nuevo: no por sí misma sino como agente o inspiradora de las creaciones modernas. La imitación de la naturaleza y de los modelos de la antigüedad -la idea de imitar, más que el acto mismo- alimentó a los artistas del pasado; después, durante cerca de dos siglos, la modernidad, -la idea de la creación original y única- nos nutrió (...) Lo que distingue a la modernidad es la crítica: lo nuevo se opone a lo antiguo y esa oposición es la continuidad de la tradición (Paz, 1967, p. 20).

Hemos tomado algunos fragmentos de una de las obras del gran poeta, ensayista y crítico Octavio Paz, para aproximarnos a la definición de esta época, que el propio Paz llamaría "sin nombre", ya que las civilizaciones anteriores se nombraron a sí mismas mediante una virtud, dios, destino o fraternidad; por ejemplo: el islam, los romanos, los mexicas, etcétera. Únicamente nuestra época lleva el nombre de una calidad: un conjunto vacío. La reflexión de Paz acerca del arte nos permite vislumbrar algunas de las características de nuestro tiempo, la civilización moderna, la cual, a diferencia de las anteriores, se lanza hacia adelante, persigue cosas que no existen: futuro y progreso. Las civilizaciones anteriores eran prisioneras del pasado, querían mantener vivo su recuerdo, reproducirlo e imitarlo. Los antiguos manifestaban esta incapacidad: intentar ser fieles a lo que ya no es. En cambio, nosotros mantenemos fidelidad a aquello que aún no es. La tradición de la sociedad del pasado estriba en repetirse, en tanto que la nuestra ha sido la de innovar. La sociedad antigua tenía que mantenerse fiel a la anterior; los modernos a lo que planean, al futuro que se imaginan y que probablemente nunca será. Así como es imposible regresar a lo que ya sucedió es imposible asir lo que aún no es.

Habermas (1986) señala que lo propio o lo distintivo de la época moderna es lo "nuevo", al tiempo que confunde el tiempo moderno con el proyecto de la Ilustración. Esta noción la toma de las ideas de Max Weber (1987), para quien la modernidad de Occidente se desprende de la forma en que hechos como la ciencia, el arte, la moral, la música, el propio Estado y la propia actividad económica en el ámbito de la empresa se diferencian de su ámbito doméstico y se tornan independientes.

Sólo en Occidente hay "*ciencia*" en aquella fase de su evolución que reconocemos actualmente como "válida". También en otras partes (sobre todo en India, China, Babilonia, Egipto) ha habido conocimientos empíricos, meditación sobre los problemas del mundo y de la vida, sabiduría filosófica e incluso teología de extrema profundidad (aun cuando el desarrollo pleno de una teología sistemática es propio del cristianismo influido por el helenismo y en el Islam y en algunas sectas indias sólo se encuentran atisbos), saber y observación de

extraordinaria sublimación. Pero a la astronomía de los babilonios, como a todos los demás, le faltó la fundamentación matemática de la que los helenos fueron pioneros (lo cual hace todavía más asombroso su desarrollo en Babilonia). (...) En otros lugares, como China y el Islam, hubo también escuelas superiores de todos los tipos, algunas incluso parecidas en lo externo a nuestras universidades y academias. Pero el cultivo sistematizado y racional de las especialidades científicas, la formación académica del especialista como elemento dominante de la cultura, es algo de lo que no hubo ni atisbos fuera de Occidente (*op.cit.* p. 13).

Sea a partir de la vena poética de Paz o del rigor científico de Weber, vemos que la aparición y la constitución del mundo moderno ocurre mediante elementos, conocimientos, artes, actividades y especialidades, que si bien ya existían con anterioridad a la sociedad occidental. Lo que va a suceder en Occidente es que por distintos motivos (el desarrollo económico o la Reforma, al romper con el monopolio de la religión, permitirá la aparición distintas interpretaciones de la palabra y de las leyes divinas), la Iglesia dejará de ser la depositaria de la fe cristiana. Con esto se da el segundo elemento de la formación del mundo moderno. Si tomamos en cuenta que el primer aspecto al que nos remitió Weber en su trabajo fue la idea de especialización, el segundo término será la separación de las instancias del mundo, dando lugar a ámbitos separados, especializados, fragmentados, atomizados y racionalizados que desarrollarán su propia lógica, cosa inexistente en las sociedades antiguas. En el mundo antiguo de los aztecas y mayas, por ejemplo (o incluso en Egipto y Babilonia) además de las funciones gubernamentales y guerreras, el gran Tlatoani también dirigía el ceremonial religioso, aunque no fuera el supremo sacerdote, dada la enorme amplitud de su panteón deídico (Davies, 1987). De esta manera se puede plantear que en las sociedades occidentales se genera una nueva racionalidad, asumiendo con esto que no sólo los hombres occidentales han sido racionales, sino que con la humanidad en general se comparten formas y modalidades para perseguir fines y buscar los medios adecuados para lograrlos. Weber expresa estas ideas de la siguiente manera:

Cuando se persigue de modo racional el lucro de tipo capitalista, la actividad correspondiente se basa en el *cálculo* de capital; es decir, se integra en el empleo planificado de prestaciones útiles reales o personales como medio adquisitivo, de tal suerte que el resultado final de una operación, calculado por el método del balance, en bienes valorables en dinero (o el valor estimado de los bienes valorables en dinero de una empresa continuada, calculada en balances periódicos) deberá *exceder*, a fin de cuentas, al "capital", al valor estimado en el balance de los medios adquisitivos reales empleados en el intercambio; (y en una empresa permanente, por tanto, este excedente debe ser *continuo*) (*op. cit.* p. 15).

Pese a que el afán de acumular riqueza, según Weber, es tan

antiguo como la propia humanidad, el capitalismo ha sido la única forma en que este objetivo ha sido realizado mediante el cálculo racional, con la utilización de modalidades tales como el libro de balance (ingresos y egresos) y la idea específica de economizar; es decir, la utilización de una menor cantidad de medios a fin de lograr una maximización del beneficio y que este último sea ahorrado y no gastado de manera suntuaria.

El mismo Weber considerará otro elemento, ya mencionado para mostrar las características del mundo moderno: el concepto general de separación. Sólo en el mundo moderno y en la empresa moderna y racional se da la separación entre la actividad económica doméstica y aquella dedicada al mercado, así como la separación entre el trabajador y el dueño de los medios de producción, situación que será el objeto de estudio de la obra de otro de los grandes visionarios de la construcción del mundo moderno: Karl Marx.

La riqueza de las sociedades en que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un "inmenso arsenal de mercancías" y la mercancía como su *forma elemental*. Por eso, nuestra investigación arranca del análisis de la mercancía (Marx K., 1973, p. 3).

Marx comenzó su análisis de la economía capitalista a partir de la riqueza: en el mismo punto de partida de aquéllos que lo precedieron, como Adam Smith (1972), David Ricardo (1975) y todos los fisiócratas. Pero Marx, a diferencia de ellos, al hacer uso de su análisis físico y microscópico¹, planteó la riqueza como una mutación de la mercancía; a la mercancía como un producto del capital, y a este último como una modalidad del dinero, que a su vez será una de las modalidades con las que se transforma el trabajo, siendo la mercancía fuerza de trabajo la única que posee y vende el trabajador del mundo moderno. Esto nos permite descubrir otra de las importantes categorías propias de la modernidad: el individuo.

Kant (1985) ya había celebrado siglos antes este acontecimiento, el producto más importante de la recién inaugurada Ilustración: la aparición de la figura de sujeto individualizado, que debería ser dueño de sus actos y ser capaz de pensar, actuar y vislumbrar su propio futuro. Creemos, como más tarde demostraremos, que sólo con este movimiento es posible entender la aparición de la ciudadanía y la posibilidad del sufragio en el contexto de una sociedad democrática.

La ilustración es la liberación del hombre de su culpable incapacidad. La incapacidad significa la imposibilidad de servirse de su inteligencia sin la guía de otro. Esta incapacidad es culpable porque su causa no reside en la falta de inteligencia sino de decisión y valor para servirse por sí mismo de ella sin la tutela de otro. ¡Supere aude! ¡Ten el valor de

¹ Marx será extremadamente meticuloso en la manera de plantear su sistema de abordaje y de investigación de su objeto de estudio y no analiza su objeto de estudio, la mercancía, a la manera de sus predecesores, sino como un biólogo o, en su caso, como un físico, ya que lo abstraigo de toda relación mientras que, a la usanza de un anatomista diseccionó "la mercancía" parte por parte para encontrar que todos los elementos de la producción capitalista se relacionan con ella.

servirte de tu propia razón!: he aquí el alma de la ilustración (*op. cit.*, p. 25).

De conformidad con la lectura que Habermas (1987) hace de Weber, encontramos a la sociedad moderna como:

(...) la modernización de la sociedad viejo europea como resultado de un proceso histórico-universal de racionalización (...)

... Weber llama racionalización a toda ampliación del saber empírico, de la capacidad de predicción, y del dominio instrumental y organizativo sobre procesos empíricos. Con la ciencia moderna los procesos de aprendizaje de este tipo se tornan reflexivos, y pueden quedar institucionalizados en el subsistema social ciencia (*op. cit.* p. 216).

El proceso de modernización implica, por lo tanto, el desencantamiento del mundo; es decir, el hecho de que las explicaciones del mundo, sus acontecimientos y las actividades que suceden en él serán procesadas a partir de sistemas de conocimiento y de teorías que precisan de algún saber, discurso cuyo fundamento se encuentra enclavado en los llamados discursos científicos. Pero esto no significa que otros discursos hayan sido científizados, como es el caso del arte, por ejemplo; sin embargo, han dejado de estar bajo el amparo o la sujeción del ámbito de la religión, que hasta antes de la sociedad moderna sometía y determinaba no sólo la validez del arte, sino que decidía con respecto a este discurso, lo que era bello, lo que valía la pena ser pintado, escrito, representado. Con la aparición del mundo moderno, cada uno de los discursos se independiza y se formulan sus propios esquemas de valor y de juicio. Como hemos dicho, el proceso de modernización en términos weberianos implica la aparición de dos elementos: la racionalización y la constitución de ámbitos relativamente independientes los unos de los otros, como la ciencia, el arte, la política y la economía, los cuales, a partir de esta época, comenzarán a formular sus propios objetivos, procesos de producción de conocimiento, así como ámbitos propios y específicos con los cuales juzgar a sus miembros.

En términos de Thomas McCarthy (1987), uno de los más importantes divulgadores de la obra de Habermas:

Con el ascenso de la ciencia moderna, la constelación clásica de conocimiento teórico, práctico y productivo sufrió una drástica alteración. Teoría vino a significar sistemas lógicamente integrados de enunciados expresados cuantitativamente en forma de leyes, característicos de las ciencias naturales más avanzadas. Aunque el cultivo de la ciencia por la ciencia (esto es, con vistas a aprehender el verdadero orden de la naturaleza) fuera históricamente por lo menos tan importante como la motivación baconiana *scientia propter potentiam*, al conocimiento teórico de este tipo le es intrínseco un potencial de aplicación predictiva y tecnológica. Dada una descripción de las condiciones iniciales y relevantes, las leyes científicas pueden ser utilizadas (dentro de ciertos

límites) para predecir estados futuros de un sistema. Y con tal que los factores relevantes sean manipulables, estas leyes pueden ser también empleadas para producir un estado de cosas deseado (op. cit. p. 21).

La ciencia es uno de los elementos fundamentales del establecimiento del mundo moderno, ya que el conocimiento científico permite por primera vez determinar modelos del mundo basados en la configuración de teorías; establecer la relación entre teoría y práctica y poder con esto predecir comportamientos futuros. El otro factor que se encuentra ligado a éste es la posibilidad de constituir a un mundo científizado relacionado con el proceso de racionalización, descrito por el propio Weber en su magistral obra *Economía y sociedad* (1984), donde afirma al definir la acción social:

La acción social, como toda acción, puede ser: 1) *racional con arreglo a fines*: determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como "condiciones" o "medios" para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos. 2) *racional con arreglo a valores*: determinada por la creciente consciente en el valor -ético, estético, religioso o de cualquier otra forma como se le interprete- propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en el mérito de ese valor. 3) *afectiva*, especialmente emotiva, determinada por afectos y estados sentimentales actuales, y 4) *tradicional*: determinado por una costumbre arraigada.

(...) Actúa racionalmente con arreglo a fines quien orienta su acción por el fin, medios y consecuencias implicadas en ella y para lo cual *sopese* racionalmente los medios con los fines, los fines con las consecuencias implicadas y los diferentes fines posibles entre sí; en todo caso, pues quien no *actúe* ni afectivamente (emotivamente, en particular) *ni* con arreglo a la tradición (op. cit. p. 20-21).

Aunque pueden existir muchas críticas al concepto weberiano de racionalidad, dado que lleva implícita una idea eurocentrista, Occidente muestra características, que si bien existían en otras dimensiones del planeta (como dice el propio Weber en la introducción a sus trabajos acerca de la sociología de las religiones en el mundo), sólo allí se darían las condiciones para la separación, especialización y liberalización de los discursos acerca del hombre y de la naturaleza, principalmente estos últimos. Lo anterior nos permitirá hablar de la aparición de un mundo moderno racionalizado, desencantado y cuyas instituciones fundamentales (el Estado, la empresa, el individuo, la ciencia, la religión, la política, la economía y la cultura), funcionarán bajo su propia lógica y racionalidad.

La historia no es dialéctica. El socialismo no ha sucedido al capitalismo, y los Estados que se llaman a sí mismos socialistas han surgido, casi todos, en sociedades precapitalistas o agrarias. Y la sociedad, diría yo,

no es integradora sino separadora; los diferentes ámbitos responden a diferentes normas, tienen diferentes ritmos de cambio y están regulados por principios axiales diferentes y hasta contrarios(...)

En contra de la concepción holista de la sociedad, considero más útil concebir la sociedad *contemporánea* (dejo de lado la cuestión de si esto puede aplicarse en general al carácter intrínseco de toda sociedad) como formada por tres ámbitos distintos, cada uno de los cuales obedece a un principio axial diferente. Divido la sociedad, analíticamente, en una estructura *tecnoeconómica*, *el orden político* y *la cultura*. Estos ámbitos no son congruentes entre sí y tienen diferentes ritmos de cambio; siguen normas diferentes, que legitiman tipos de conducta diferentes y hasta opuestos (Bell, 1982, p. 23).

Páginas después, Bell define magistralmente lo que han sido los términos de la presente discusión:

El supuesto fundamental de la modernidad, el hilo conductor que ha atravesado la civilización occidental desde el siglo XVI, es que la unidad social de la sociedad no es el grupo, el gremio, la tribu o la ciudad, sino la persona. El ideal occidental era el hombre autónomo que, al llegar a autodeterminarse, conquista la libertad. Con el advenimiento de este "nuevo hombre" se produjo el repudio de las instituciones (resultado sorprendente de la Reforma, que instauró a la conciencia individual como fuente del juicio), la apertura de nuevas fronteras geográficas y sociales, el deseo y la creciente capacidad para dominar la naturaleza y hacer de sí mismo lo que estaba en las posibilidades de cada uno, y hasta -desechando las viejas raíces- de rehacerse totalmente. Lo que comenzó a contar fue el futuro, ya no el pasado (*op. cit.* p. 28).

Con algunos de los conceptos aquí descritos, se han establecido las condiciones propias de la constitución de la modernidad. A continuación procederemos a la idea de opinión pública, la cual se encuentra relacionada con el surgimiento de un sistema político democrático representativo, donde la legitimidad y el consenso de sus gobernantes sobrevendrán mediante procesos electorales.

1.3 La aparición de la democracia

El pensamiento de Bell acerca de que si la sociedad ya no está integrada y si sus ámbitos tienen principios distintos de diferenciación, funcionamiento y desarrollo propiamente, nos permiten comprender dos problemas: por un lado, el hecho de que la democracia política no existe desde el surgimiento del fenómeno moderno; por el otro, el hecho de que la modernización y la propia aparición, desarrollo y consolidación del proceso modernizador en América Latina no es idéntico, ni reproduce la experiencia europea y estadounidense. De allí que algunos teóricos del fenómeno en América Latina la caractericen como una modernización "híbrida" (García

Canclini, 1995).

En función de lo ya planteado, podemos afirmar que la modernización de América Latina no es un proceso híbrido en el sentido de que el resultado de dicha modernización no ha producido una sociedad a imagen y semejanza de los países europeos o de los Estados Unidos, sino que los cambios en la sociedad, economía, política, cultura y religión han tenido ritmos y tiempos diferentes. Así como es posible afirmar que si bien la modernización en América Latina es muy específica, esto no significa la ausencia del proceso ni tampoco aceptar que el producto final sea insensato, inconcluso, inconexo y/o paradójico. Se puede decir que el proceso ha sido singular, tanto por las instituciones como por los actores que en él han participado. De allí que su ámbito político, al igual que su propia "sociedad civil", la cual Bell define como "el lugar que propone y asigna papeles y roles en el ámbito de organizaciones jerárquicas", (*op. cit.*, p. 24) suelen tener fines y especifican medios y mecanismos para el acceso a sus objetivos.

En la mayor parte de los países de América Latina, el Estado precede a la sociedad, mientras que en el caso europeo, la sociedad produjo en sus múltiples convulsiones, su propia forma de Estado. En el caso específico de México, la Revolución Mexicana produjo a un tipo de Estado, que luego generó distintos tipos de estructuras como la empresa, los sindicatos, la propia administración pública, escuelas, universidades; es decir, la sociedad mexicana reorganizada y modernizada. El Estado asumió el cargo de esta misión, por lo cual, por más de 40 años al menos, los partidos políticos organizados desde el poder (PNR, PRM y PRI) prácticamente representaron a todos los grupos de la sociedad, hasta la irrupción del movimiento estudiantil de 1968 (Zermeno, 1992), aunque desde antes algunos sectores de la sociedad ya manifestaban su rechazo a ser incluidos y representados desde las alturas.

En el caso de Brasil, en distintos momentos, sin una experiencia revolucionaria de la envergadura de la mexicana y principalmente a partir del *Estado Novo* durante la dictadura de Vargas, este proceso modernizador de las instituciones se creó al tiempo que se generó una sociedad moderna, pero sometida al Estado, principalmente en el ámbito de las decisiones políticas. Es decir, el Estado, y en este caso Vargas, terminaron con las organizaciones políticas anteriores que se encontraban ligadas a la *República Velha* (cap. IV de este trabajo) y que representaban a los coroneles, caciques y la oligarquía *café com leite* de los estados de São Paulo y Minas Gerais. Esto significa que antes del *Estado Novo*, las decisiones políticas eran tomadas por un pequeño grupo (de Souza, 1992), ya que el sistema electoral sólo admitía la participación de los hombres mayores de 21 años y el voto no era secreto. Por otra parte, y pese a que Getulio Vargas después desapareció la incipiente democracia al erigirse él mismo como el gran elector, este presidente generó las condiciones, a través de la modernización y la industrialización, para el apareamiento posterior a la guerra de un nuevo sistema político-electoral: el populista.

Estos elementos nos permiten introducir la idea de que *el fenómeno de la opinión pública se vuelve importante cuando la democracia liberal y sus condiciones se generaliza* (Dahl, 1993). La posibilidad para el establecimiento

de la democracia supone la existencia de un individuo libre que tiene la capacidad frente a su gobierno de: a) formular sus preferencias, b) manifestar sus preferencias y, c) recibir igualdad de trato por parte del gobierno en la ponderación de las preferencias. Según Dahl, para que esto sea posible se necesitan las siguientes garantías institucionales: a) libertad de asociación; b) libertad de expresión; c) libertad de voto; d) libertad para que los líderes políticos compitan en busca de apoyo; e) diversidad de fuentes de información; f) elecciones libres e imparciales; g) instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias.

La democracia como concepto, realidad y fenómeno moderno apareció en Europa al mismo tiempo que se desarrollaba el capitalismo y cuando la burguesía tenía condiciones para exigir a los monarcas absolutos participación en la toma de decisiones. Más tarde intervendrían con su visión los llamados filósofos liberales, como John Stuart Mill (1987:406) quien, en su trabajo acerca del gobierno representativo, afirma: "la participación de todos en los beneficios de la libertad es el concepto idealmente perfecto del gobierno libre". Aunque en este trabajo Mill muestra cierto temor por la tiranía de las mayorías, admite que es un riesgo que la sociedad debe correr al construir un gobierno basado en la democracia representativa.

Antes de definir el modelo democrático y la democracia representativa, es importante explicar el nacimiento de los mecanismos que permitieron el nacimiento de esta institución. Según Duverger (1992):

El modelo democrático se formó en el seno del sistema aristocrático y monárquico que reinaba en Europa antes de la Revolución francesa y que los franceses llaman *Ancien Régime*. El primer impulso fue dado hace cerca de nueve siglos, cuando diversos descubrimientos técnicos (rotación de cultivos, nuevos cereales, collarón, herraje de animales, arado disimétrico, de cuña y orejera, instrumentos de hierro para arar, molinos hidráulicos y de viento, timón y brújula) acrecentaron en Europa Occidental los rendimientos agrícolas y las condiciones de transporte. El nivel de vida aumenta, la población crece, las carreteras y puentes se multiplican, las relaciones humanas se desarrollan favorecidas por los peregrinajes y las cruzadas. En lugar de una producción en circuito cerrado en el interior de grandes dominios, se tiende hacia una producción para el intercambio. La agricultura sigue dominante, pero los comerciantes, artesanos y financieros juegan un papel creciente. Así se forma una nueva clase social, agrupada en las ciudades: la burguesía (los "burgueses" son los habitantes de los burgos, en el sentido literario del término). (...)

"La evolución de las fuerzas productivas entraña también un cambio en las estructuras y valores sociales resultado de lo cual será el sistema democrático capitalista. Sin embargo la evolución será muy larga. Hasta el siglo XVIII, el nuevo sistema se desarrolla en un solo país, Gran Bretaña. No se generaliza en todo Occidente hasta después de las revoluciones americana y francesa (*op.cit.*, p. 43).

La modificación del sistema económico en términos de Duverger implica modificaciones en el sistema político, ya que la nueva clase -la burguesía- querrá tener mayor participación en la administración de las ciudades, lo que determinará la formación de los sistemas municipales de gobierno: ciudades autónomas administradas por magistrados elegidos. Después, estas burguesías conseguirán pasar del nivel local, a tener representación en los gobiernos nacionales con la habilitación de las "asambleas de los estados" que, de acuerdo con Duverger, son la continuación de una vieja institución feudal, pero con la adición de un nuevo elemento: la burguesía. Estas asambleas, el antecedente de los parlamentos, dietas, cortes y estados generales, se integrarán con representantes electos de cada uno de los estados que componen a las sociedades: clero, nobleza y la burguesía. Aquí encontramos los elementos propios que después serán la base del modelo democrático, como la asamblea, el grupo parlamentario que toma acuerdos y cuya integración se hará mediante el voto, de la misma manera que los propios acuerdos se tendrán que lograr por medio del consenso.

No obstante, la formalización de un sistema democrático, de un gobierno representativo y la posibilidad de participación popular mediante elecciones será un largo proceso que tomará varios siglos concretar tanto en Inglaterra como en los demás países del continente, ya que no sólo los reyes, sino que los demás "Estados" que formaban parte de las asambleas, estaban constituidos por principios distintos, sino también por intereses diferentes. Empero, no fue sino hasta el siglo XVII cuando en Inglaterra se conformará una asamblea representativa, es decir, el Parlamento, órgano que tendrá funciones legislativas, en el sentido de legislar principalmente el presupuesto que le sería asignado al reino, y asumirá funciones de gobierno, lo que implicará la sustitución de la "monarquía limitada" por una de corte parlamentario en siglo XVIII. Entonces "el gobierno es dirigido, básicamente por un gabinete que tiene a su cabeza un primer ministro, no manteniéndose en el poder ninguno de ellos si carecen de la confianza de las asambleas o, más exactamente de la Cámara de los Comunes" (op. cit. p. 17).

Este ha sido el peregrinar de la formación histórica y de la constitución de los gobiernos democráticos. Todos sabemos que existen varias formas de plantear el problema de la democracia, desde la conocida bajo el nombre de "directa", hasta la "indirecta", representativa, electoral. Por lo tanto, la democracia como método, como sistema para tomar decisiones, implica dos tipos de consideraciones: a) la soberanía popular, es decir, todo poder emana del pueblo y; b) el hecho de que las decisiones que tomará esta soberanía, es decir, el propio pueblo, se harán mediante la elección, tanto de las decisiones propiamente, como la de los electores.

Norberto Bobbio (1986) plantea el problema de la democracia de la siguiente forma.

Hago la advertencia de que la única manera de entender cuando se habla de democracia, en cuanto contrapuesta a todas las formas de

gobierno autocrático es considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos. Todo grupo social tiene la necesidad de tomar decisiones obligatorias para todos los miembros del grupo con el objeto de mirar por la propia sobrevivencia, tanto en el interior como en el exterior. Pero incluso las decisiones grupales son tomadas por individuos (el grupo como tal no decide). Así pues, con el objeto de que una decisión tomada por individuos (uno, pocos, muchos, todos) pueda ser aceptada como una decisión colectiva, es necesario que sea tomada con base en reglas (no importa si son escritas o consuetudinarias) que establecen quiénes son los individuos autorizados a tomar las decisiones obligatorias para todos los miembros del grupo y con qué procedimientos (Bobbio N., p. 14).

En suma, en la democracia, todos tenemos el derecho de decidir quiénes pueden decidir por nosotros. En términos semejantes se expresa Schumpeter (1983) en su ya clásica obra *Capitalismo, Socialismo y Democracia*:

La filosofía de la democracia del siglo XVIII puede ser compendiada en la siguiente definición: el método democrático es aquel sistema institucional de gestación de las decisiones políticas que realiza el bien común, dejando al pueblo decidir por sí mismo las cuestiones en litigio mediante la elección de los individuos que han de congregarse para llevar a cabo su voluntad (*op. cit.* p. 321).

Sin embargo, el autor corrige esta primera definición y propone otra:

...método democrático es aquel sistema institucional para llegar a las decisiones políticas, en el que los individuos adquieren el poder de decidir por medio de una lucha de competencia por el voto del pueblo (*op. cit.* p. 343).

Lo que queda claro hasta el momento es que la democracia es un medio para lograr decisiones y que tales decisiones son omniabarcantes, es decir, válidas para todos los individuos, y que a ellas se llega mediante una competencia entre varios candidatos por el voto popular. Lo que se encuentra, hasta cierto punto implícito, y también explícita en el texto de Schumpeter -que aunque sea discutible, es fundamental para la realización de nuestros propósitos- es: "que el pueblo tiene una opinión definida y racional sobre toda cuestión singular y que lleva a efecto esta opinión -en una democracia- eligiendo, representantes, (*op. cit.*, p.343). Por consiguiente, la idea central de la democracia no sólo radica en la participación popular mediante el voto y la elección de sus representantes que tomarán las decisiones en nombre del pueblo, sino también en que tanto los representantes como los representados tienen una opinión acerca de los asuntos de interés común.

La democracia tiene su base en el mutuo conocimiento que tienen o deben tener sus miembros acerca de los asuntos públicos. Sea esta idea una ficción o una realidad, es un hecho indiscutible que la democracia moderna se basa en el voto como medio que legitima la elección y el conocimiento que da consenso. Las democracias modernas han evolucionado mucho en cuanto a los métodos para lograr legitimidad. Dicho de otro modo, en la organización de las elecciones y de los procesos electorales, la parte menos desarrollada del hecho es la forma de lograr consenso, no en el sentido de la cantidad de los votos que se emiten (que han obligado a la modificación de los sistemas electorales: mayoría simple ó representación proporcional), sino en la calidad de la emisión; es decir, en el conocimiento que los electores realmente tienen de los problemas públicos. Al mismo tiempo, los votantes deben ser capaces de razonar la emisión de su voto de conformidad con los planteamientos de la Ilustración, la cual definió los motivos ideológicos para la inclusión del pueblo, en su sentido más genérico, en la participación de la toma de las decisiones políticas.

1.4 Los ámbitos del concepto de opinión pública

El concepto "opinión" tiene una muy larga existencia que puede remontarse hasta los griegos, quienes la definían a partir de la diferencia entre *episteme* y *doxa*. Esta cuestión será tratada por Sartori (1994) al decir, en los términos de Platón, que la *episteme* deriva del conocimiento o de la contemplación de lo eterno. En este sentido, es el conocimiento científico, el conocimiento de algún objeto al cual se le puede encontrar orden, regularidad, tendencias. También radica en el sentido de leyes que puedan normar las relaciones de los hombres con estos ámbitos o parcelas de la naturaleza. El otro término, *doxa*, se define únicamente como opinión; es decir, ideas y visiones con respecto a algún objeto, cosa o persona, pero sin asumir la modalidad de un saber que nos permita pronosticar relaciones futuras y/o constantes en su posterior desarrollo. Por lo tanto, la idea de democracia y la propia democracia moderna se encontraría fundada en un hecho que, si bien mantiene alguna relación con la razón (apreciaciones fundadas acerca de algún objeto, persona o cosa), está más bien motivada por una cierta capacidad de percepción de las cosas o accidentes, personas o cosas que entraña e involucra a grandes cantidades de individuos que mantienen relaciones comunes en una sociedad, lo que significa que en la participación en la democracia sólo se exige a los participantes que opinen, y no que tengan la razón.

Si una interrogante hay en este asunto es: ¿por qué incluir para la toma de decisiones de los asuntos públicos a amplios grupos sociales que participarían en este proceso armados únicamente de su opinión; es decir, de una cierta percepción acerca de los acontecimientos y de los asuntos públicos? Encontraremos dos maneras para explicar esto: por un lado, el hecho de que existe una actitud popular –de acuerdo con el autor del artículo "Public Opinion" que aparece en la *Encyclopaedia Britannica* (1988)- hacia los asuntos y acontecimientos públicos, a la vez que esta misma opinión -esta actitud- puede

ser usada para influir en las decisiones hacia una posición u otra, pensando que los temas y asuntos puedan asumir la forma de corrientes de opinión. En otras palabras, son grupos interesados en un mismo tema, pero que pueden llegar a tener puntos de vista distintos sobre el mismo objeto. Como podemos ver, el problema tiene dos aristas, ya que por un lado implica la existencia de cúmulos de ideas acerca de ciertos problemas y objetos, y por el otro, el hecho de que estas opiniones unidas o articuladas puedan influir en las personas que toman las decisiones. Por lo tanto, sea la opinión pública, o la *vox populi* en la época del Imperio romano, o la *pubblica vocce, la pubblica fama*, como la llamaría Maquiavelo, así como la idea del *consensus* que sigue vigente hasta la actualidad, todas confluyen en la idea de que las políticas públicas implementadas por los gobiernos deben contar con el beneplácito popular. De allí, que la "opinión pública" puede definirse, siguiendo a Sartori (1994) como:

Una opinión se denomina pública no sólo porque es *del* público (difundida entre muchos, o entre los más), sino también porque afecta a objetos y materias que son de *naturaleza pública*: el interés general, el bien común, y en esencia, la *res pública* (*op.cit.* p. 149).

Hablar del problema de la opinión pública implica, como se mencionó, hacer presente tanto los hechos de opinión de fama (los comentarios de las personas, de los integrantes de una sociedad con respecto a sus gobernantes en virtud de sus actitudes y actividades), así como las decisiones que estos mismos actores públicos toman con respecto a los problemas de una comunidad política. Aquí nos tendríamos que referir a los principios mismos de la democracia como *régimen político, en el sentido que la democracia*, en última instancia, se funda en la soberanía popular; esto es, las democracias modernas, como democracias indirectas y representativas, sólo se mantienen si cuentan para esto con el asentimiento popular. De ahí que sus principios rectores sean la legitimidad y el consenso. Los gobiernos democráticos deben ser legítimos, haber sido constituidos bajo un procedimiento legal (como es el caso de las elecciones) y, para la realización de sus actividades, deben contar con la confianza y el consentimiento de la población, ya que la población tiene la capacidad de juzgar las políticas que los gobiernos implementan y mostrar tanto su acuerdo como su desacuerdo con las mismas. En este sentido, la opinión pública tendría una de las funciones que Locke (1961) habría planteado, además de la ley divina y la civil. Este genial pensador introdujo la ley de la reputación y de la opinión, ya que la sociedad, al haber enajenado en manos del Estado la capacidad de tomar las decisiones acerca de las cosas referentes al interés general, quedó con la única capacidad de juzgar la actividad de los gobernantes. En un interesante artículo, Elizabeth Noelle-Neumann (1979) plantea con respecto al trabajo de John Locke:

Three kinds of laws have to be distinguished, says John Locke. First the divine law, second the civil law, and third the law of virtue and vice. This third law appears under two other names in Locke's works -the law of fashion and the judgment of private persons, and the law of opinion or

reputation (Locke, 1961:296). Locke expounds the third law as follows: For though men, uniting into politic societies, have resigned up to the public the disposing of all their force, so that they cannot employ it against any fellow citizen any further than the law of the country directs, yet they retain still the power of *thinking* well or ill, approving or disapproving of the actions of those whom they live amongst and converse with: and by this approbation and dislike they establish amongst themselves what they will call *virtue* and *vice*. (*op. cit.*, p. 145).

Locke murió en 1711, y David Hume sería uno de los continuadores de su obra en relación con este problema. Hume propone que una de las tendencias naturales del ser humano es la de tener opiniones acerca de su medio ambiente y, a partir de un conjunto de opiniones sostenida por un grupo de personas, se llega al consenso ya que, en los propios términos de Hume, "*It is on opinion only that government is founded*" (Hume, 1963, p. 26). Los fundadores de la democracia americana dirían que los gobiernos se fundan en la opinión. Por lo tanto, el fundamento de los sistemas democráticos son los ciudadanos y sus opiniones, y la legitimidad de la democracia se alcanza mediante las elecciones y el voto universal y secreto, en tanto que el consenso sólo se adquiere mediante la confrontación de las ideas y de las opiniones.

Ha existido y existe una vasta discusión con respecto a la importancia y a la propia existencia de la opinión pública y de un concepto que, como vemos, trata de asuntos y temas que se encuentran mediados por las percepciones de los individuos. Sin embargo, de acuerdo con W. Phillips Davidson, en el artículo "Opinión Pública" que aparece en la Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales (1988):

No existe ninguna definición generalmente aceptada de "opinión pública".(...)

"A pesar de las diferentes definiciones, los especialistas de la opinión pública coinciden por lo general en afirmar que ésta es una suma de opiniones individuales sobre una cuestión de interés público, y suelen señalar que estas opiniones pueden ejercer cierta influencia sobre el comportamiento de un individuo, de un grupo o de un gobierno (*op. cit.*, p.,454).

A partir de esta conceptualización y por muchas otras más no existe una definición de aceptación universal del término "opinión pública", pero podemos partir de la idea de que la opinión pública se asocia a conjuntos de percepciones, conceptos e ideas sobre un tema o un conjunto de temas, hechas por individuos, grupos o conjuntos de individuos en relación con la cosa pública o los asuntos públicos. En términos de Sartori:

...la opinión pública puede definirse, en primer instancia así: un público, una multiplicidad de públicos, cuyos estados mentales difusos (opiniones) interactúan con los flujos de información sobre el estado de la cosa pública.

(...) la opinión pública tal y como se define aquí contiene, como ingredientes propios, necesidades, deseos, valores, y disposiciones, es decir, los ingredientes de cualquier estado mental; pero contiene además, y como un factor característico, datos sobre como se gestiona la cosa pública (*op. cit.*, p. 151).

Como veremos más adelante, la idea de opinión pública está constituida por dos partes: por un lado, la idea de opinión que asume la forma de un estado mental y que tiene que ver tanto con la percepción que los individuos tienen de un problema y/o la cuestión que al mismo tiempo está influido por los deseos y las necesidades de este mismo público y/o de la sociedad en su conjunto. Por otra parte la opinión pública se constituye por elementos de carácter colectivo e individual. La opinión pública es una manifestación de una mentalidad colectiva; es decir, a modo de un ente o una manifestación del pensamiento social que, como esfera, se encuentra en la colectividad y, al mismo tiempo, en las personas concretas.

Esto nos coloca en la línea de la teoría de Durkheim quien, en una de sus obras fundamentales, *Las formas elementales de la vida religiosa* (1968), afirma que los llamados fenómenos religiosos se ubican en dos categorías fundamentales: las creencias y los ritos. Define a los primeros como estados de la opinión o formas de representación. Para este autor, las sociedades generan sistemas de organización de las cosas, de los objetos y de las personas; es decir, ordenan el mundo y le dan sentido, significado e importancia. Aunque la definición de Durkheim nos coloca en cierto sentido en el mundo de las representaciones colectivas, también nos coloca en la molesta necesidad de acercarnos o distanciarnos de la posibilidad de pensar a la sociedad como un ente colectivo capaz de pensamiento y acción. Durkheim plantea que la mayoría de las conceptualizaciones que la colectividad comparte son fruto de la acción de la comunicación, del diálogo, de la discusión y del conjunto de interacciones que mantienen los integrantes de una sociedad entre sí y que, finalmente, las propias modalidades de pensamiento de una sociedad son fruto del tipo de organización social. Esto le va a permitir afirmar que la forma de pensar de las sociedades está íntimamente relacionada con su forma de organización social, como ha ocurrido en los clanes, las mitades, etcétera.

En un primer momento, los conjuntos de opiniones que los públicos comparten son fruto, por un lado, de las relaciones que mantienen los individuos entre sí, y por el otro, de las características de la propia sociedad. La opinión pública son creencias, mitos, ideas y percepciones que los integrantes de una sociedad comparten, lo que podría significar que si las sociedades no son homogéneas, las opiniones, las creencias, tampoco lo serán.

A la definición del concepto de opinión pública hemos aportado varios elementos, como la idea que corresponde a percepciones que suelen ser compartidas por un conjunto de individuos con respecto a ciertas temáticas. No sólo es importante definir la idea de percepción, sino también la de las colectividades integradas por grupos y multitudes. Se han ensayado distintas teorías acerca del comportamiento colectivo, desde la idea de una psicología de las multitudes y masas, hasta la de conductas específicas, como las conductas

de los votantes, de los consumidores, etcétera

La opinión pública, como hemos planteado, tiene dos fuentes: la primera de ellas, la idea de opinión, referida a una percepción, y la otra al concepto de público, tanto en el sentido de que da cuenta y/o hace referencia a hechos públicos, como en el sentido de que son de naturaleza pública; es decir, cuestiones del interés general, del bien común, de *la res publica*. Pero también plantea la cuestión de que es una opinión que se encuentra en el público, al tiempo que le interesa a algunos públicos, los cuales están conformado por distintas audiencias de diferentes grupos de personas atentas, enteradas, interesadas o que simplemente, mediante algún medio de comunicación que va desde la palabra, la comunicación *face to face*, la lectura de un periódico, hasta el hecho de asistir un programa de televisión, radio, etcétera se mantienen comunicadas a selecciones propias o ajenas de hechos, acontecimientos, sucesos, etcétera

La idea de opinión se relaciona, por tanto, con el concepto de percepción, el cual George Ritzer define de la siguiente manera, al referirse al concepto que desarrolla George Herbert Mead:

La segunda fase del acto es la *percepción*, en la que el actor busca y reacciona a un estímulo, en este caso el hambre y las diversas maneras disponibles de satisfacerla. Las personas son capaces de sentir o percibir el estímulo a través del oído, el olfato, el gusto, etc. La percepción implica tanto los estímulos entrantes como las imágenes mentales que crean. Las personas no responden simple e inmediatamente a los estímulos externos, sino que más bien consideran y sopesan la respuesta a través de imágenes mentales. Las personas no están simplemente supeditadas a la estimulación externa; también seleccionan activamente las características de un estímulo y eligen entre un abanico de estímulos. Es decir, un estímulo puede tener varias dimensiones, y el actor es capaz de elegir entre ellas. Además, por lo general, la gente se topa con muchos y diferentes estímulos y tiene la capacidad de elegir unos y descartar otros. Mead se niega a separar a las personas de los objetos que perciben. Es el acto de percibir un objeto lo que hace sea un objeto para la persona; la percepción y el objeto (dialécticamente relacionados) no pueden separarse uno de otro. (Ritzer, 1993, p. 341).

A modo de una primera conclusión, la opinión pública, como concepto de índole política, ha sido útil para configurar la idea de que la democracia sólo puede lograrse si las decisiones de los gobernantes se toman con la anuencia del público. Al mismo tiempo, este conjunto de opiniones-percepciones acerca de los sucesos y acontecimientos de interés general en las democracias de tipo representativo, en donde el consenso se logra mediante el voto de los ciudadanos de manera individual, se cristalizan en las elecciones, en las posiciones individuales que se conocen a partir de las encuestas de opinión.

Así, el interés tanto por el concepto como por la constitución, producción y formalización del hecho "opinión pública", desde la perspectiva política como

comunicativa, es un objeto que puede ser entendido mediante los estudios de opinión. Aunque en términos clásicos la opinión pública era un fenómeno social y grupal, los estudios de opinión hacen que aparezca como un fenómeno individual.

El estudio de la opinión pública, su definición y conceptualización, como se mencionó, entraña aspectos políticos, comunicativos y sociológicos, ya que tanto en un ámbito como en el otro implica la necesidad de aclarar si un problema es de orden colectivo, grupal o individual, y qué repercusiones tiene en el ámbito de la toma de decisiones. La opinión del público, o la opinión en el público, presiona, somete y condiciona a los gobiernos a tomar esta o aquella decisión, lo que significa que en la mayor parte de las democracias modernas y contemporáneas, los gobernantes y los medios masivos de comunicación necesitan tomar el pulso de la sociedad con la finalidad de anticipar los posibles riesgos y escenarios probables de un cierto tipo de decisión y de qué manera ésta o aquella podrá modificar o transformar la correlación de fuerzas políticas existentes en un país, empresa, ciudad o región en un momento determinado. Esta toma de pulso puede basarse en distintos tipos de indicadores, uno de los cuales son las encuestas de opinión que, si bien auscultan y dan a conocer impresiones individuales, siempre están ligadas a distinto tipo de corrientes y puntos de vista de grupos, clases y diferentes estratos de la sociedad.

Aun cuando la idea de opinión pública se encuentra relacionada con la idea de las multitudes y la sociedad de masas, quisiéramos pensar que tanto una como la otra son conceptos que hacen referencia a situaciones diferentes. Bajo la idea de multitud, observamos que esta última se resume con un propósito, esto es, la multitud entusiasta aplaude a un líder o a un cantante, o se reúne para asistir a un evento, mientras que la masa, en la acepción de Ortega y Gasset de un grupo más o menos informe -distinto de la multitud que se juntó con un propósito específico-, no tiene propósito, el cual se logra mediante la presencia de un organizador o un agitador que logra inflamar a la multitud en la persecución de un objetivo. Por lo tanto, las multitudes se aglutinan con un propósito específico, mientras que la coyuntura aproxima y constituye a las masas.

En el caso de la opinión pública no existe un objetivo, sino que más bien ésta se conforma con lo que llamamos un conjunto de actitudes frente a un tema determinado. Es decir, la opinión la tiene un conjunto de individuos que puede estar de acuerdo o no con la forma que el gobierno trata el problema del aborto, de la pena de muerte, etcétera, mientras que las masas o las multitudes se organizan en función de cierto tipo de propósitos. La opinión pública siempre existe o siempre puede ser invocada con respecto a un cierto suceso, acontecimiento, problema o situación. La opinión pública se integra alrededor de una controversia y, aunque constituya una multitud, o un conjunto de individuos que comparten o no el mismo punto de vista, los participantes del fenómeno no coinciden físicamente como las multitudes o las masas. En ocasiones, los individuos que se encuentran identificados con una determinada visión de las cosas podrían constituir un grupo y defender su posición frente a otros grupos, o hacer una demostración de su actitud, en tanto que la multitud

se crea al reunirse en torno a un espectáculo. La opinión pública principalmente aparece en forma de argumentos, percepciones o creencias a favor o en contra de un hecho cuestión y/o problema, aunque en determinadas ocasiones, aquellos que mantienen una postura favorable o en contra de determinado acontecimiento, cuestión o suceso, también son capaces de concurrir en una multitud o grupo, en una protesta o manifestación que ejerce una presión sobre una autoridad a fin de que promulgue una ley, norma y/o ordenamiento.

La dificultad, por lo tanto, para la conceptualización y definición concreta del problema de la opinión pública, que la ha hecho distinta de una multitud o de una masa, es que la opinión pública aparece como un fenómeno de conciencia. Se constituye no por los individuos, sino por lo que ellos perciben; por los grupos y por los individuos que coinciden en una postura determinada. Estas coincidencias las encontramos en nuestras preferencias a la hora de adquirir una revista o periódico, al expresar nuestra postura en una discusión o callar si nos encontramos con un grupo que no comparte nuestra idea. En este sentido, la dificultad de definir el fenómeno de la opinión pública radica en que no es fácilmente formalizable, ya que las personas que coinciden con la misma posición, la misma actitud, no se encuentran en todas las ocasiones agrupadas en una organización, como los partidos políticos o ciertos grupos de presión y/o conciencia como las asociaciones civiles que defienden la pena de muerte, el aborto o luchan en contra de éstas. En este caso, estas manifestaciones se publicitan a partir de marchas, plantones, manifestaciones, cartas a los periódicos, desplegados, etcétera.

Así, la opinión pública puede definirse como una actitud:

An attitude is an individual's readiness or disposition to respond in favorable or unfavorable manner to some object."

"Psychologists often define an attitude by reference to three components, cognitive, affective and behavioral. The cognitive component consists of what the person knows about the object; the affective deals with his liking or disliking of it; and the behavioral component refers to how the individual will respond to the object. (Reynold, 1974, p.4).

La opinión pública suele ser un pensamiento que puede transformarse en una conducta, un comportamiento o una actitud que tiene todos estos componentes: está formada desde un ámbito de conocimiento (cognitivo); implica aspectos afectivos, por cuanto es muy probable que uno se identifique con los temas con los cuales está uno de acuerdo o en desacuerdo; e incluye un comportamiento que puede ir desde asistir a una manifestación, firmar un desplegado o hasta votar por un candidato. Pero también puede corresponder a una discusión en donde se brindan argumentos favorables o en contra de una medida gubernamental, sea en la casa de uno a la hora de la comida o con un grupo de amigos, en el aula, o de manera individual, con argumentos a favor o en contra de un gobernante, de una personalidad, de la situación económica y social, del alza de los precios, de las conductas de los jóvenes, de la sexualidad propia o ajena. En otras palabras, la opinión pública puede estar representada por actitudes, conductas verbales o reflexiones que en

determinados casos no se exteriorizan por miedo o por no tener confianza en las personas que nos rodean. La opinión pública es opinión, en el sentido que está constituida por visiones particulares y compartidas que refieren a hechos y circunstancias del acontecer social, político o económico de un determinado lugar. Estos acontecimientos por lo regular son del interés común. Asimismo son públicos, bajo connotación de la definición latina *res publica*, cosa pública, del dominio público; es decir, que ha abandonado la esfera de lo privado. Pese a esto, las cosas públicas, entre el público o entre los públicos, no necesariamente tienen la misma difusión ni la misma publicidad, ni existe en todos los casos un interés manifiesto en ellas y un interés organizado alrededor de ellas. Pongamos un breve ejemplo: aunque las cotizaciones en la Bolsa de Valores son un hecho público, sólo existe un interés que trasciende a aquéllos que ahí trabajan, cuando en este ámbito hay un descalabro o sucede un hecho que pueda llamar la atención de los demás y las personas forman una opinión al respecto y la exteriorizan. En ocasiones no tenemos idea de tener esta o aquella opinión acerca de un tema determinado, hasta que se dirigen a nosotros y piden nuestra opinión.

En el trabajo de Reynolds (1974) leemos:

“Public opinion refers to the attitudes toward some object or set of objects which are held by the members of a society. Obviously not everyone has to have the *same* attitude. Sometimes the public will be in substantial agreement; sometimes it will be sharply divided; and sometimes it will be fragmented. Very often there will be widespread apathy. In fact, determining what the public as a whole wants or feels regarding any given issue is frequently very difficult to do. For this reason we should perhaps use the term “public opinions” (*op. cit.*, p. 4-5).

La apreciación del autor concuerda con lo ya referido, la opinión pública no está constituida por una sola visión de las cosas, sino que se presenta dividida entre distintas acepciones y, en ocasiones, polarizada. Así también puede haber mucha gente que básicamente no tiene ninguna opinión respecto a algún tema o problema. Podemos afirmar que, más que una opinión pública, tenemos varias. Esto concuerda con la idea antes expuesta: la opinión pública tiene un bajo nivel de formalidad, ya que en ocasiones está conformada por las opiniones de las personas con ciertas características sociales y mañana el grupo de personas que defiende cierta perspectiva y/o cierto punto de vista habrá cambiado. Sin abundar en los aspectos referentes a la influencia que tienen los medios masivos de comunicación en la conformación de una o de otra forma de la opinión (esta parte será discutida en el próximo apartado), podemos decir que en los medios en ocasiones se cristalizan ciertas modalidades de opinión, que conforman ciertos grupos de seguidores con respecto a cierta persona o cierto pensamiento y que da lugar a cierta comunión o identificación.

En estos casos encontramos una corriente de opinión; y, en la tónica de este trabajo, un ámbito donde no sólo se cristalizan corrientes de opinión, sino

expresión de la propia opinión en los procesos electorales. Así, mediante las encuestas de opinión logramos verificar, a partir del cuestionamiento de individuos particulares, hasta qué punto se comparten ciertos climas de opinión. También se puede determinar cómo las coincidencias de opiniones se relacionan con otros elementos, como el sexo, la edad, los niveles educativos, la ocupación y el ingreso. A su vez, otros elementos permiten identificar ciertos rasgos de los individuos de acuerdo con sus opiniones. Con esto se establece en muchos de los campos de las ciencias sociales la posibilidad de crear una *tipología y una clasificación, con lo cual ya no tenemos personas y opiniones, sino opiniones relacionadas con ciertos tipos de personas.*

Uno de los ámbitos en que lo anterior se logra con mayor exactitud es en los estudios previos a las elecciones, ya que en el campo de la conducta electoral se aísla un grupo de variables y se analiza. Este tipo de investigaciones se ha venido realizando por lo menos desde hace 40 años en los Estados Unidos, encontrándose ya una amplia bibliografía al respecto (Key, 1960; Lazarsfeld et. al., 1960; Campbell, et. al. 1964; Reynolds, 1974; Popkin, 1980; Domínguez et. al., 1989). De esta manera, la conducta electoral se ha convertido en uno de los ámbitos más recurrentes para estudiar la conformación de grupos y corrientes de opinión, en que estos se cristalizan en una decisión que va más allá de la opinión, convirtiéndose entonces en una actitud propiamente dicha; es decir, en una decisión, o una elección.

Como se señaló en la introducción, si bien el objeto del presente estudio es entender la aparición y la utilización de las encuestas de opinión pública en Brasil y México, como medios para disminuir la incertidumbre en el ámbito electoral, tal acontecimiento sólo puede ser comprendido a partir del proceso de democratización en América Latina. Aunque la mayor parte de los pueblos latinoamericanos se convirtieron en democracias después de sus guerras de independencia a inicios del siglo XIX (Halperin, 1975), este anhelo no fue compartido por la mayoría de la población, ya que gran parte las poblaciones de los países latinoamericanos estaban constituidos por peones de hacienda, campesinos e indígenas; personas que poco entendían de sus derechos, democracia y de su incorporación a una sociedad moderna. Las grandes instituciones, como la hacienda, iglesia y el ejército, eran los ámbitos del poder, más allá de las intenciones de un puñado de intelectuales y abogados urbanos que, en gran medida, no sólo hicieron posible la independencia, sino la democratización de estas naciones. Empero, la existencia y mantenimiento de la democracia supone la existencia de personas libres que puedan ejercer su derecho al voto, cosa que no sucedía por los altos niveles de analfabetismo y las restricciones legales, como la del voto censatario (Nohlen, 1994), que es el derecho al voto por el pago de un impuesto, o la posibilidad de acceso al mismo determinado por la propiedad.

De esta manera, la *aparición y constitución de las instituciones democráticas se encuentran ligadas no sólo a la voluntad de crearlas, sino a un conjunto de condiciones sociales, económicas y políticas, que no se encuentra en la mayoría de los países latinoamericanos, debido fundamentalmente a sus niveles de desarrollo y a las diferencias abismales que hay entre su población, lo cual determinó que los modelos democráticos fueran un anhelo la mayor*

parte del siglo XIX, cuando se fraguaron las luchas entre conservadores y liberales. Un siglo después, al aparecer nuevas ideologías como el marxismo o la Revolución, la búsqueda no se dirigió únicamente a la constitución de una democracia liberal, sino de estados y países justos e igualitarios. Por lo tanto, si América Latina dependió de España y Portugal hasta su independencia, después estuvo en la órbita de Inglaterra y, en el siglo XX principalmente, dependió de los Estados Unidos que, pese a su democracia, apoyó a regímenes dictatoriales, en América Latina que defendían más los intereses estadounidenses que los de sus propios pueblos. Por otra parte, con la Guerra Fría entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, los estadounidenses intentaron conservar sus intereses y mantener a los gobiernos dóciles y anticomunistas, de ahí su apoyo a gobiernos conservadores y a las dictaduras militares que gobernaron a los países en América Latina hasta el final de la Guerra Fría, después de la cual ya no fue necesario seguir manteniendo a dictadores y a gobiernos impopulares. Esta sería una de las explicaciones del actual proceso de democratización en los países de América Latina y la posibilidad de restablecer democracias liberales basada en el sufragio libre e igualitario, situación que se vive en casi la totalidad de los países latinoamericanos.

En México, las elecciones no eran el medio más idóneo para conocer el estado que tenía la opinión pública con respecto a los problemas nacionales, ya que más que ser un ejercicio mediante el cual la ciudadanía se manifestaba por una opción política, las elecciones eran más bien una especie de plebiscito en el que la población se manifestaba a favor o en contra del gobierno, del presidente y de la manera en que se hacían y tomaban las decisiones en el país. No fue sino hasta las elecciones de 1988 cuando este proceso se invirtió y comenzamos a presenciar mayor competencia electoral. Por primera ocasión apareció en el México posrevolucionario la posibilidad, aunque remota, de que un partido diferente al PRI ganara las elecciones. A partir de ahí surgió la incertidumbre política, y las encuestas de opinión se tornaron necesarias para definir con mayor precisión los perfiles de los votantes de cada uno de los partidos.

En los gobiernos de *facto* brasileños, como durante el periodo del populismo, los procesos electorales sufrieron muchas restricciones, en términos de los cargos que se podían acceder vía los sistemas electorales, como las restricciones a los ciudadanos, mediante las cuales perdían sus derechos políticos o su registro en el caso de los partidos, o por las modalidades caciquiles y clientelares que continuaban funcionando hasta el regreso de la democracia en 1984. No obstante, ante las nuevas circunstancias del país, como el desmembramiento de las antiguas organizaciones sindicales a manos de los militares, la urbanización, el aumento de las clases medias, etcétera, los procesos electorales comenzaron a ser más civilizados, controlados y menos fraudulentos. Lo anterior permite pensar en la necesidad de influir en la toma de decisión de los ciudadanos por otros métodos, que ya no son el cohecho, el clientelismo, el acarreo, etcétera. Es a partir de aquí que es posible presumir la aparición de un nuevo sistema político electoral, en el que la opinión pública desempeña un nuevo papel.

1.5 La opinión pública: una discusión final.

Hemos considerado diferentes versiones de la idea de opinión pública, aunque nuestro objetivo es llegar más allá del concepto y adentrarnos en los estudios de opinión. Es importante aclarar con qué concepto de opinión pública nos podemos quedar, la modalidad en que ésta se constituye y cómo es posible estudiarla.

Si bien no hemos desarrollado todos los distintos conceptos que a lo largo de muchas generaciones se han presentado acerca del problema de la opinión pública, podríamos, a partir de algunos más que hemos referido al inicio del presente trabajo, llegar a algunas conclusiones, ya que creemos que la discusión continuará *ad infinitum*. Buscaremos algunas pistas que nos permitan articular un concepto, que a su vez nos lleve al meollo de la cuestión; a saber, la opinión pública hace referencia a un acontecimiento de naturaleza a la vez colectiva e individual (Price 1994). Aunque su investigación sólo se puede hacer de manera individual, la modalidad colectiva y la individual de la opinión pública se presentan de manera simultánea. Por un lado, es producto de la acción colectiva de los grupos y de las personas que se influyen mutuamente. Sin embargo, no es posible investigar la opinión del grupo, porque al hacer una investigación de opinión, nos dirigimos a individuos concretos, los cuales, por sus características individuales, no sólo representan su sentir individual -que de cierta forma es obvio-, sino también lo hacen en función de las características de los grupos en los cuales participan y según la coyuntura social en la cual se encuentran. También reciben influencias de las demás personas que los rodean; de los grupos en los cuales participan, la familia, su trabajo, grupo de amigos, jefes, parientes; de las asociaciones en las cuales participan, de los medios masivos de comunicación que leen, ven o escuchan; así como de la relación que mantienen con los líderes de opinión, los líderes de trabajo o de la comunidad. Esta cantidad de elementos permite afirmar que la opinión pública se encuentra ligada, en términos de Sartori (1989), a flujos de información, elementos de conocimiento, predisposiciones; elementos de nuestra relación afectiva, comportamental y de nuestra propia experiencia, amén de lo que nosotros compartimos con otras personas cercanas, que a su vez tienen la capacidad de influirnos.

La cuestión es arribar a una conclusión que nos permita estudiar la opinión pública como un fenómeno grupal e individual. De manera individual, la opinión pública ha sido estudiada en el presente siglo a partir de las encuestas de opinión (Key, 1960) que comenzaron a utilizarse en los Estados Unidos a partir de la segunda elección de Franklin D. Roosevelt en 1936, cuando George Gallup presentó los primeros resultados de una encuesta de opinión hecha a partir de entrevistas realizadas a individuos insaculados de dos listas: la de propietarios de automóviles y una de teléfonos. Este muestreo probabilístico estratificado permitió tanto a Gallup como a Elmer Ropper, de manera separada, predecir con un cierto margen de error, la victoria de los demócratas sobre los republicanos. A partir de entonces, las encuestas de opinión se han convertido en el medio más utilizado y hasta cierto punto más confiable para

lograr pronósticos más o menos acertados acerca del comportamiento de los electores y consumidores, y una gama muy amplia de individuos, cuyas opiniones, preferencias y probables conductas permiten inferir, anticipar y planear, la acción de una empresa comercial, de un candidato o de un partido político, así como constituir una política de gobierno. Esto no significa que todos los anhelos, voluntades y pretensiones de los distintos públicos sean atendidos, sino que, en el ámbito político o mercantil, las empresas, gobiernos, candidatos y partidos desean conocer lo más posible acerca del pensamiento, los intereses y los probables caminos de acción de los individuos, a fin de intentar influir en su toma de decisiones en coyunturas siempre cambiantes e inestables.

A fin de llegar al término de nuestro peregrinar por el concepto de opinión pública, señalaremos algunas definiciones conducente a uno de los posibles modelos explicativos en la perspectiva política y en su ámbito comunicativo. Es importante recalcar que este concepto tiene una significación política en el sentido de que propicia, mediante el intercambio de puntos de vista, que el Estado y los miembros de la sociedad lleguen al consenso o al disenso. En términos comunicativos, no sólo nos permite ver las posibilidades de la emisión de los mensajes, sino la selección de los mismos y las posibilidades de entendimiento mediante ellos.

Además de las múltiples teorías acerca de la opinión pública, en la obra de Monzón Arribas (1990) encontramos las siguientes definiciones:

F. Tönies (1902): "Opinión pública como conglomerado de puntos de vista, deseos y propósitos diversos y contradictorios, y opinión pública como potencia unitaria, expresión de la voluntad común".

W. Lippmann (1922): "Las imágenes que se hallan dentro de las cabezas de los seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas".

H. Speier (1950): "Entendemos por opinión pública (...) las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresadas libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno".

J. Habermas (1962): "Opinión pública significa cosas distintas según se contemple una instancia crítica en relación a la notoriedad normativamente lícita del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, "representativa" o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de propaganda (*op.cit.*, p. 136).

Este conjunto de definiciones, distintas entre sí, plantea una situación diferente a lo hasta ahora expuesto. Los fenómenos de opinión no sólo tienen una conformación colectiva, sino que están integrados por visiones e ideas con respecto a problemas que afectan a la colectividad y que tienen una existencia individual; es decir, habitan en cada uno de nosotros, aunque pudiera quedar la duda sobre si la opinión es únicamente una creencia o una idea acerca de algo

o si funda una actitud y produce una acción. En virtud de que muchos autores hacen uso indistinto de ambos términos, resulta aún más importante plantear finalmente no sólo qué es la opinión pública, que creemos ya se ha discutido suficiente, sino cómo se produce y reproduce. En otras palabras, este fenómeno social es engendrado y se transmite entre los integrantes de la sociedad.

1.6 Algunos modelos constitutivos de la opinión pública.

La opinión pública es un ámbito de discusión y de expresión de puntos de vista de los públicos sobre cuestiones de interés general. De acuerdo con Monzón (1990), estas distintas perspectivas se trazan con respecto a temas, problemas y acontecimientos que son multivariados. En este trabajo nos remitimos no a los temas y problemas de la opinión pública en general, sino al acotado ámbito de las elecciones y de las encuestas de opinión, como medio para identificar preocupaciones, ideas, prejuicios y la forma en que las personas se relacionan con los acontecimientos políticos, los juzgan, los hacen propios y toman decisiones a partir de ellos. La decisión que nos importa, y que las encuestas de opinión a menudo investigan, es la de las preferencias políticas y las intenciones de voto. ¿Cómo se construye esta decisión? ¿Qué y quiénes van a ser importantes para tomarla?

Sartori (1989) plantea algunas posibilidades para explicar cómo se constituyen las opiniones políticas. Para este autor, la opinión no surge por generación espontánea, sino que puede adoptar el siguiente orden: a) las opiniones que destilan las diferentes élites; b) el conjunto de opiniones que emana de la base; y c) las identificaciones de los grupos de referencia.

El *modelo de la cascada*, formulado por Deutsch, describe perfectamente la formación de las opiniones inducidas por la élite. Según esta imagen, las opiniones discurren de arriba a abajo a través de varios saltos, como en una cascada escalonada por una serie de remansos. Para Deutsch, el remanso o depósito más elevado lo constituyen las élites económicas y sociales. Le siguen las élites políticas y gubernamentales, los medios de comunicación, los líderes de opinión y, por último, la masa del público. (...) el valor explicativo reside, sobre todo, en su capacidad para resaltar hasta qué punto los procesos de formación de la opinión se ven interrumpidos y regenerados *horizontalmente* en cada nivel, es decir, por las interacciones intrarremanso, o intradepósito (*op.cit.*, p. 126).

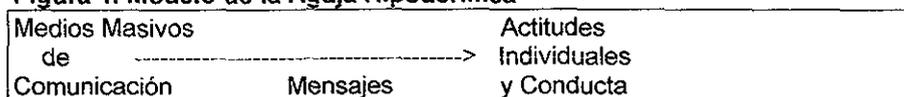
En este modelo salta a la vista el papel que desempeñan los medios masivos de comunicación y los líderes de opinión en la formación de la opinión ya que los primeros cumplen una de las funciones más importantes de todo el proceso comunicativo: la selección, procedimiento mediante el cual un emisor decide, lo que implica qué va a decir, en qué orden lo va hacer, bajo qué formato, así como en qué momento va a presentar la información o las noticias. Esto significa la construcción de la agenda. Sin embargo, pese a esta

capacidad que definitivamente forma, deforma y conforma nuestra manera de ver, sentir y percibir los acontecimientos, en muchas ocasiones es necesaria la existencia de credibilidad, y ésta en ocasiones solamente es provista por los líderes de opinión, miembros de la comunidad cuya voz es escuchada, respetada y, la mayoría de las veces, aceptada por la población. También se advierte que cada vez más, las ideas borbotean o aparecen en medio de las masas, siempre propagadas por líderes espontáneos o por los liderazgos al nivel de éstas. Lo mismo ocurre con las creencias, ideas y conceptos que existen en ciertos grupos que, por sus convicciones políticas, religiosas, científicas, étnicas y culturales, hacen que los mensajes de los medios sean entendidos o traducidos al lenguaje del grupo en cuestión. Por último, existen ciertas identidades, como las de la familia, los amigos, los compañeros de trabajo, los partidos, las clases, las religiosas, las étnicas, etcétera, que tienen la capacidad de filtrar, transformar y modificar los mensajes de los medios y, por lo tanto, desviar su contenido y capacidad de transformar la opinión de los públicos.

La opinión de los distintos públicos se encuentra relacionada con un proceso de recepción de información y utilización de la misma, a fin de tomar cierto tipo de decisiones, como los partidos y candidatos en un proceso electoral. Ahora bien, ¿cómo identificar o entender los mecanismos mediante los cuales se seleccionan y finalmente se aceptan los mensajes que provienen de los medios masivos de comunicación ó de cualquier otra fuente?

Uno de los primeros modelos que se utilizó para explicar la relación entre el público y los medios fue el de estímulo-respuesta, usualmente conocido como el modelo de la aguja hipodérmica. Este modelo (Fleur, 1970) tuvo notable importancia hasta antes de la Segunda Guerra Mundial, cuando se creía en la gran capacidad de los medios para inyectar mensajes en la conciencia del público.

Figura 1. Modelo de la Aguja Hipodérmica

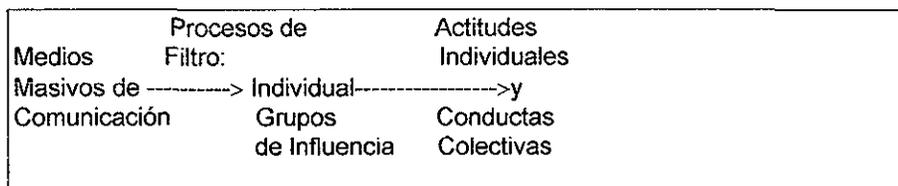


Fuente: Reynolds, *op. cit.*, p. 89.

Ello explica el gran temor que existía por parte de investigadores y gobiernos, como el de los Estados Unidos, a los terribles efectos de la propaganda. Bajo esta idea, el grupo de investigadores de la Universidad de Columbia, bajo la dirección de Paul Lazarsfeld, realizó la primera investigación importante acerca del comportamiento electoral, *The people's choice* (1960). Esta investigación plantea la idea de cómo los mensajes son integrados por los individuos. Sin embargo, la conclusión de este trabajo, y otros más hechos por el mismo grupo, como el libro *Voting*, plantearía que si bien los medios masivos de comunicación envían cierto tipo de mensajes, es muy probable que tales mensajes sean filtrados por los grupos, líderes o personas con las cuales los individuos mantienen algún tipo de relación. Sin embargo, ¿hasta qué punto no son los propios medios los que tienen esta capacidad de influir y de

conformar las opiniones y las actitudes de los individuos?

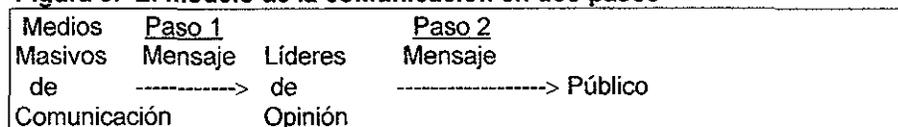
Figura 2. Modelo de Filtro en la comunicación de masas



Fuente: Reynolds, *op. cit.* p. 90.

El siguiente modelo nos muestra que la comunicación entre los medios masivos de comunicación y el público no es directa, como lo plantea el modelo de la aguja hipodérmica; en otras palabras, los medios no inyectan al público sus opiniones, sino que el público utiliza cierto tipo de filtros, como las personas, grupos, opiniones y/o consideraciones, los cuales determinan finalmente las actitudes y opiniones que tendrán los públicos.

Figura 3. El modelo de la comunicación en dos pasos



Fuente: Reynolds, *op. cit.* p. 99.

Este último modelo comunicativo, el de la comunicación en dos pasos, plantea que gran parte de los mensajes que emiten los medios masivos de comunicación no llegan en forma directa, ya que no todos estamos conectados a los medios al momento en que ellos dan una noticia o proponen una actitud, sino que, en muchas ocasiones, existen individuos o líderes de opinión que reciben la información y luego la transmiten los grupos, individuos y/o partes de la sociedad donde tienen alguna influencia.

De esta manera, si bien los medios masivos de comunicación son los principales divulgadores, formadores, selectores y transmisores de opiniones y actitudes, tanto por su capacidad de penetración como de amplificar mensajes, ideas, opiniones, modas, su capacidad para la propagación, aceptación y la propia penetración de los nuevos conceptos e ideas siempre estará limitada por la capacidad de liderazgo de los propios medios, o por la existencia de un número determinado de líderes de opinión que tienen la posibilidad y la capacidad de influir en ciertos públicos y hacer que ciertas ideas, opiniones y conceptos sean aceptados o rechazados con mayor facilidad o menor dificultad. Por lo tanto, los medios tienen la capacidad para crear efectivamente una opinión pública, ya que son capaces de seleccionar, agendar y comunicar ideas. Con base en los modelos anteriores, no todos los individuos están conectados todo el tiempo a un medio y, la mayor parte de las veces, elegimos el medio (periódico, revista, radio, canal de televisión) que más representa

nuestra propia opinión. También buscamos a las personas que más se asemejan a nuestra propia forma de pensar o la modalidad de pensar de las personas y de las élites que más se aproxime a nuestra forma de ser. De esta manera, el funcionamiento omnívoro y aplastante de los medios se encuentra mediatizado por un conjunto de filtros: nuestros propios prejuicios, nuestra forma de ver al mundo y la manera en que lo vemos en función de las personas y grupos a los cuales pertenecemos y que son importantes para formar nuestro propio criterio. Al mismo tiempo, gran parte de la gente no recibe el mensaje de los medios, que son un tipo de mediadores y mediatizadores, sino, en muchos casos, el mensaje lo transmite otra persona. Consideremos el caso del asesinato de Luis Donaldo Colosio: nos lo puede comunicar cualquier persona con la misma información de distintas maneras: "mataron a Luis Donaldo Colosio", "a Colosio lo mató el gobierno", "hoy a las cinco de la tarde murió el Lic. Luis Donaldo Colosio". Estas tres maneras de seleccionar la de forma comunicar la información, dependiendo de la fuente, el informador y el momento en que se da, genera distintas apreciaciones y, por lo tanto, distintas actitudes en quienes la reciben.

A partir de lo anterior se concluye que el modelo de la opinión pública depende, para su generación y conformación, de comprender primero el modelo comunicativo como una relación entre tres partes: el emisor, el mensaje y el receptor. En el caso de la opinión pública, existe una multiplicidad de emisores y otra multiplicidad de receptores, así como mensajes de la más variada forma, dimensión y tópicos es decir, la opinión pública, por los temas que toca, los públicos que afecta y los medios que envuelve, no puede ser fácilmente identificada e institucionalizada.

¿Qué significa cuando hablamos de la institucionalización de la opinión pública? Una gran cantidad de actividades de hábitos, prácticas que realizamos en las sociedades, suelen estar identificadas con alguna institución, ámbito y/o parcela social. Cada uno de estos respectivos ámbitos, digamos un partido político, una organización religiosa, una Secretaría de Estado, etcétera, a diferencia de las personas, expresa opiniones acerca de temas y cuestiones mucho más formalizadas y estereotipadas. Al mismo tiempo, este conjunto de ideas y opiniones es mucho más duradero que las de los individuos, que por lo general son más cambiantes y mucho más veleidosas, hasta el punto en que Noelle-Nuemann (1995) advierte la posibilidad de que exista una espiral del silencio. Los individuos continuamente evalúan el clima de opinión y, a partir de éste, adaptan sus opiniones a las que son dominantes en ese momento, o mantienen las suyas en silencio y únicamente las revelan a las personas de su máxima confianza. Mediante esta hipótesis, Noelle-Nuemann explica las modificaciones en el clima de opinión que reina en determinados círculos y las opiniones que la mayoría de la gente tiene acerca de un tema, problema o situación.

La teoría de la espiral se apoya en el supuesto de que 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 cuasiestadístico que permite realizar esas estimaciones. Los resultados de sus estimaciones influyen en la inclinación de la gente a expresarse, así como en su comportamiento en general. Si la gente cree que su opinión forma parte de un consenso, se expresa con confianza en conversaciones públicas y privadas, manifestando sus convicciones con *pins* y pegatinas, por ejemplo, pero también mediante la ropa que visten y otros símbolos públicamente perceptibles. Y, a la inversa, cuando la gente se siente en minoría se vuelve precavida y silenciosa, reforzando así la impresión de debilidad, hasta que el bando aparentemente más débil desaparece, quedando sólo un núcleo duro que se aferra a sus valores anteriores, o hasta que la opinión se convierte en tabú (*op. cit.* p. 259-260).

De esta manera, una de las modalidades bajo las cuales la opinión pública se formaliza o se institucionaliza, es mediante un conjunto de actitudes acerca de un problema determinado que implica estar de acuerdo o en desacuerdo con cierto tipo de ideas, temas o propuestas, y el hecho de que esta aceptación o rechazo se manifieste de manera directa (haciendo patente a propios y extraños nuestras ideas en los ámbitos del diálogo o conversación) o en mítines, manifestaciones, firmando desplegados, etcétera. Por el contrario, cuando evaluamos que nuestra opinión se encuentra en minoría, simplemente cambiamos de bando o guardamos la opinión, expresándola a gente cercana y callándola con extraños.

Esta conceptualización a la que hemos hecho referencia, permite plantear al fenómeno de la opinión pública, bajo la idea de que este ámbito de discusión y de influencia en la toma de decisiones en el acontecer político se comprende y formaliza como un espacio donde las cuestiones y asuntos de interés común son apreciados favorable o desfavorablemente. Ahora bien, no todas las constelaciones de asuntos, temas, hechos y personalidades son atendidas por los públicos, sino que su atención a los mismos varía de acuerdo con múltiples circunstancias. Algunas de ellas se remiten a la forma en que el propio gobierno agenda los asuntos y les da un tratamiento, o las formas bajo las cuales los medios masivos de comunicación enrolan, discuten, publicitan y son capaces de establecer corrientes de opinión a favor o en contra de cierto tipo de sucesos. Por lo tanto, una de las funciones claras de los medios, además de la de agendar o calendarizar los temas, es la selección de los mismos, así como la de los distintos tratamientos que les asigna a cada uno, que por lo general son sometidos a discusión. En efecto, la opinión pública no es el lugar donde se piensen los asuntos públicos, sino, antes bien, es el lugar en donde los asuntos públicos son ordenados (Luhman, 1993). ¿Bajo qué modalidades ordena y procesa la opinión pública los asuntos públicos? A partir

de las ideas de Luhman, uno de sus lectores más atentos, Aguilar (1987) propone lo siguiente:

En polémica con el concepto tradicional que afirma que la opinión pública asume la función de un mecanismo de dirección del sistema político, que ciertamente no determina ni el ejercicio del dominio ni la formación de las opiniones, pero establece los confines de lo que es posible vez por vez. De manera más contundente añade que: la opinión pública no puede dominar y ni siquiera sustituir al detentador del poder. No le puede prescribir el modo con el cual él debe ejercer el poder. Su relación con el ejercicio del poder no es de causa efecto, sino de estructura y proceso. Su función consiste en lograr afirmar la voluntad -la voluntad popular, esa ficción del pensamiento causa elemental- sino en el dar orden a las operaciones de selección (*op. cit.* p. 115).

La idea de Luhman con respecto a la opinión pública entra en controversia con esta visión de que es un poder capaz de imponer la voluntad del pueblo a los gobernantes y dirigir la toma de decisión política. Si esto no es la opinión pública ¿qué es o qué puede ser? Para Luhman, la opinión pública es un sistema, de la misma manera que el poder. En otro texto (1995) afirma "el poder es un medio de comunicación como otro cualquiera ya que limita el conjunto de selecciones del otro". Aquí entramos en el contexto del código luhmaniano, de acuerdo con el cual, el poder, el dinero, la opinión pública y el amor son medios de comunicación; es decir un código de símbolos generalizados que hace posible la selección. Por lo tanto, comunicar es seleccionar un signo u otro, un significado u otro, una palabra u otra. De tal suerte que en la opinión pública se da un proceso para promover un determinado tipo de discusión de los asuntos públicos, para que distintos tipos de temas sean tratados en función, de lo que Luhman llama, las "reglas de atención" y las "reglas de decisión".

Sin embargo, ni Luhman ni Aguilar son capaces de aclarar cómo se imponen o se institucionalizan los temas a modo de ámbitos de discusión de asuntos públicos. La idea de institucionalización es asumida por Luhman como la de publicidad; de ahí que: "los temas pueden ser calificados como institucionalizados en la medida en que se puede presumir la disponibilidad a ocuparse de ellos en los procesos de comunicación. El carácter público será entonces la presumibilidad de la aceptación de temas" (*op. cit.* p.120). Esto no aclara finalmente cuáles se ponen a discusión y cuáles no. No obstante, Luhman define a la opinión pública como un instrumento auxiliar de la selección.

Bajo este conjunto de premisas y para los efectos de este trabajo, se determinará un conjunto de ideas para definir los sondeos y a las encuestas de opinión como mecanismos que permiten aclarar las condiciones y las leyes de funcionamiento de la opinión pública. Hasta ahora, la opinión pública se ha definido como un ámbito de la discusión de asuntos y temas de interés común, por lo tanto públicos. Este conjunto de temas puede encontrarse en cada uno de los miembros de la sociedad, ya que la mayor parte de nosotros tiene

alguna opinión o idea acerca del problema del aborto, por citar un ejemplo. Sin embargo, no todos los días, ni en todos los espacios y momentos, hacemos alusión a este asunto. De ahí que la posibilidad de que los temas sean puestos a discusión, de que sean tratados, agendados, traídos a la palestra pública, depende tanto de un calendario social, político o económico, como de los acontecimientos cotidianos; del interés que sobre estos temas tenga el gobierno o los distintos integrantes de la sociedad (la iniciativa privada, las organizaciones políticas, los sindicatos, intelectuales, etcétera.), así como los propios medios masivos de comunicación. Estos últimos, constituyen en la actualidad uno de los ámbitos en que los temas se propagan y son fundamentalmente agendados. A partir del tratamiento que se da a los distintos temas es posible establecer, por la propia influencia, credibilidad, capacidad de difusión e importancia de cada uno de los medios, su capacidad para fijar, modificar, insertar y hacer posible que determinados asuntos asuman la atención del público o de los distintos públicos. Estos públicos, dado el carácter de libertad y la existencia de un mercado competitivo, pueden elegir el medio de su predilección.

En efecto, partiendo de lo anterior, hemos logrado producir un cierto modelo con el cual tenemos una definición y ciertas características de funcionamiento de un espacio donde los temas son abordados, agendados, discutidos, asumidos. Sin embargo, aunque estos temas se encuentran al interior de los públicos, solamente en contadas ocasiones éstos tienen la capacidad de imponer al conjunto de la sociedad su propia perspectiva, dada su composición heterogénea. Las más de las veces, el gobierno, los medios y ciertas entidades no sólo agendan los asuntos a ser tratados y discutidos, sino también la forma y el contenido de los temas, ya que únicamente en ocasiones muy limitadas (cuando surgen movimientos sociales, cataclismos), puede el público imponer su criterio y sus temas al conjunto de la sociedad y a los propios medios. En la mayor parte de los casos, las entidades con poder, es decir, las que tienen capacidad de seleccionar temas y proponer a los demás, son capaces de hacer la selección de los temas, postular las formas y condiciones para la discusión de los mismos.

Definida la opinión pública como un ámbito para la expresión y discusión de los temas en que aparece la controversia que acompaña el tratamiento de cada uno de éstos, sólo resta plantear que las encuestas de opinión representan una de las posibilidades para indagar cómo son reconocidos los temas y cobran importancia para el conjunto de la población. Este instrumento no sólo permite conocer el estado de la discusión, sino la forma en que en los distintos ámbitos y espacios de la sociedad aparecen los individuos que están a favor o contra cierto tema o del tratamiento que se le da. Aunque la discusión de la opinión pública se cristaliza en las páginas de opinión de los diarios, en los cafés, en la radio o en la televisión, y en ocasiones se hace visible en una manifestación política, marchas, plantones, protestas o mítines, tales conglomerados humanos no son lo suficientemente cohesionados, continuos y capaces para mantenerse en el tiempo y en espacio. Además, en la sociedad contemporánea, los grupos sociales y políticos se hacen y deshacen de manera muy rápida. Las sociedades son ríos humanos informes; ya no tienen

la identidad de una tribu, de una clase, clan o linaje.

En este sentido, la hipótesis acerca de la naturaleza y del funcionamiento de la opinión pública identifica a ésta como un ámbito, o un espacio donde se yuxtaponen los temas. Dicho de otro modo, los diversos asuntos acerca de los cuales los miembros de la sociedad pueden definirse a favor y en contra. Sin embargo, la mayor parte de los temas no se encuentra en discusión todo el tiempo, ya que gran parte de los mismos integra nuestra memoria cultural colectiva. En algunas circunstancias, alentados por condiciones político-sociales y por las propias luchas políticas, algunos temas son enlencados, o traídos a la palestra pública, sea por la coyuntura que se atraviesa o por el momento histórico que se vive. De ahí que los temas se agenden y jerarquicen en un orden por los medios masivos de comunicación, por los gobiernos y por la misma sociedad en el sentido de cuáles temas han de ser seleccionados, la atención que los distintos agentes políticos y sociales le prestarán a cada uno de ellos, cuál de ellos será atendido, bajo qué forma, y en qué modalidad y cuándo las discusiones en el ámbito de la opinión pública requerirán la decisión de una autoridad con respecto a problemas particulares. Una forma de darse cuenta de la distribución de los temas en relación con los miembros de la sociedad es a través de la utilización de las encuestas de opinión.

De esta manera, los temas son los que aglutinan a las personas y hacen que constituyan grupos, y que estos grupos pueden formar parte del concepto que denominamos opinión pública; y estas opiniones pueden derivar en actitudes, pasando del pensamiento al acto. En el siguiente capítulo trataremos esta moderna forma, no con la intención de explicar el concepto de opinión pública que, como lo hemos expresado hasta ahora, sigue manifestando un conjunto de enigmas que no son de fácil solución. Para efecto de este trabajo, proponemos que una de las modalidades para estudiar y entender la opinión pública en las democracias contemporáneas, principalmente en las que se han instaurado en América Latina a partir de los procesos de transición, es la de los estudios de opinión.

Este tipo de estudios se inician no con motivos especulativos y con la finalidad de conocer las características actuales de la opinión pública, sino con motivos más pragmáticos, a partir del momento en que las sociedades se han urbanizado, las poblaciones se han vuelto complejas y heterogéneas y las élites políticas no pueden controlar la decisión política de las masas en el momento de las elecciones.

Así, el juego político actual no sólo implica la existencia de una oferta política de los partidos y candidatos, sino la necesidad de un constante monitoreo, tanto de los organismos políticos, como de los gobiernos, en los cambios de parecer y opinión de las masas con respecto a la gestión que éstos realizan de los asuntos públicos. De la misma manera, los medios masivos de comunicación desean tener influencia sobre el público, así como sobre las propias élites y, en ocasiones, representar los intereses de alguna de ellas en particular, por lo cual hacen uso de las encuestas y sondeos de opinión. Por lo tanto, las encuestas permiten medir y conocer con alguna precisión los deseos,

opiniones y actitudes del público frente a los estímulos lanzados por los medios de comunicación y los partidos y candidatos, permitiéndoles modificar, transformar y seguir con sus estrategias políticas y de campaña. En este sentido, las encuestas de opinión se han convertido en una de las principales herramientas para conocer, medir e influir en la toma de decisiones de los candidatos y de sus partidos, así como en las principales élites políticas, el gobierno y el propio público que, al consultarlas, puede modificar, transformar o mantener su opinión y actitud frente a las contiendas electorales y otro tipo de sucesos que tienen que ver con la toma de decisión política.

Pese a que se analizaron distintas versiones sobre el concepto de opinión pública, es importante resaltar que nuestro objeto de estudio no es la opinión pública propiamente, sino acercarnos a ella mediante un instrumento que se ha vuelto recurrente en el siglo XX, principalmente en los Estados Unidos: las encuestas de opinión. Éstas hacen su aparición, primero, como un auxiliar del *marketing* en el ámbito comercial, ya que apoyaban la toma de decisiones para el lanzamiento de productos al mercado, analizando el conocimiento de los hábitos de consumo y las necesidades de los consumidores. Con el desarrollo de la estadística, principalmente con la utilización del cálculo de probabilidades, se hizo factible tener mayor control y seguridad para la confección de muestras que serían utilizadas para distintos fines y propósitos. Así, en 1936, George Gallup (1976) utilizó una muestra de cuotas constituida únicamente por 3000 personas seleccionadas por un procedimiento similar al que había utilizado el *Literary Digest* (Barbie, s/f), una revista que desde 1924 había hecho predicciones acertadas en las elecciones presidenciales estadounidenses, pero que en 1934 no predijo de manera correcta el resultado de la elección, mientras que Gallup sí lo hizo.

¿Dónde se encontró el error del *Digest*, que había enviado por correo a cerca de diez millones de personas los cuestionarios que pretendían predecir el resultado de la elección? Poco más de un millón de personas contestaron el cuestionario de la revista, la cual predijo que Landon recibiría 56% de los votos, mientras que Roosevelt obtendría únicamente el 44%. Gallup aplicó únicamente 3000 cuestionarios a personas seleccionadas en función de características similares al universo poblacional estadounidense, e incluyó tanto a pobres como a ricos, a hombres como a mujeres, a blancos y negros, en tanto que los 10 millones de cuestionarios que envió el *Literary Digest* lo fueron a personas con un perfil semejante, lo que significa que si encuestamos a 10, 100, 1000 o 1,000,000 de personas que tienen características similares, los resultados que obtendremos serán siempre los mismos. Pero si se solicita lo mismo a personas con características diferentes y que por lo tanto representan a diferentes segmentos de la sociedad, esta muestra será mucho más representativa y serán mayores las posibilidades de recabar una opinión más verídica de la sociedad en cuestión.

De esta manera, aunque las encuestas de opinión no son propiamente la opinión pública [(retomando a Worcester (1994))] nos permiten obtener las diferentes posiciones de una población determinada, sobre un tema determinado tanto a favor como en contra. Esto significa que si bien no tenemos una clara idea de la opinión pública como tal, sí contamos con una

representación que nos permite acercarnos prácticamente y estadísticamente a lo que una parte representativa y proporcional de la población total de un país o una región piensa con respecto a un asunto en un momento determinado. Aun cuando no tenemos la opinión pública, ya que este concepto es mucho más abstracto, sí hemos llegado a un modelo que, pese a ser imperfecto (como son por lo general la mayoría de los modelos que buscan representar conceptos sociales), nos ofrece una muy buena aproximación de un momento determinado. Esto se refuerza al recordar que una de las cuestiones que ha quedado fuera de la discusión, en relación con el concepto de opinión pública, es la noción de tiempo que afecta de una manera u otra los conceptos y las concepciones de las personas en una sociedad determinada.

Además del tiempo propiamente dicho, el espacio, los diferentes actores, las estructuras y los sistemas interactúan modificando los resultados de sucesos y acontecimientos que en otros momentos tendrían resultados o desenlaces idénticos. De esta manera, los estudios de opinión realizados en momentos y espacios diferentes mostrarán las variaciones en la opinión pública, que no son provocadas sólo por el simple pasar del tiempo, sino por las diferentes variables que actúan sobre un mismo acontecimiento y que pueden en momentos diferentes producir distintos resultados.

Este conjunto de reflexiones acerca del concepto de opinión pública y su relación con las encuestas y sondeos de opinión proporcionan un panorama suficientemente amplio y general sobre el fenómeno, su conceptualización y, a nuestro entender, una manera para aproximarnos no sólo a su concepto, sino a su estudio en términos concretos: las encuestas de opinión.

Capítulo II

Teoría y práctica de las encuestas de opinión en la transición

2.1. Las encuestas de opinión en la transición

Después de una amplia discusión acerca del concepto de opinión pública, cabe reiterar que el objeto de este trabajo no estriba en demostrar la validez e importancia de este concepto sino, desde una perspectiva sociopolítica, enmarcar en el ámbito de la transición política, que se vive en América Latina a partir de los casos de Brasil y México, la forma en que aparecen estos fenómenos novedosos en el ámbito de la disputa política.

La mayoría de las élites políticas en América Latina contiende en la actualidad por puestos políticos mediante un procedimiento electoral. Aunque en México, por ejemplo, esto se realiza de manera prácticamente ininterrumpida desde el término de la Revolución Mexicana (Molinar, 1991), debido a la estructura política del país y basada en un partido político que actuaba en condiciones hegemónicas (Sartori, 1987), la competencia política era prácticamente inexistente. Sin embargo, a partir de un conjunto de reformas en las leyes y códigos electorales que implicó la constitución de un órgano electoral como instancia independiente del ejecutivo federal, las elecciones se han vuelto más competitivas. Este periodo que se ha dado en llamar de "transición política", implica un conjunto de transformaciones que Guillermo O'Donnel y Philippe Schmitter (1988) definen de la siguiente manera:

Entendemos por "transición" el intervalo que se extiende entre un régimen político y otro. (...) Las transiciones están delimitadas, de un lado, por el inicio del proceso de disolución del régimen autoritario, y del otro, por el establecimiento de alguna forma de democracia, el retorno a algún tipo de régimen autoritario o el surgimiento de una alternativa revolucionaria. Lo característica de la transición es que en su transcurso las reglas del juego político no están definidas. No sólo se hallan en flujo permanente sino que, además, por lo general son objeto de una ardua contienda; los actores luchan no sólo por satisfacer sus intereses inmediatos y/o de aquellos que dicen representar, sino también por definir las reglas y procedimientos cuya configuración determinará probablemente quiénes serán en el futuro los perdedores y los ganadores.(...) La señal típica de que se ha iniciado una transición es que estos gobernantes autoritarios, por cualquier motivo, comienzan a modificar sus propias reglas con vistas a ofrecer mayores garantías para los derechos de los individuos y grupos (*op.cit.* p. 19-20).

La transición política, en el caso de Brasil, de un régimen militar de excepción que buscó institucionalizarse entre 1964 hasta 1984 con la manutención de ciertas libertades políticas (Souza, 1992) y la existencia de un sistema de partidos, se encontró con la supervivencia de viejos métodos y costumbres políticas heredadas, ya que la elección presidencial durante todo este periodo fue

indirecta (se realizaba en el Congreso de la Unión) y en ella únicamente competían los candidatos designados por los mandos militares apoyados por el partido del gobierno, *Alianza Renovadora Nacional* (ARENA). Con la reforma electoral de 1979 se restauró una forma limitada de multipartidismo. De allí que en 1984 se fraguara la Alianza Democrática por elementos reformistas del *Partido da Democracia Social* (PDS) -el partido de apoyo al gobierno, que se creó después de desaparición de ARENA- y del *Partido do Movimento Democrático Brasileiro* (PMDB) que postuló la candidatura de Tancredo Neves para presidente y José Sarney como vicepresidente, los cuales fueron electos en enero de 1985. Este hecho terminó con los gobiernos militares y dio inicio a los gobiernos civiles y a una democracia de partidos.

Si bien la transición política de Brasil es la de un régimen militar *de facto*, hacia una democracia político electoral, este proceso mantiene similitudes con el mexicano, ya que los gobiernos autoritarios en ambos han dado pasos sucesivos para modificar las condiciones de la contienda político electoral que, pese a las diferencias en cada uno de estos países, inició una transformación en las instituciones políticas y sociales en que: "La democracia es, por tanto, un sistema de resultados abiertos o de incertidumbre organizada" (Przeworski, 1995 :19).

De lo anterior se deduce que:

El momento crucial en cualquier transición de un gobierno autoritario a otro democrático se sitúa al cruzar el umbral a partir del cual nadie podrá intervenir para alterar los resultados del proceso político formal. La democratización consiste en someter todos los intereses a la competencia, la institucionalización de la incertidumbre. El paso decisivo hacia la democratización es la transferencia del poder de un grupo de personas a un conjunto de normas (*op. cit.* p. 22).

Así, el proceso de transición a la democracia pasa por distintas fases que, según O'Donnell y Schmitter, se definen como liberalización y democratización. La primera de ellas representa el respeto a los derechos humanos y a las garantías individuales, lo que significa que a los individuos se les dotó de las mínimas garantías para organizarse y para ejercer sus derechos políticos, sin temor a represalias y a posteriores persecuciones. En el caso de la segunda, los autores afirman lo siguiente:

El principio rector de la democracia es el de *ciudadanía*. Ello involucra tanto el *derecho* de ser tratado por otros seres humanos como igual con respecto a la formulación de opciones colectivas, como la *obligación* de quienes instrumentan dichas opciones de ser accesibles y responder por igual frente a todos los miembros del sistema político. A la inversa, este principio impone a los gobernados la *obligación* de respetar la legitimidad de las opciones resultantes de la deliberación entre iguales, y a los gobernantes, el *derecho* de actuar con autoridad (y aplicar medidas coactivas en caso de necesidad) a fin de promover la eficacia de estas opciones y proteger al sistema

político de toda amenaza a su perduración. (...)La forma específica que adopte la democracia en un determinado país es contingente, aunque a raíz de la existencia de ciertos "modelos" prominentes y de la difusión internacional, es probable que los actores contemporáneos coincidan en torno de ciertos "procedimientos mínimos" como elementos necesarios de la democracia política. El voto secreto, el sufragio universal de adultos, la realización de elecciones en forma periódica, la competencia libre de los partidos, el reconocimiento de las asociaciones y el acceso a ellas, así como la rendición de cuentas del poder ejecutivo, parecen formar parte de un consenso de esta índole en el mundo actual (*op.cit.* p. 22).

Las condiciones que podrían ser nombradas como elementos de transición democrática son: financiamiento público a los partidos políticos, acceso irrestricto a la información, limitación de los mandatos sucesivos, el establecimiento de padrones electorales permanentes y confiables y, en el caso mexicano, el establecimiento de una autoridad electoral imparcial e independiente. Las condiciones de los propios países, y los específicos de Brasil y México, muestran la inserción de éstas y de otras reformas que en ambos casos permitieron la formación y la aparición de nuevos partidos. La posibilidad de que los ciudadanos participaran en los procesos políticos de manera abierta y sin posteriores persecuciones por parte de la autoridad, así como la formación de un organismo electoral independiente del poder central, son resultado de este proceso de transición.

En México, como lo han dicho innumerables analistas políticos (Camp, 1995 y Basáñez, 1985 entre otros), el sistema siempre fue formalmente democrático, y nunca existió un régimen de *facto* como el brasileño; siempre se realizaron elecciones, había un sistema de partidos y, sin embargo, después de cada proceso electoral había duda sobre el conteo de los votos, al tiempo que la competencia entre los partidos políticos era inequitativa, los padrones no eran fidedignos y la autoridad electoral no era imparcial. Por lo tanto, aunque las sucesivas reformas electorales, hasta la última de 1996 (IFE, 1996), no han sido definitivas ni han dejado satisfechos a todos los actores políticos, han hecho posible que las elecciones sean más competitivas, que la competencia sea más igualitaria y equitativa entre los partidos y ha posibilitado que la oposición, pese que no ganara la elección de 1994, tenga hoy mayores posibilidades para participar del proceso, además de ocasionar que obtuviera más posiciones en el Congreso de este país.

Una de las consecuencias de la instauración de un proceso democrático es la aparición del fenómeno de la incertidumbre, notable sobre todo en el resultado del proceso electoral. En virtud de que no se sabe de antemano quién va a ganar las elecciones, se recurre a la realización periódica de sondeos entre la población, ya que al conocer sus preferencias políticas, se intenta anticipar el resultado del proceso electoral. Sin embargo, hablar de incertidumbre no significa suponer que la democracia es el orden del caos sino, según Przeworski: "La democracia es un sistema para abordar los conflictos en el cual los resultados dependen de la actuación de los participantes, pero ninguna fuerza concreta controla el desarrollo de los hechos" (1995, p.18). Esto es, todos los actores saben qué puede ocurrir,

pero ninguno de ellos lo sabe a ciencia cierta, lo que significa que todos los participantes de los procesos democráticos tienen claro el marco institucional y las reglas bajo las cuales la competencia política debe ocurrir, pero no la definitividad de los resultados.

De allí que cada uno de los participantes intente, dentro del marco establecido, realizar un conjunto de acciones instrumentales para mejorar su posición relativa frente a los demás competidores, a fin de mejorar sus expectativas y calcular los cursos de acciones futuras. Esta modalidad de democracia representativa, basada en procesos electorales periódicos, está cimentada en el cálculo y en las labores de predicción y anticipación de resultados. ¿Es posible anticipar el futuro? Podemos hablar de dos formas para anticipar resultados: la predicción y la prognosis, que Bell (1986) define de la siguiente forma:

Habitualmente las predicciones se refieren a acontecimientos -quién ganará una elección, si un país irá o no a la guerra, quién vencerá en ella, la condición de una nueva elección-, es decir, se centran sobre decisiones. Pero en cuanto tales predicciones, aunque posibles, no pueden ser formalizadas o sometidas a reglas. (...)

La prognosis es posible donde se dan regularidades y recurrencias de los fenómenos (éstas son raras), o donde se dan tendencias cuya dirección, si no la trayectoria exacta, se puede dibujar en series temporales estadísticas o formularse como tendencias históricas. Sin embargo, se trata siempre necesariamente de probabilidades y de un conjunto de proyecciones posibles (*op. cit.*, p.18).

Obviamente, la posibilidad de pronosticar y, por lo tanto de anticipar resultados, sólo es posible cuando tenemos altos niveles de racionalidad entre los actores, cosa que evidentemente no existe, por lo que la certidumbre se reduce cada vez más cuando las decisiones dependen de elecciones. Pese a estas limitaciones, se crean modelos económicos, sociales o tecnológicos en distintos ámbitos de la sociedad, a partir del estudio del comportamiento de algunas variables (demografía, economía, política), y por medio de las encuestas de preferencia político electoral se intenta predecir, con algunas posibilidades de error, la conducta futura de los electores. Las encuestas son útiles cuando los electores son libres de decidir por quiénes votar. Los partidos, en función de sus programas políticos y de las necesidades que encuentran en el electorado, plantean distintos programas de acción, con objeto de captar mayor número de votos.

En una política fundada en la idea de que la voluntad general debe prevalecer, la determinación de los deseos del pueblo es de importancia fundamental. Las elecciones son un medio clásico para sondear la opinión pública (...)

Los políticos han intentado desde hace tiempo averiguar las actitudes populares sobre ciertas cuestiones que surgen entre una elección y otra. Vieron el modo de determinar las actitudes públicas, no a causa de una

profunda vinculación a la doctrina de que la opinión pública debe regir a la política, sino para facilitar la supervivencia política. El político práctico hace su carrera valorando lo que el electorado querría o no lo que le agradaría o desagradaría. Su acierto, juzgando estas cuestiones, influye sobre sus oportunidades de elección o reelección. Algunos políticos prácticos tienen una acusada sensibilidad hacia las actitudes públicas, en general valoran la actitud de la opinión pública del Estado, intuitivamente (Key, 1960: 22).

A partir de la lectura de este texto antiguo, pero certero, de Key *Política, partidos y grupos de presión*, el autor nos remite al problema central de la relación contemporánea de la política con el problema de la opinión pública que, en términos clásicos, puede ser referido al problema del consenso; es decir, los gobernantes deben gobernar con el consentimiento de los gobernados, y la opinión de los gobernados es la base real de todo gobierno. En suma, las democracias modernas deben tener un gobierno sensible y responsable frente a la opinión pública.

Ello no significa que se gobierne de acuerdo con las distintas opiniones del público, sino que, en el momento de las elecciones, el gobierno se pliegue a la decisión del electorado, de forma que los gobiernos emanados de procesos democráticos deben someterse al consentimiento de las urnas. De ahí la importancia para los partidos y organizaciones que luchan por conquistar el poder, de mantener una constante relación con el público a fin de conocer sus necesidades, deseos y tener una clara visión de sus preferencias, predilecciones y percepción del acontecer político. Lo anterior, sin embargo, no implica la desaparición de la intención, por parte de los poderosos y de las organizaciones políticas, de influir al público en su toma de decisiones.

Coincidimos con Sartori cuando afirma que sólo con una diversidad de medios masivos de comunicación se puede obtener una opinión pública autónoma:

Las condiciones que permiten la existencia de una opinión pública relativamente autónoma pueden resumirse en dos: a) un sistema educativo que no sea un sistema de adoctrinamiento; b) una estructura global de centros de influencia e información plural y diversa (...) Lo esencial del argumento es: una opinión pública libre deriva de y se apoya en una *estructura policéntrica* de los medios de comunicación y el *interjuego competitivo* de éstos. En breve, la autonomía de la opinión pública presupone condiciones del tipo mercado (Sartori, 1988: 134).

Las condiciones y posibilidades de la aparición de una multiplicidad de públicos se encuentran relacionadas con una multiplicidad de fuentes y de medios masivos de comunicación. Por lo que, tanto en países como en sociedades donde ha existido un control monolítico de los medios, también ha existido una oposición crítica que, pese a esto, tiene pocas posibilidades de influir en la toma de decisiones del gobierno, aunque su existencia provoca que los gobiernos los repriman y obstaculicen su actuación.

Como se mencionó las encuestas de opinión representan un instrumento para conocer los niveles de información de la población acerca de los asuntos públicos, con un nivel determinado de incertidumbre, ya que en calidad de emisores de mensajes, el gobierno, los partidos y los propios medios masivos de comunicación desconocen la forma en que los receptores aceptan, asumen, hacen suyos e interpretan los mensajes emitidos por los distintos actores políticos. Por esto se impone la necesidad de investigar mediante muchos mecanismos -las encuestas de opinión, entre ellos, cómo las propuestas políticas acerca de la administración, el gobierno y la utilización de los bienes públicos son asumidas y percibidas por la población y cómo ésta adquiere una percepción del acontecer político y social.

La incorporación de las masas en el acontecer político puede significar para los regímenes políticos mayor nivel de legitimidad y de consenso, lo cual no significa que las élites no tengan el control del proceso de toma de decisiones pues siguen manteniendo, si no el control de los medios masivos de comunicación, sí una marcada influencia, la cual se refleja además en la gran cantidad de recursos, y permite la realización de campañas políticas, de información y la posibilidad de organizar a la ciudadanía alrededor de distintos proyectos políticos. Por lo regular, el público se encuentra desorganizado, siendo el gobierno, los partidos políticos, las organizaciones y los grupos de presión los más capacitados para generar y articular distintos proyectos. Por lo tanto, los sondeos y las encuestas de opinión son una de las maneras para mitigar el aparente desconocimiento acerca de la recepción de los proyectos políticos, de las propuestas, de las agendas, de los calendarios, del cambio en las reglas, así como de los procedimientos con que el público es informado y las modalidades bajo las cuales cambia la opinión pública. Estas herramientas permiten a las distintas élites políticas conocer los giros, transformaciones y posibles modificaciones, conformaciones o establecimiento del público o de los públicos. Por lo tanto, el funcionamiento de una democracia electoral supone la realización, en forma periódica, de consultas a la población; las elecciones son la consulta más importante y fundamental de todas las consultas que se hacen a las masas. Sin embargo, mientras se llevan a cabo los procesos electorales, es importante tomar el pulso a la opinión pública; conocer sus preferencias, sus simpatías, la forma en que las distintas partes en que están constituidos los públicos son afectados, formados e informados tanto por los grupos, partidos políticos, como por los políticos en general.

En el mundo contemporáneo los públicos tienden a tener libertad de expresión, manifestación y reunión, así como menor posibilidad de supervisión y corporativización de las opiniones y de la propia voluntad popular, con lo cual disminuyen los mecanismos de coerción directa (lo que no significa que hayan desaparecido, principalmente en países como los nuestros). Una de las posibilidades para dirigir la opinión y la voluntad popular son los medios masivos de comunicación, los líderes de opinión, ya que, a partir de la repetición de los mensajes, intentan persuadir a los ciudadanos de la bondad de sus planteamientos.

2.2 Encuestas de opinión: hipótesis de su importancia y actualidad.

La formación y constitución de la opinión pública, como un ámbito moderno de la discusión política, posibilita acceder al poder por medio de un procedimiento democrático que hace partícipe a los ciudadanos de la decisión política. Sin embargo, al permitirles que decidan mediante el voto cuáles partidos y qué políticos tomarán las decisiones, esto no significa ausencia de control. Las élites económicas y políticas intentan incidir e influir en las decisiones de la opinión pública mediante el control de una parte importante de los medios masivos de comunicación. Frente a esta situación, las encuestas de opinión se transforman en un importante apoyo y auxiliar que permite a todos los actores políticos interesados en los resultados electorales, en la imagen de los partidos y de los candidatos, en la capacidad de penetración de las distintas informaciones, medir cómo una determinada coyuntura va modificándose a favor o en contra de sus intereses. Lo anterior significa que los sondeos de opinión, además de tener la capacidad para influir y apoyar a los electores en su toma de decisión, definitivamente son un importante apoyo e influyen más a los partidos y a los propios candidatos. Tanto unos como los otros necesitan en distintos momentos rectificar, modificar o transformar sus estrategias de campaña, y la información que les proporcionan las encuestas de opinión (imagen, preferencia electoral) se tornan en importantes instrumentos en la lucha política.

De esta manera, al hablar de influencia de los sondeos de opinión, nos referimos a la influencia de los medios en la toma de decisión de los electores. Los sondeos aparecen insertos en las páginas de los periódicos, al interior de revistas, en los comentarios de la televisión y de la radio, como característica de los medios que intentan no sólo informar a la opinión pública, sino conformar una determinada posición favorable. Las encuestas forman parte de las distintas estrategias de los medios que, al estar entre el público, los partidos y el gobierno, se convierten en un medio importante para legitimarse e influir en la toma de decisión del público.

¿Qué tanto influyen los medios de comunicación? Como ya vimos al hablar de la opinión pública y de algunos modelos de comunicación, los medios no influyen directamente; es decir, no hacen que las personas tomen ésta o aquella decisión simplemente por leer, ver o escuchar algunos comentarios. Aun cuando es cierto que son un aspecto importante para informarse y un auxiliar en la conformación de un criterio político, ya que en los medios circula una gran cantidad de ideas y conceptos que apoyan, instruyen y ayudan a configurar a la opinión pública, esto no significa que sean un motivo determinante de elección. Además de este tipo de características y cualidades propias de los medios masivos de comunicación, ¿qué añaden las encuestas de opinión a los procesos electorales, en países que ahora transitan a una mayor democracia, como Brasil y México?

La hipótesis que planteamos es que las encuestas son un mecanismo que permite informar a los partidos políticos y a sus candidatos, pero que también ayudan a modificar estrategias ya que, al insertarse en los medios, las encuestas no están dirigidas más a los partidos y a los candidatos, sino a los electores, por lo que, al tiempo que legitiman al medio, también sirven para definir el criterio de los electores, permitiéndoles entender el proceso electoral bajo la forma de una competencia. Por lo tanto, en un ámbito subjetivo en que funciona la percepción, la

influencia y la persuasión, las encuestas representan un intento de mostrarse como objetivas, científicas, serias y pretenden a partir de los números asegurar la confiabilidad y credibilidad que los analistas políticos no tienen, ya que su acercamiento a los problemas es limitado al espacio social y al medio donde se encuentran. Al construirse a partir de una investigación con el cálculo de una muestra, las encuestas pueden funcionar para el lego como una fuente de autoridad. Nuestro propósito no es cuantificar su influencia, sino dar una muestra de su aparición en la escena política de estos países y el papel que han desempeñado en los últimos procesos electorales.

2.3 Encuestas de opinión: teoría y práctica

De acuerdo con Key (1960), el político práctico tiene que estar informado sobre el estado de la opinión pública. Sin embargo, esto no significa que el público requiera escribir cartas de apoyo o de quejas contra su acción en el Congreso o en cualquier puesto de elección popular; de allí que necesite de una serie de medios para tomar el pulso de la actitud y de la voluntad pública. Uno de sus medios de información son los periódicos, pero los puntos de vista de los periodistas no siempre concuerdan con la opinión de los electores, ya que los propios diarios intentan influir por su cuenta en la voluntad popular, obligando al político práctico y al gobernante a buscar otros mecanismos para conocer con mayor acercamiento y sin cortapisas la voluntad popular.

Desde alrededor del año treinta las respetadas opiniones de los auditores de la opinión pública han sido sustituidas por el análisis de las actitudes públicas a través de las encuestas de opinión (*op. cit.*, p. 923).

Una hipótesis fundamental de este trabajo es que las encuestas de opinión aparecen fundamentalmente en los países donde existe una importante competencia por el poder político y donde ésta se realiza mediante elecciones. Tanto Key como Sartori (1989) coinciden en que las elecciones son el medio clásico para sondear a la opinión pública. En efecto, son el principal instrumento para conocer e identificar el estado en que se encuentra la voluntad popular frente a sus gobernantes. Sin embargo, las elecciones se realizan en muchos países cada dos, tres, cuatro y hasta seis años, lo cual significa que la clase política, los gobernantes y el propio pueblo quedan a la deriva sin conocer con exactitud el estado de la opinión. Las encuestas de opinión son un instrumento útil para conocer con mayor o menor exactitud el estado de la opinión de los públicos con respecto a algunos aspectos, temas y asuntos que son de interés para los gobernantes. Sirven principalmente para medir y cuantificar distintas opiniones, actitudes y voluntades de la población, aunque también se utilizan cuando se aproximan los procesos electorales como una manera de informar a la población a través de los medios, de los partidos y de los candidatos en contienda. Todo aquello que se publica en la prensa pretende influir en las decisiones de quienes aún no tienen definido su candidato, al intentar con cierto tipo de noticia, suceso o acontecimiento modificar el nivel y la forma de la competencia, al tiempo que se establece una modalidad para anticipar quién va a ganar la competencia y con

qué margen, a fin de que los indecisos, los que no tienen partido o los posibles electores que se suman a la mayoría, tomen una decisión.

En algunos países ha existido una gran discusión acerca de la validez de los sondeos y encuestas, como se verá en el capítulo referente a las elecciones mexicanas, en las que por décadas ha existido un partido político que ha ganado casi todas las elecciones para los diferentes puestos políticos y todas para la presidencia de la República, amén de la influencia y control sobre los medios masivos de comunicación por parte del gobierno mexicano, por lo cual se ha intentado restar la importancia de los resultados de las encuestas de opinión y se ha llegado a decir que nunca han dicho la verdad y que más bien han sido utilizadas por el partido en el poder para legitimar su posición y liderazgo. México es una de las excepciones que confirman la regla, como lo son muchos otros países, pero esto no es suficiente para desacreditar la técnica de los sondeos de opinión. Lo importante es observar, tanto en México como en cualquier parte del mundo, el uso que se les da.

En otra publicación (Kuschick, 1994) se indica que existen encuestas públicas y privadas; la mayoría de los partidos y candidatos sólo hacen públicas las encuestas que los favorecen o las que desfavorecen a sus competidores. Esto significa que el público, que no hace encuestas por su propia cuenta, nunca está informado del estado de la competencia pública. Empero, tanto en México como en otras partes del mundo, los periódicos y organizaciones políticas con apoyo oficial u opositoras difunden resultados de encuestas, no cuando les son desfavorables, sino cuando no son favorables a su opositor.

Para concluir, las encuestas son un mecanismo técnico para conocer las opiniones, las voluntades y los deseos del público. Es importante tomar en cuenta de que no recaban la voluntad de todo el público, en tanto se sondean a individuos en lo particular y esta opinión es volátil (cambia conforme la influencia de distinto tipo de acontecimientos), como son los actos contingentes de los propios gobernantes y políticos. De esta manera, conforme a hechos y acontecimientos se pueden modificar las preferencias, intenciones y, fundamentalmente, la percepción del público.

A partir del momento en que la participación del público se vuelve importante en la toma de decisiones, cuando la población ha asumido su condición de ciudadanía y ha disminuido la capacidad de los gobiernos, de los partidos y de los candidatos para cooptar, condicionar y someter a los electores, es menor la capacidad de influir en la voluntad de los electores por medios corporativos. Lo anterior no significa que estos hayan desaparecido, pues aún existen condiciones que caracterizan a este fenómeno, como ser miembro de un sindicato, recibir cupones para comprar leche, "tortibonos" u otro tipo de dádivas. A medida en que la sociedad se moderniza y los ciudadanos se liberan de este tipo de presiones, algunos de los mecanismos utilizados para influir en los individuos son la identidad partidaria, la imagen de los partidos y candidatos y los temas (Converse, 1962), amén de los mecanismos que son producto de la utilización de los medios masivos de comunicación que proporcionan, finalmente, adhesiones o modificaciones aparte de las ya existentes, como es el caso de los anuncios

publicitarios, los *slogans*, mensajes y todo las formas que se utilizan en las actuales campaña políticas.

Frente a esta situación, uno de los medios para poder sentir el pulso de una ciudadanía cambiante son las encuestas de opinión, ya que su propósito central es medir para establecer, mediante algún tipo de escala, las predilecciones políticas, las simpatías, las posiciones favorables y los rechazos a las políticas de los gobiernos, ya sean del mismo gobierno o la oposición. Si bien las encuestas de opinión no ayudan a superar la antigua discusión sobre la opinión pública y su importancia en el acontecer político, sí investigan el parecer de los ciudadanos, mediante métodos estadísticos, al extrapolar datos tomados de una muestra (grande o pequeña) que pretende emular las características del universo.

Las encuestas de opinión son un procedimiento para conseguir información (opiniones) de un grupo de sujetos (muestra) que pretende representar a un universo mayor (población) dentro de unos márgenes de error controlados (probabilidad). Las encuestas de opinión miden eso, opiniones, que a su vez guardan relación con la situación cultural del país, los estados y corrientes de opinión o la opinión pública. No miden propiamente opinión pública, tal como se ha entendido y se entiende normalmente, sino opiniones de la población relacionadas directa o indirectamente con la actitud vigilante y crítica de la población sobre asuntos de interés general. La técnica de las encuestas, por lo tanto, recoge una instantánea del mapa mental y actitudinal de la población a través de una muestra representativa, en términos de probabilidad (Monzón, 1990,p,164).

En el caso de Brasil, desde las primeras elecciones democráticas para elegir presidente de la República en 1989 y un poco antes, en las elecciones para gobernador en distintos estados y para la composición del Congreso en 1986, los distintos diarios, así como varias empresas de consulta, utilizaron los sondeos de opinión como modalidad de información y orientación de la población, así como medio de influencia.

En el caso mexicano, existió recelo por parte de la población, de los medios masivos de comunicación y de gran parte de los articulistas e intelectuales por las circunstancias políticas propias del país, debido a la existencia de un partido político casi único, un severo control por parte de las autoridades gubernamentales sobre los procesos políticos electorales, los constantes reclamos por parte de la oposición de los fraudes políticos y el control oficial sobre los medios de comunicación. Todo lo anterior provocaba una desconfianza acerca de un medio que, en virtud de una pretendida científicidad, anticipaba preferencias y resultados. Pese a esta situación, fue en con las elecciones de 1988 cuando comenzaron a aparecer en México los resultados de los sondeos de opinión, situación que en 1994 se convirtió en una constante.

Después de hacer el recuento de la utilización de los sondeos tanto en la teoría como en la práctica ¿es posible demostrar la influencia y la capacidad predictiva de los mismos? ¿Hasta qué punto podemos afirmar la capacidad de los medios para influir en la toma de decisiones? Existen muchas teorías al respecto,

por lo que es necesario tomar en cuenta que la capacidad de influencia es una de las principales funciones de los medios masivos de comunicación. Al informar, todo medio toma una posición, rechaza otras y selecciona, como diría Luhman (1995), una que hará suya. Sin embargo, las encuestas son únicamente resultados; es decir, hechos, pero hechos que pueden tener múltiples interpretaciones. Esta situación ni las devalúa ni las revalúa, lo único que queremos hacer ver es que, a pesar de su capacidad predictiva, esta herramienta puede utilizarse con distintos fines y en función de distintos objetivos. Por lo tanto, su aparición en nuestro ambiente político no discrepa de los medios anteriormente utilizados para poder incidir en la voluntad ajena, sino que agrega un nuevo instrumento a los ya existentes con finalidad informativa, formativa y deformativa.

Una *encuesta* es una técnica de recopilación de datos que implica el uso de un cuestionario administrado a un grupo de individuos.

El cuestionario consiste en varios ítems o preguntas, que pueden ser unos pocos y tomar unos minutos en responderse o hasta varios cientos que pueden requerir más de una hora en completarse (...)

Los cuestionarios pueden incluir preguntas sobre una variedad de temas. Las preguntas pueden medir la conducta ("¿Votó usted para presidente en 1992?"), opiniones o actitudes ("¿Aprueba o desaprueba la forma en que Bill Clinton está desempeñando su trabajo como presidente?") o las características personales de los entrevistados ("¿Cuántos años tiene?") (Traugott M., *et al.*, 1997: p. 19-20).

Ahora bien ¿para qué o por qué realizar una encuesta de opinión? Si bien las encuestas de opinión llevan un largo trecho desde su primera utilización como elemento de predicción, en la actualidad se utilizan para poder conocer las preferencias de los consumidores a fin de posicionar nuevos productos, conocer las características de un mercado (Kuschick, 1997) y sus participantes (consumidores, competidores), etcétera. Este tipo de información puede ser utilizada como un medio para el establecimiento de estrategias, la formulación de campañas, así como la posibilidad de establecer la imagen que tienen los consumidores de un producto, para plantear la necesidad de cambiarla y aproximarla más a los intereses del público.

La encuesta fue utilizada por primera vez como medio para la obtención de información y un método de apoyo para la formulación de estrategias en el ámbito comercial. ¿Para qué y por qué introducirla al ámbito político? Key (1960), menciona que los analistas políticos utilizan la técnica de las encuestas porque, con entrevistar a una muestra representativa del universo de los posibles votantes, pueden prospectar las expectativas, deseos y necesidades de los potenciales votantes sin necesidad de entrevistar a todos ellos. Las encuestas de opinión, a partir de una muestra probabilística representativa, comenzaron utilizarse en los Estados Unidos desde 1936, cuando George Gallup hizo uso de una encuesta probabilística y predijo con cierto margen de error la reelección de Franklin D. Roosevelt. El hecho en sí tal vez no tiene mucha importancia, si no fuera por que la revista *Literary Digest* venía divulgando resultados de encuestas desde 1916 a partir del método de los "votos de paja", que eran obtenidos a partir de un método

de muestreo no probabilístico, ya que si bien esta revista envió más de diez millones de cuestionarios por correo, el método de selección que utilizaba era insacular a personas que estaban en las listas telefónicas y eran propietarias de automóviles. Este método había sido suficiente para predecir los resultados de las elecciones de 1916, 1920, 1924, 1928 y 1932 (Barbie, s/f.). Sin embargo, en la elección de 1936, el *Digest* falló. La pauta la marcó Gallup, quien utilizó un muestreo por cuotas que reproducía con mayor fidelidad a los grupos sociales existentes en aquel entonces, en los Estados Unidos, ya que este país se encontraba azotado por la Gran Depresión y la mayor parte de los votantes demócratas no tenían automóviles ni poseían teléfonos. Con este método, pudo predecir con mayor precisión el resultado de aquella elección. Sin embargo, doce años después, Gallup y otras empresas fallaron en la contienda Truman-Dewey, dando la victoria a este último, cuando finalmente el vencedor fue el presidente Harry S. Truman. Lo anterior implicó la necesidad de mejorar los procedimientos de recolección de información, las técnicas de muestreo y la periodicidad en la realización de los levantamientos de las encuestas.

Como puede atestigüarse por las distintas encuestas realizadas en los Estados Unidos, la técnica de predicción mediante encuestas ha logrado imponerse como un sistema eficiente, capaz y verídico, ya que con el auxilio de los muestreos probabilísticos se ha mejorado notablemente el control sobre la ejecución de encuestas y sondeos de opinión, técnica que cada vez se usa con mayor frecuencia en el mundo contemporáneo como una metodología segura. Lo anterior no exenta a las encuestas de situaciones en que los interesados en los resultados son capaces de intentar modificarlos, cambiarlos o maquillarlos con vistas a influir en un partido, candidato o en el mismo público. Por lo tanto, aunque la técnica, que buscaremos hacer explícita páginas adelante, puede ser efectiva para conducir a buenos resultados, continúa siendo un instrumento que puede ser utilizado con distintos propósitos.

En términos de Mario Herreros (1989), las funciones de los medios de comunicación son: informar, crear opinión y entretener. Sin embargo, ¿en qué momento se puede plantear que los medios logran el cumplimiento cabal de estas funciones con objetividad, seriedad y sin que se conviertan en un medio de difusión de ciertas ideologías? La información o noticia se define como:

...un hecho verdadero inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para su difusión (Martínez, Albertos, J.L., en: Herreros, 1989, p. 53).

También puede afirmarse que un hecho sólo pasa a ser noticia cuando posee una significación; esto es, cuando los hechos y sucesos se convierten en un acontecimiento importante digno de ser mencionado, valorado y presentado por los medios masivos de comunicación, y cuando estos mismos medios, en función de sus valores, creencias, modelos políticos e ideológicos, intereses específicos, etcétera, creen que tal acontecimiento debe ser presentado. Por lo tanto, la presentación misma de hechos y acontecimientos en las páginas de un periódico,

de un canal de televisión o de una estación de radio, compromete al medio en cuestión, por lo que necesita construir algún tipo de respuesta que le permita justificar la forma y la modalidad bajo la cual presenta lo que está aconteciendo, generando criterios de objetividad. De allí que el periodismo y las propias ciencias de la comunicación han intentado generar, en distintos momentos modalidades para justificar, cuestionar o fundamentar las formas bajo las cuales se producen las noticias, ya que con frecuencia todo acontecimiento puede ser calificado como bueno o malo, significativo ó insignificante, de forma tal que una opinión puede ser rebatida, criticada o juzgada con otra opinión, lo cual nos coloca en un mundo de particularismos y de expresiones vanas que sólo pueden ser combatidas, sometidas y derrotadas por la autoridad, la credibilidad y el prestigio.

Pero, ¿cómo lograr dar a los medios las noticias que imprimen, seleccionan y divulgan esta capacidad? Una de las modalidades es el medio mismo, pues existen públicos que creen o confían en ciertos medios, los cuales han logrado tener una credibilidad después de muchos años que pueden perder en una fracción de segundo, dependiendo de las circunstancias. Otra modalidad es buscar prestigio mediante las plumas de personajes que escriben, hablan o aparecen en el medio, para lograr que una fuente de reconocida autoridad valide e imprima con su prestigio al medio en cuestión. Otra de las modalidades por la que intentan los medios dejar de ser divulgadores de la *doxa* y acercarse a la *episteme* es la reproducción de los juicios hechos por los científicos o con elementos científicos, y aquí entrarían las encuestas de opinión, ya que son producidas utilizando las opiniones vertidas por la gente común y corriente, pero canalizadas mediante una metodología científica (muestra, cuestionario, análisis, etcétera), lo cual evita la opinión siempre sesgada y siempre intencionada del periodista, opinión de la cual el público pudiera dudar.

La hipótesis que planteamos implica que los medios reproducen resultados de encuestas como una forma para aumentar su credibilidad y la confianza del público. Sin embargo, la mayor parte de los medios no escapa a su propia esencia, que es la de transformar los resultados de las encuestas en noticias, seleccionando, sesgando e informando el resultado de una encuesta en función de los criterios e intereses del propio medio.

Cuando analicemos las encuestas que aparecen en los medios de Brasil y México, se verá que presentan una relación directa con los intereses, objetivos, ideologías, compromisos, intereses y la propia visión del mundo que cada uno de los medios tiene con respecto de los sucesos. Un hecho sólo es noticia cuando tiene un significado; por ejemplo, si aparece a ocho columnas: "*Salinas lleva la delantera*" y luego, en el cintillo: "*según una encuesta realizada recientemente...*", o "*Fernández de Cevallos derrotó a todos en el debate*", pese a estar fundadas en datos, este tipo de aseveraciones cumplen funciones ideológicas y propagandísticas e intentan influir en la opinión pública.

Pese a la gran cantidad de estudios que se han realizado para determinar la influencia de los medios masivos de comunicación, en el caso específico de las encuestas de opinión, Cavalari Nunes (1993) indica que su influencia es más bien puntual, pues actúan sobre cierto tipo de audiencia y de grupos sociales de manera diferencial. Para algunos grupos sociales representa una fuente importante para la toma de decisión, mientras que para otros significa una entre varias

posibilidades. Sin embargo, lo que sí es posible afirmar es que para una parte importante de los equipos directivos de las campañas político-electorales, los dirigentes de los partidos, los principales financiadores de las campañas, las autoridades gubernamentales y para los propios candidatos, las encuestas de opinión (públicas o privadas) representan en la actualidad una fuente fundamental de información y consulta, así como una forma para influir a los otros contendientes y a los propios electores. Las encuestas de opinión son una noticia en el sentido periodístico, ya que representan, entre otras cosas, un acontecimiento que debe hacerse del conocimiento público, un medio de presión, una modalidad de apoyo para que un candidato se posicione mejor frente a sus potenciales electores, un medio de disuasión y una modalidad que, mediante argumentos científicos, intenta convencer a los que no tienen opinión para que se sumen a una mayoría, real o ficticia.

Por lo tanto, las encuestas de opinión son un medio útil para influir a los votantes en la toma de decisiones, con la ventaja sobre otro tipo de instrumentos propagandísticos o publicitarios que, si bien son hechos utilizando conocimientos e instrumentos que mantienen relaciones con una ciencia, como es el caso de las ciencias de la comunicación, en las más de las veces se encuentran ligadas a mecanismos y modalidades de persuasión. Las encuestas de opinión, pese a que también puedan estar ligadas a procesos que intentan persuadir a los lectores de los periódicos en donde se insertan, para que voten por un candidato o por otro, suelen mostrar un barniz de cientificidad, lo cual, aunado al prestigio de la ciencia, la autoridad del medio y la credibilidad, puede influir en la toma de decisión de los votantes. Por lo tanto, para los fines de esta investigación supondremos que, además de ser una fuente de información para el electorado, las encuestas de opinión tienen también la función de persuadir e intentar influir en la decisión de los votantes.

Raymond Ross define el término "persuasión" como:

(...) un proceso transaccional compuesto de una clasificación, una selección, y un compartir cognoscitivo de símbolos, de modo que se ayuda a otro a deducir de su propia experiencia un significado o una respuesta similar a la que la fuente intenta dar.

(...)El significado de persuasión en sentido vulgar es el acto de convencer a otros con razones sobre cualquier cuestión. Mas para llegar a este convencimiento no es condición necesaria el uso de argumentos verdaderos. La persuasión puede llegar a ser resultado de un convincente discurso construido con argumentaciones pertinentes, aunque falsas, pero aceptadas, como verdaderas, a veces incluso por el persuasor (Herrenos, 1989: p. 105).

La persuasión o influencia en términos de Ross y Morris y otros autores que han trabajado el tema, implica la idea de que entre el sujeto o entidad persuasor y el persuadido existe una especie de relación de cercanía, de confianza mutua, ya que para que alguien sea persuadido por otro agente, se necesitan varias condiciones, como la exposición del receptor al medio, las características del medio, el contenido del mensaje, la estructura persuasiva del mensaje y la

predisposición o actitud de los receptores hacia el agente persuasor y al propio mensaje.

Para que la persuasión sea posible, McGuire (1982) enumera algunas condiciones: a) *la forma y el contenido* del mensaje, el cual descansa en primer lugar en la contundencia de las razones expuestas, además de representar una mezcla entre realidad y fantasía; es decir, el mensaje debe por su formato llamar la atención; en primer lugar, por las razones que plantea y luego por la forma cautivadora y sensacionalista en que está planteado. Cuando se publica una encuesta, además de la información que se sostiene en razones, es necesario cautivar al lector con frases de efecto como: "El PRI va a la cabeza", "Cevallos fue el ganador del debate: según las encuestas"; b) *la credibilidad* de la fuente; el mensaje no será creíble si el auditorio no confía en el medio que la difunde y si la fuente no tiene un determinado prestigio entre el auditorio, pues cuanto más prestigio tenga, la fuente ejercerá más dominio sobre el auditorio y menor será la cantidad de defensas en los receptores; c) *cambio de actitud*; la persuasión es efectiva cuando cambia la actitud de la audiencia a quien está dirigida la comunicación persuasiva; sin embargo, ésta sólo será efectiva cuando, además de las condiciones arriba planteadas, no ocasione al individuo o a los grupos a quienes está dirigida un desequilibrio en su estado homeoestático; es decir, este tipo de comunicación no debe determinar un desequilibrio en sus emociones y en sus actuaciones; y d) la comunicación persuasiva debe incluir elementos *motivacionales*; debe plantear al sujeto a quién va dirigida la comunicación, la obtención de un cierto tipo de satisfacciones fisiológicas, de seguridad, amor, estima y autorrealización, por el hecho de aceptar el mensaje persuasivo. Por lo tanto, persuadir implica el establecimiento de una relación entre el emisor de un cierto tipo de mensaje y un receptor a quién se dirige el mensaje con objetivos específicos y determinados, como informar y transformar la conducta de la audiencia, modificando su decisión de voto. En consecuencia, para los fines de esta investigación, plantharemos la hipótesis de que la posibilidad de la influencia y de la capacidad de persuasión de las encuestas de opinión está directamente ligada a los elementos arriba señalados: la forma y el contenido del mensaje, la fuente, su prestigio y su posibilidad de cambiar la actitud del público o de hacer que éste la tome con mayor seguridad. Todo esto proporciona una justificación para su actuación y elección, motivada por elementos racionales y sustentada en una investigación científica, que debe de ser presentada en un formato atractivo, sin plantear dificultad para su lectura, aceptación y comprensión.

2.4 Utilidad, forma y función de las encuestas de opinión

Las encuestas son una técnica a través de la cual se recaba información sobre la población que se desea estudiar a partir de una muestra o parte representativa de la misma, utilizando un cuestionario. De esta forma, las encuestas permiten conocer, en un momento dado, el comportamiento, estado de ánimo, actitudes, valores y opinión de la población, mediante el acopio de datos de un número de individuos que son representativos de la misma (...)

Usos más comunes de las encuestas en materia electoral

1. Tratar de predecir la preferencia electoral. Las encuestas identifican las preferencias electorales en el momento de ser levantadas y representan un indicador de cuáles podrían ser las preferencias en el momento de la elección; su poder predictivo aumentará al hacerse distintas mediciones al respecto con muestras comparables (...)

2. Influir en la preferencia electoral. La publicación de encuestas podría influir en la intención de voto, en particular en el caso de los ciudadanos indecisos o de aquellos que no tienen una sólida convicción de partido; por ejemplo, pudiera ser que un grupo de electores potenciales, de un partido no tuviera la intención de votar pero que, al tener el conocimiento de la existencia de una competencia cerrada, decidiera acudir a las urnas a apoyar a su partido (...)

3. Incrementar la participación electoral. La difusión en los medios de los estudios de preferencia provoca expectación entre la opinión pública y hace que ésta se interese más en la contienda electoral, lo que en buena medida redundaría en una mayor asistencia a las urnas (...)

4. Dar mayor credibilidad al resultado de la elección. Esto se logra en la medida en que exista mayor uniformidad entre las estimaciones de preferencia que reportan las distintas encuestas, lo que es particularmente valioso cuando algunos de los actores de la contienda impugnan el resultado como instrumento de lucha política.

5. Definir la estrategia de campaña. Esto es útil, en particular, en relación con la estrategia de comunicación política y con la definición del posicionamiento de los candidatos; con este propósito, las encuestas se emplean para:

Determinar las actitudes del electorado relativas a los asuntos económicos, políticos y sociales, lo que constituye el entorno en el que tienen lugar las campañas.

Segmentar el electorado en función de las características demográficas económicas, psicológicas, culturales, o las que se considere adecuadas según el objetivo deseado, para conformar grupos específicos a los que se transmite imágenes y mensajes diferenciados.

Desentrañar la estructura de valores de la sociedad por grupos sociales específicos, y conocer sus necesidades y problemas fundamentales, ya que ello da contenido y eficacia a las acciones de comunicación política, a través de la definición de la imagen y mensaje de los candidatos (...)

6. Actualizar de manera permanente la estrategia de campaña. Las encuestas permiten ajustar el posicionamiento de los candidatos y partidos (...). En otros términos, las encuestas hacen posible evaluar el impacto, penetración y aceptación de la imagen y mensaje que proyectan candidatos y partidos, con el propósito de redefinir tácticamente su posicionamiento.

7. Orientar la selección interna de candidatos en función del apoyo electoral detectado (...)

8. Obtener recursos para financiar campaña (Solís C.F., 1994, pp. 167-168).

Como se observa en esta larga cita, la utilidad de las encuestas es variada. Sirven a los intereses del público, ya que con ellas se puede informar del estado que guarda la contienda política, y sostienen o modifican sus preferencias políticas; actúan como medio de información, formación, influencia e intento de manipular el proceso en función de los propios intereses de los medios; sirven a los candidatos y a los partidos para seleccionar sus respectivos prospectos, mensajes, temas o problemas; permiten conocer las características socio-demográficas de posibles electores y la penetración en los distintos públicos; sirven a los propios gobiernos; se convierten en una forma de mantener informada a la élite política para que decidan hacia qué partidos y candidatos dirigir sus apoyos y, finalmente, sirven a las campañas políticas como uno de sus barómetros, a fin de realizar una de las tareas fundamentales de su acción: a) segmentación del mercado electoral; b) posicionamiento y c) creación de imagen (Kuschick, 1997).

No se pretende que la definición y la descripción de las funciones fundamentales de la mercadotecnia electoral sean uno de los ejes de este trabajo, sin embargo, las encuestas de opinión mantienen una cercana relación con la investigación de mercados para establecer con claridad una estrategia que permita conocer los segmentos de mercados más apropiados, por cuanto los electores, de manera semejante a los consumidores, son heterogéneos en gustos, deseos, necesidades y opiniones. Una de las finalidades centrales de la investigación mediante encuestas es lograr la localización y la caracterización de individuos con deseos, necesidades y opiniones semejantes, porque es muy probable que las personas que tienen los mismos problemas sean del mismo sexo, y edad, nivel de escolaridad, nivel de ingreso y actividad profesional similar. Al utilizar la **segmentación**, la investigación del mercado político ayudará a que el candidato se **posicione**, o busque entre los distintos públicos a aquéllos que son más afines a sus propuestas, que se identifican con su personalidad o, en su caso, que lo obliguen a modificar su **imagen**, en función de la información que le proporciona la investigación tanto **cuantitativa** (la realizada por medio de encuestas a muestras representativas del universo poblacional cuyo resultado final podrá expresarse principalmente mediante datos estadísticos) como la **cualitativa**, que busca, a partir de entrevistas de profundidad, *focus groups* y otro tipo de técnicas encontrar las relaciones de carácter más bien psicológico, entre los individuos y los estímulos, representados por la personalidad de un candidato, sus propuestas, etcétera.

A partir de este tipo de estímulos, se entrevista a individuos y grupos de individuos, buscando elementos de corte cognitivo y emocional en sus opiniones y argumentos que permitan a los investigadores interpretar relaciones, emociones, identificaciones y rechazos de los posibles electores frente a los estímulos de una campaña política. Dada la dificultad y, en gran parte, la inaccesibilidad de los datos y la información de los estudios de tipo cualitativo en el ámbito electoral, en el caso del presente estudio haremos uso exclusivamente de la investigación que se ha realizado tanto en Brasil como en México de carácter cuantitativo y que apareció publicada y fue difundida públicamente. Éste ha sido el caso de una gran parte de las encuestas de opinión realizadas a partir de muestras representativas y no el de los estudios realizados bajo las técnicas del *focus group*, cuya difusión ha

sido muy limitada, por no decir que totalmente restringida y confidencial. ¿Significa esto que la investigación de tipo cualitativo es más importante que la cuantitativa? De ninguna manera, pero mientras la información de las encuestas aparece en los diarios, fundamentalmente bajo la forma de cuadros y gráficas estadísticas, que implica tener conocimientos mínimos de estadística para poder leer e interpretar los gráficos, la otra investigación tiene que ser presentada en algún formato de tipo explicativo y, por lo tanto, presenta conclusiones de antemano, no pidiendo al lector que las infiera, además, de ser una información mucho más exhaustiva que implica dedicar mayor cantidad de páginas para su presentación, situación que en los periódicos es siempre una limitación con respecto al espacio.

Los estudios y encuestas de opinión que analizaremos en este trabajo son principalmente los realizados con base en una muestra representativa y a partir de un cuestionario, por lo que forma parte de lo que definimos como investigación cuantitativa. Esto significa que las encuestas de opinión pueden medir con relativa fidelidad la *preferencia electoral*; por ejemplo, los que piensan votar por el PRI, PAN o PRD; una *conducta* (quienes efectivamente dicen haber votado por algunos de estos partidos o que se abstuvieron de hacerlo), cuantificamos a los que están a favor o en contra de una posición, es decir, *una actitud*. Por lo tanto, para poder ofrecer resultados confiables, necesita apoyarse en la estadística descriptiva y en la teoría del muestreo probabilístico.

Antes de adentrarnos en el muestreo, pieza fundamental para la elaboración de una encuesta, es importante hacer mención que, cuando se trata de sondeos electorales, la pregunta fundamental es: ¿si hoy fueran a celebrarse las elecciones, por cuál partido político (candidato) votaría usted? Este es el cuestionamiento clave que se hace en todos los sondeos y cuyo resultado se publica en los medios a través de cuadros de frecuencias. Sin embargo, esta pregunta, que a final de cuentas es lo que los investigadores llamarían un estímulo, se coloca en relación con un conjunto de variables; para conocer o averiguar en nuestro universo, representado a partir de una muestra, por cuál partido político votará un conjunto de individuos con distintas características. El supuesto básico de toda encuesta es que el hecho de votar por un partido o por otro es una situación que depende de las características propias de los individuos (sexo, edad, ingreso, escolaridad, ocupación) y de otros elementos, como sus percepciones sobre la situación del país, el hecho de que pertenezcan, participen o crean en un partido político, y la imagen que tiene de los partidos y candidatos. Por lo tanto, las razones o motivos del acto de votar o no votar dependen tanto de la percepción de los actores políticos como de la situación socioeconómica de cada uno de los entrevistados.

Seguiremos las dos principales corrientes de interpretación que acerca del comportamiento electoral surgieron en los Estados Unidos: la llamada escuela de Columbia, donde sobresale la figura de Paul Lazarsfeld, y la escuela de Michigan que, bajo la dirección de Angus Campbell y Phillip Converse, modificaron la visión que años antes había establecido la escuela de Columbia acerca del comportamiento electoral. El comportamiento electoral es una de las pocas conductas sociales a la cual se puede establecer un modelo conductual, semejante a los de la economía, en términos de la determinación de relaciones medios/fines, a diferencia de la multiplicidad de acciones que los seres humanos realizamos, que no siempre tienen finalidades claras. En el caso de los procesos electorales existe

mayor claridad en el propósito de la acción (elegir entre un número limitado de opciones, como en el caso del mercado), pues toda elección tiene un significado y entraña consecuencias que los actores podrán establecer en el futuro más o menos cercano. Además, la realización de procesos electorales se da en épocas determinadas, hay un calendario, y se efectúa una campaña proselitista en los medios masivos de comunicación para incentivar a los ciudadanos a que hagan una elección. Como la elección representa propiamente la acción de la opinión pública, el sistema político debe estar muy atento a su decisión y para las élites políticas este acto ciudadano tiene gran significación, ya que representa la continuidad o no de un grupo político en el poder.

Ante este conjunto de problemas, los grupos políticos y los investigadores han intentado plantear modelos alternativos que permitan explicar el proceso mediante el cual los individuos hacen uso de su derecho de votar y cómo la acción de los partidos, candidatos, campañas, medios y la publicidad influye en este proceso.

De ahí que Lazarsfeld, un científico social de origen austriaco, residente en los Estados Unidos, profesor e investigador de la Universidad de Columbia en Nueva York, junto a un nutrido grupo de investigadores, planteó en 1940 en plena Segunda Guerra Mundial, la realización de una investigación para detectar la influencia de los medios masivos de comunicación (la radio) en la definición de las intenciones de voto de la población.

Esta obra constituye un informe sobre el comportamiento político reciente del pueblo norteamericano; trata específicamente acerca del proceso que determina los votos durante una campaña presidencial. Cada cuatro años, el país es escenario de un experimento político en gran escala. Los elementos en juego son la propaganda política y la opinión pública. Los estímulos actuantes se componen de todo aquello que los dos partidos realizan para elegir sus candidatos. Y las ideas y los actos del pueblo durante la campaña representan las reacciones, que son el objeto de estudio y análisis de estas páginas.

Concentran nuestro interés todas aquellas circunstancias que determinan el comportamiento político de la población. En pocas palabras, nos encontramos frente al siguiente problema: descubrir cómo y por qué el pueblo se decidió a votar tal como lo hizo. ¿Cuáles fueron las principales influencias durante la campaña de 1940? (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet; 1960: 35).

La campaña de 1940, fue el pretexto para que el grupo de investigadores de la Universidad de Columbia realizara el primer gran estudio de las influencias en la toma de decisión electoral. Si bien el estudio es puntilloso y llega a distintas conclusiones, para nuestro propósito es importante situar la relación que establecieron entre las características sociodemográficas de los electores y su preferencia electoral; esto es, el sexo, la edad, el nivel educativo, la actividad laboral, la religión, el lugar de residencia (urbano/rural), el ingreso y el grupo de referencia determinaron la conducta electoral, más que las actividades de proselitismo de la campaña electoral.

Esto no significa que la propaganda política no influya, ya que poco más del 10% de los electores en aquél proceso cambiaron su intención de voto. Por otra parte, el grupo de investigadores de Columbia también determinó que más allá de lo que dicen los medios masivos de comunicación, el efecto más importante de la comunicación para influir en la decisión de los electores proviene más de la acción de los medios; de la actividad de los llamados líderes de opinión, con lo cual se estableció el famoso paradigma de la “comunicación en dos pasos”, en que los medios emiten un mensaje que, si bien es recibido por gran cantidad de personas, sólo tendrá éxito cuando un líder o una persona importante para una comunidad determinada no sólo certifica el valor del mensaje, sino que da cuenta de su credibilidad e importancia.

La investigación de Columbia no sólo determinó la importancia de las encuestas como medio para acceder a la opinión pública, sino que más allá de una discusión de tipo teórica, mostró el funcionamiento de la opinión pública acerca de un tema determinado, la forma específica en la que el tema actúa sobre los individuos, cómo la situación socioeconómica de los mismos fue importante para establecer su filiación política y cómo los medios no pueden actuar libremente y modificar las decisiones de las personas ya que, en la mayoría de los casos, las personas votan, compran y deciden en función de la manera en que deciden sus respectivos grupos sociales.

El término de la Segunda Guerra Mundial también representó el fin del liderazgo del Partido Demócrata, que había estado en el poder por más de quince años. El paradigma de la escuela de Columbia fue desplazado por una nueva investigación bajo el auspicio de Angus Campbell y Phillip Converse *The American Voter* (1964), y la realización de 2000 encuestas previas a la elección presidencial de 1952 y la 1956. En esta investigación se encontraron tres actitudes que explican el voto individual: la identificación con un partido político, el apoyo a ciertos temas en el ámbito de las campañas políticas (*issue votes*) y, por último, la imagen de los candidatos. Estas características fueron explotadas por los medios masivos de comunicación, principalmente por la televisión, medio que utilizó Eisenhower a través de *slogans* y promocionales, de treinta segundos de duración, con el estribillo de “*I like Ike*”. Para este candidato también se contrataron por primera vez los servicios de agencias de publicidad privada, las cuales produjeron no sólo los *slogans* y *jingles* para la campaña, sino que transmitieron un programa de televisión “*Eisenhower answers America*”. Este conjunto de estímulos se aunó a la idea de que una gran nación los Estados Unidos, necesitaba de un gran líder, Eisenhower, vencedor de la Segunda Guerra Mundial, para dirigirla en esta nueva fase de crecimiento y recuperación económica, y quitar del poder a los demócratas, los cuales eran identificados por sus programas sociales con los actuales enemigos, los comunistas, además de haberse corrompido por tantos años en el poder.

Aunque estas investigaciones no son las únicas sobre el comportamiento electoral, determinaron paradigmas en el ámbito de investigación de la opinión pública mediante encuestas de opinión, estableciendo el orden, el tipo, la cantidad de preguntas y el sentido de las mismas en un cuestionario. Así mismo fijaron la cantidad y periodicidad de la realización de encuestas y sondeos de opinión, el tamaño de las muestras, así como el tipo de análisis, los problemas específicos a

investigar y proporcionaron teorías y explicaciones para entender el efecto de los medios masivos de comunicación y su actuación en las campañas políticas y su acción sobre los electores.

2.5 Muestreo, cuestionario y análisis en la investigación cuantitativa.

La realización de una investigación cuantitativa, a partir de la elaboración de una encuesta, necesita la obtención de una muestra. La elaboración de un muestreo¹ es un método alternativo para capturar información de un **universo** poblacional, al cual difícilmente puede entrevistarse en su totalidad.

El universo o la población es el conjunto de los individuos, cosas, objetos o acontecimientos que tienen características semejantes: todos los individuos que tienen edad para votar, todos los alumnos que están inscritos en la universidad, etcétera. La **muestra** es el conjunto de casos seleccionados de una población determinada o una parte representativa del universo, mientras que el **muestreo** se refiere al proceso de selección de los sujetos, los elementos o casos de una población o universo. Para que una muestra sea adecuada, es necesario que los elementos seleccionados representen apropiadamente la población.

Es posible realizar distinto tipo de muestras. Usualmente los muestreos son probabilísticos o no probabilísticos. Los primeros son aquéllos en que interviene el azar en la selección de los componentes de la muestra. Se suele decir que una muestra es probabilística cuando todos los elementos que intervienen tienen las mismas posibilidades de ser seleccionados. Además, los muestreos probabilísticos suelen controlar los siguientes elementos: el error estándar (e), la desviación típica (s) y la posibilidad de que ocurra o que no ocurra un determinado evento ("p" y "q"). De esta manera, la muestra "n" se calcula a partir de la siguiente fórmula:

$$N = \frac{s^2(p \cdot q)}{E^2}$$

Además de los tipos de muestras a los cuales haremos referencia a continuación, para el cálculo de una muestra probabilística es importante tomar en cuenta la desviación típica, que suele considerarse como 1, 2 y 3; es decir, 68% de nivel de confianza, 95.5% y 99.7%. Esto significa que si tomamos en cuenta una curva de distribución normal, hasta una desviación típica, tendremos confianza que

¹ La teoría estadística ligada a los procedimientos para la construcción de muestras probabilísticas y no probabilísticas es muy amplia y extensa. Aquí, sólo nos referiremos a alguna de sus artes y a un número mínimo de autores: López Altamirano, A., Osuna, M., *Introducción a la investigación de mercados*, ed. Diana, México, 1976. Luque, T., *Investigación de marketing*, Ariel Economía, Barcelona, 1997; Mayantz, R., Holm, K., *Introducción a los métodos de la sociología empírica*, Alianza Universidad, Madrid, 1985; Scheaffer, Mendenhall, Ott, *Elementos de muestreo*, Grupo Editorial Iberoamérica, México, 1987.

el 68.8% de los casos de la muestra se acercarán a la media. Sin embargo, debido que este nivel de confianza no es suficiente al realizar una investigación, se requiere mayor nivel de confiabilidad, y para esto es preciso aumentar el tamaño de la muestra hasta dos desviaciones estándares, de forma que de cada 100 muestras, 95 de ellas se van a aproximar a la media, y cinco se desviarán. También debe controlarse el error muestral. Para el caso de las encuestas preelectorales se suelen utilizar errores que van desde el uno hasta el tres por ciento. El otro elemento que se controla al calcular un muestreo probalístico son los porcentajes "p" y "q", los cuales, sumados, dan el 100% para muestras en las que desconocemos la probabilidad que ocurra o no un evento, sustituyendo "p" y "q" por 50. Se suele decir que muestras de hasta dos mil integrantes es una cantidad suficiente para la realización de encuestas preelectorales, ya que, al aumentar el número de muestras a más de 2,000 entrevistas, el error muestral no disminuye sustancialmente.

De esta manera, una de las formas para comprender una encuesta electoral radica en conocer el tamaño de la muestra que se estableció, el nivel de confianza que se está utilizando y el respectivo margen de error. Algunas encuestas se hacen con muestras de 400 entrevistas sin tomar en cuenta el tipo de muestreo que se realizó, y con un nivel de confianza de hasta dos desviaciones estándares (2 sigma); es decir, 95.5% de confiabilidad, y un error muestral de hasta 5%. Esto significa que en el caso de la pregunta, "si hoy fueran a realizar se las elecciones, ¿por cuál partido político votaría usted?", si 45% de los entrevistados contestara que por el PRI, PRD o PAN, el resultado de la elección podría estar entre el 50% o el 40% de los votos. Es con este grado de certidumbre que se genera la predicción, lo que significa que cada vez que reducimos nuestro margen de error aumentamos el tamaño de la muestra, pero con menor error y, por tanto, nuestra predicción será más acertada o más próxima a la media del universo poblacional.

Sin embargo, no es suficiente haber calculado el tamaño de una muestra si no se elige un método de muestreo. Éstos pueden ser los siguientes:

a) Muestreo aleatorio simple: es el tipo de muestreo en que se eligen por sorteo los elementos que van a representar a la población. Para realizar este tipo de muestreo se debe contar con una lista de los integrantes de la población, como los boletos de un sorteo, la lotería, por ejemplo, o todos los números del directorio telefónico (el tipo de muestreo que en la actualidad se usa en los sondeos preelectorales en los Estados Unidos). Se suele decir que éste es el único tipo de muestreo posible, ya que permite conocer los parámetros de una población. Sin embargo, este muestreo no es posible en la mayoría de los casos, ya que no siempre se dispone una lista de una población determinada, como las personas que están en edad para votar, por ejemplo, aunque podamos acceder al Padrón Electoral, que es el mejor listado de los posibles y probables votantes, pues el hecho de seleccionarlos para su posterior investigación suele ser poco práctico y muy costoso.

b) Muestreo por estratos: a pesar de que los miembros de una población determinada poseen una característica similar, tienen otras que los hacen distintos,

como el sexo, la edad, escolaridad, el nivel de ingreso, etcétera. Este muestreo se hace cuando no se tiene una lista completa de la población o ésta es heterogénea -como usualmente son la mayoría de las poblaciones-. En este caso se divide a la muestra en distintos estratos de conformidad con las características censales, para obtener mayor precisión frente al azar.

“Las muestras estratificadas provienen de la división previa de la población en estratos. Cuando los estratos de la muestra tienen el mismo tamaño, se dice que el muestreo es uniforme o desproporcional; cuando son proporcionales a los estratos de la población, se habla de muestreo proporcional; y cuando además se tienen en cuenta la desviación típica (si se conoce), de muestreo óptimo. Sin embargo, a veces conviene dividir los estratos en grupos más pequeños, llamados conglomerados. Una vez que tenemos los estratos y los conglomerados de la muestra se hace intervenir el azar. Si se entrevista a todos los elementos de los conglomerados de la muestra, se habla de muestreo en una sola etapa; si se elige después una muestra al azar en cada uno de los conglomerados, tenemos un muestreo bietápico; y si el proceso se prolonga en varias etapas y se eligen al azar las diferentes muestras hasta dar con el entrevistado, se habla de muestreo polietápico. Por ejemplo, cuando se hace intervenir el azar para elegir una ciudad entre muchas, un distrito de la misma, una calle, una vivienda, un piso, una puerta y una persona de la unidad familiar.

El total de las personas a entrevistar se decide al principio en función de los objetivos y costes, pero después una vez conocidos los estratos de la población, se van eligiendo sucesivamente al azar los elementos de cada estrato muestral. El muestreo estratificado (polietápico) y aleatorio facilita la realización de las encuestas y garantiza la elección de todas las unidades de las muestras al azar, controlando el error muestral. Es el tipo de muestreo que utilizan normalmente las encuestas de opinión (Monzón, *op. cit.*, p. 169).

El muestreo polietápico por conglomerados, que define Monzón, es uno de los más utilizados para la realización de las encuestas de opinión, ya que usualmente no se tiene un listado de las personas en edad de votar y aunque lo tuviéramos -como es el caso del padrón electoral-, es muy costoso ir a localizar a cada una de las personas seleccionadas por este medio. De allí que sea mucho más económico y práctico seleccionar una muestra por métodos aleatorios y en distintos pasos de los parámetros que pueden localizarse el censo de población: la cantidad de hombres y mujeres, los distintos grupos de edad, la división de la población en población urbana y rural, el tamaño y el peso de las ciudades o localidades, y así sucesivamente.

Esto sería con respecto a los llamados muestreos de tipo probabilístico. En referencia a los muestreos no probabilísticos, uno de los más utilizados es el muestreo por cuotas o proporcional. Este tipo supone una estratificación de la población y la elección de cuotas proporcionales en las muestras, en función de los estratos en que se haya dividido a la población. Es un muestreo fácil y barato, muy utilizado en los estudios de mercado y en las encuestas de opinión, debido a que

los estratos de la población están probablemente representados y el error muestral no se considera.

Tras revisar brevemente los elementos fundamentales para que una encuesta de opinión o de cualquier tipo sea considerada técnica o científicamente válida con algunos elementos que la respalden, abordaremos la confección del cuestionario, que es otro elemento importante. En toda investigación, la delimitación del problema constituye una de las dificultades centrales. Para el caso de las encuestas de opinión, el cuestionario se integra cuando se responde: ¿qué vamos a preguntar? El cuestionario se puede definir como "la serie de preguntas que se refieren a algún tema o grupo de temas relacionadas, enviados o dados a un grupo escogido de individuos con objeto de reunir datos acerca del asunto o problema que se estudia" (Warren, 1973, p.77). También son importantes aspectos la forma en que están redactadas las preguntas -el fraseo-, la naturaleza de las mismas, el orden en que aparecen en el cuestionario, etcétera, ya que tendrán influencia directa en el resultado de la investigación. Usualmente en un cuestionario se utilizan preguntas abiertas, cerradas o dicotómicas, de opción múltiple, así como preguntas en forma de escala. Las preguntas abiertas permiten al entrevistado responder con mayor libertad y son de difícil tabulación, mientras que las preguntas cerradas dan poca libertad a los encuestados. Un buen cuestionario se articula alrededor del problema y debe incluir baterías de preguntas de todos los tipos anteriormente mencionados. También debe estar relacionado con los objetivos de la investigación. Es importante probar con anterioridad todo cuestionario, ya que el tipo de preguntas y su ordenamiento siempre son importantes y pueden determinar o influir en su resultado.

Los cuestionarios deben tomar en cuenta el tipo y la forma de la tabulación, la posibilidad de análisis y el tipo de resultados que se esperan obtener. Si bien no es nuestro propósito en este trabajo crear un manual de investigación con base en encuestas, creemos que con esta somera explicación hemos establecido que en un cuestionario no se hacen preguntas sin ton ni son, sino que el cuestionario es la forma mediante la cual se intentan esclarecer los problemas planteados al inicio de la investigación.

Haremos referencia ahora a la manera en que se presentan los resultados de las encuestas de opinión, qué elementos son fundamentales para poder juzgar su utilidad, función o el uso que los medios le están dando, así como la forma en que sus resultados son presentados, lo que puede significar intentos, por parte de los medios, para influir o inducir tanto a los electores como a partidos y candidatos a creer en los resultados que se reportan.

Según Fernando Solís Cámara, al hablar del carácter predictivo de las encuestas deben tomarse en cuenta los siguientes criterios y elementos:

Aspectos técnicos. Existen diversos factores que pueden afectar la validez de una encuesta, como deficiencias en el diseño de la muestra (por ejemplo cobertura, dispersión, aleatoriedad, etcétera), la incorrecta elaboración de los cuestionarios (por ejemplo, mal fraseo de las preguntas o sesgo en éstas), la nula o insuficiente capacitación de los encuestadores y el tipo de entrevistas (en el domicilio, la vía pública o por teléfono).

En la definición de las características de cada estudio es importante considerar el nivel de confiabilidad y el margen de error. Definido el tamaño de la muestra, conforme aumenta el nivel de confiabilidad deseado se incrementa necesariamente el margen de error, y viceversa.

La cercanía de la elección. Mientras más cercana está la fecha de la votación los resultados tienden a ser más precisos, dado que están sujetos a la influencia de un menor número de eventos. Además conforme se aproxima la fecha de la votación, los acontecimientos relacionados con el proceso electoral tienen mayor impacto en la preferencia.

El número de mediciones. A medida que se cuenta con un número mayor de mediciones de la preferencia, con muestras comparables, aumenta la capacidad para obtener tendencias de votación y predecir su resultado.

La asignación de votantes indecisos. Ésta es fundamental para cuantificar la preferencia electoral; sin embargo, no hay un acuerdo sobre la forma más adecuada para proceder su asignación (*op. cit.*, p. 171).

Además de estos factores, se pueden incluir en esta lista la coyuntura político-social: los acontecimientos políticos, económicos y sociales que pueden llegar a afectar la actitud de los electores en el momento en que son cuestionados sobre su preferencia política. Uno de los casos más comentados fue la elección que tuvo lugar en 1991 en Nicaragua, donde los sondeos mostraban que el Frente Sandinista llevaba una gran delantera a su más cercana contendiente, Violeta Chamorro, hecho que confundió a la mayoría de los observadores políticos -hasta a la propia CIA-, de tal suerte que hasta el día de la elección se conoció la preferencia política de los nicaragüenses que, por temor, ocultó su intención de voto hasta el último momento. Aunque es muy poco probable que las personas no expresen con claridad sus preferencias políticas en los países no democráticos, en el medio rural, y en situaciones donde el encuestado no siente confianza, estos son casos relativamente aislados y no es muy frecuente que, como sucedió en Nicaragua, todo un país exprese una preferencia política y actúe en sentido opuesto. Como veremos en el caso de México, muchos analistas políticos han intentado desacreditar la realización de encuestas, aludiendo que la población generalmente miente y engaña. Pese a que es posible que así sea, lo que es imposible demostrar es en qué momento un encuestado dice realmente la verdad, ya que no sólo los encuestadores cuestionan a la población, sino también los periodistas y analistas políticos se dirigen a la población e intentan encontrar el sentir de la opinión pública, y aunque es muy probable que las personas mientan, escondan o no manifiesten abiertamente su sentir, esta situación se da en todos los ámbitos y no sólo con las encuestas de opinión.

Para concluir esta sección plantearemos lo que dice WAPOR (*World Association of Public Opinion Research*, por sus siglas en inglés). Al presentar los resultados de un sondeo de opinión pública en un medio masivo de comunicación, es fundamental que se informe al lector: a) quién es el patrocinador, b) la fecha de realización, c) el tamaño, marco y diseño muestral, d) las preguntas y la forma exacta como se les formuló, e) los lugares en que se aplicó y, f) el nivel de confianza y margen de error. Con estos elementos, los lectores de cualquier medio masivo de comunicación podrán estar más informados tanto de los antecedentes

del sondeo, como de sus finalidades y alcances. Aunque éstas sean características más bien formales, el hecho de que se encuentren presentes o no en el momento en que se difunden los resultados de una encuesta no determinan su influencia y persuasión en la opinión pública ni en la capacidad de modificar los juicios, preferencias, predisposición e intención de voto de un público determinado. Sin embargo, el hecho de disponer de tal cantidad de elementos posiblemente proporcione a los lectores mejores condiciones para comprender los propósitos del estudio.

Además del propósito de influir, que en determinado momento podría asociarse a las demás modalidades de acción propias de una campaña electoral, la función fundamental de la encuesta es precisamente **medir** o mostrar la dimensión del conjunto de personas al interior de la opinión pública que están interesadas o que simpatizan con cierto grupo político, con sus iniciativas y propuestas. Por lo tanto, la función de una encuesta de opinión es prospectar, dimensionar, clasificar y segmentar a los grupos sociales, ya no por las características de clase, sino mediante sus opiniones, afectos, aceptaciones o rechazos; cuantificar, tanto en el caso de los políticos como en el de los gobiernos, cuántas son las personas que los apoyan, en qué temáticas, y al mismo tiempo, decir al público qué cantidad de personas piensan, consumen, actúan y votan de la misma manera que ellos, ya que con esto no sólo generan identidad, sino aíslan a las minorías y comunican a las mayorías.

Las encuestas de opinión en la actualidad conjuntan elementos que son indispensables en una sociedad informatizada, ya que si bien la información es un hecho fundamentalmente **objetivo**, es decir, los sujetos tienen más o menos información en la memoria de una computadora o en la cantidad de libros, periódicos y revistas que lee o a los cuales se encuentran suscritos, las fuentes a las cuales acceden poseen un elemento **subjetivo**, como prestigio y reputación entre sus lectores, y, por lo tanto, deben tener la capacidad de influirlos.

Un medio, una encuesta, tiene mayor influencia, y más prestigio entre el público lector, y al mismo tiempo, mayor cantidad de seguidores, o **confianza** y **credibilidad** hacia este medio, cuando logra que las encuestas que publica, además de las modalidades objetivas (la forma de su presentación), tengan la capacidad de predecir el resultado y que los lectores del medio en cuestión sientan confianza y lleguen a creer en tales resultados. En estos términos estará influyendo en sus lectores, así como estableciendo en el ámbito de la opinión pública elementos que hacen posible modificar, mantener o transformar la opinión pública. Por lo tanto, la inclusión de encuestas de opinión en los medios masivos de comunicación puede tanto dar como quitar prestigio a los mismos, así como influir o predisponer a la opinión pública contra ciertos medios, cuando el público sospecha de contubernio entre un medio, un candidato, un partido o una posición política o ideológica.

Los usos y la importancia de las encuestas de opinión en la actualidad se encuentran en los siguientes rubros:

- a) Las encuestas pueden disminuir la incertidumbre de los resultados electorales al establecer un posible y probable resultado de la contienda electoral.
- b) Mediante las encuestas se establece la llamada "carrera de caballos" (*horse race*) con la cual se llama la atención de los electores, al tiempo que los medios, los candidatos y los partidos pueden posicionarse mejor frente a los electores con base en estos resultados; sirven además para que los partidos y candidatos establezcan sus respectivas estrategias frente a los medios, donantes y con los propios votantes.
- c) Las encuestas posicionan a los medios, les pueden dar y quitar prestigio y, en el periodo electoral, les permite aumentar su circulación y ventas, así como la posibilidad de influir más directamente en los electores y apoyarlos en el establecimiento de criterios para tomar decisiones antes de votar.
- d) Las encuestas pueden tener dos funciones adicionales: una de ellas es informar, ya que, mediante las encuestas, los lectores de los diarios pueden informarse del estado de la contienda electoral, lo que puede servir como un apoyo al momento de tomar una decisión. Sin embargo, también los resultados de las encuestas pueden servir como un medio para publicitar la situación y la posición de un candidato y con esto intentar ganar adeptos al actuar como medio de influencia y, por lo tanto, servir como publicidad en un formato no publicitario.

Empero, ¿cuál es el resultado de una encuesta de opinión? Una encuesta de opinión nos permite conocer la opinión de diferentes públicos, o de grupos determinados de personas que se identifican con una misma temática, problema o asunto. Por lo tanto, las encuestas nos conducen a un producto fundamental de toda la sociología, una clasificación de las personas que piensan votar, por ejemplo, por un cierto partido, que están de acuerdo con cierto candidato, y que comparten características como sexo, edad, nivel educativo e ingreso. De tal suerte que las distintas opiniones significarán una postura para cierto tipo de públicos con respecto a cierto tipo de problemas, lo cual permite al investigador no sólo construir una clasificación, sino plantear hipótesis con respecto a la conducta futura de los electores o de la ciudadanía en general.

Capítulo III

México: elecciones y encuestas de opinión 1988-1994

3.1 Historia y elecciones

Una de las hipótesis que nos ha guiado en el transcurso del presente trabajo ha sido la idea de que, pese a su incorporación en los procesos modernizadores, los países latinoamericanos no habían logrado una plena democratización, situación que ha comenzado a cambiar. Por ello se dice que estos países se encuentran en un periodo de transición. Hemos afirmado también que los procesos de modernización no son ni continuos ni constantes, ya que en algunos ámbitos, como el caso del sistema político, la mayor parte de los países, desde la declaración misma de sus independencias, se habían llamado a sí mismos democráticos, régimen que ha tenido gran dificultad para solidificarse en la región, pasando por golpes de estado, gobiernos militares, gobiernos *de facto* y democracias de papel.

En algunos casos, como el mexicano, que es excepcional en el sistema político, el acceso al poder se ha dado de manera atropellada. Después del fin del gobierno de Porfirio Díaz, y con el término del periodo revolucionario, se han realizado elecciones en el país de manera casi ininterrumpida; no han sucedido golpes de estado ni han existido gobiernos militares o dictatoriales, con la excepción del gobierno de Victoriano Huerta, ya que aun los militares que han llegado al poder (del general Álvaro Obregón hasta Manuel Ávila Camacho) lo hacían mediante elecciones. Pero el sistema político mexicano, por lo menos hasta 1988, había sido un sistema de partido hegemónico, tal como lo define Sartori (1987), hasta que sucedió una elección muy competida. Es importante señalar, sin embargo, que ya se habían dado con anterioridad procesos más competidos, como el de 1940 (Meyer, 1982), cuando Manuel Ávila Camacho compitió con el general Juan Andrew Almazán, y en el cual el primero ganó por amplio margen, o en el caso de la elección de Adolfo Ruíz Cortínez, que compitió contra el general Miguel Henríquez y donde se repitió la misma situación. Tales procesos no concluyeron con modificaciones sustanciales al sistema político y, si bien éste mostró fisuras, continuó teniendo la característica de partido único o casi único. Por lo tanto, aunque no se pueda afirmar que el sistema político-electoral mexicano siempre ha sido el mismo, podemos otorgarle características que lo determinan: es un sistema de partido hegemónico, autoritario, centralizado, en el que la figura central y principal ha sido la del presidente de la república, mientras que los otros poderes, como el legislativo y el judicial, han estado subordinados a él.

Sin embargo, y a partir de la Reforma Política que emprendió José López Portillo en 1977, comenzó un tímido y aún interminable proceso de reforma del sistema político mexicano para volverlo más competitivo, menos hegemónico, más creíble, con una mayor cantidad de actores, más partidos políticos, así como con autoridades electorales más imparciales y profesionales. En este sentido puede decirse que en México, como en América Latina en general, ha comenzado un

proceso hasta ahora ininterrumpido de reforma y transición política, pese a que dicha transición no ha concluido. En México ya se han celebrado por lo menos dos elecciones presidenciales más competitivas, además de elecciones locales, estatales y municipales con base en nuevas leyes y con nuevas autoridades electorales; de ahí que en 1997 surgiera una nueva Cámara de Diputados y un Senado mucho más plural.

Esto no significa que se haya alcanzado la democracia plena, ya que los partidos políticos existentes son demasiado pragmáticos, con poca iniciativa política, gran disposición a estar manejados por líderes personalistas y carismáticos, además de encontrarse en una sociedad que les muestra mucha desconfianza, a lo que se suma el asedio de movimientos sociales con cortes fundamentalistas, revolucionarios y con intentos de llegar a la materialización de la "solución final", una sociedad igualitaria, sin conflictos, pese a que la mayor parte de estos movimientos sociales no cree en la democracia formal ni en los procesos electorales.

Lo que nos interesa de este proceso es dar cuenta de esta aparente nueva situación del sistema político y de partidos que hacen posible la aparición del fenómeno de las encuestas de opinión que, según nuestra hipótesis, sólo aparecen en la escena política cuando existe incertidumbre acerca del desenlace de los procesos electorales y un nivel determinado de competencia entre partidos políticos y candidatos. Por lo que resulta necesario, tanto para los partidos políticos como para sus candidatos, contar con medios que les permitan tener, si no la certidumbre de quién va a resultar ganador en las elecciones, por lo menos algún tipo de predicción, o anticipo acerca de los principales problemas de la población, de qué políticos y personajes resultan conocidos y quiénes pudiesen resultar victoriosos en una confrontación política. De esta manera, la democracia y la participación política se incluyen en el sistema político no con el solo propósito de hacer que la gente tome las decisiones políticas, sino como una forma de hacerlos partícipes al decidir quiénes son los que tomarán las decisiones.

3.2 Elecciones en el periodo de los caudillos

¿Cómo han sido los procesos político-electorales mexicanos en el presente siglo?

De acuerdo con uno de los analistas más lucidos de la realidad mexicana, Lorenzo Meyer (1984), quién no solo constata la longevidad del régimen sino también su amplia continuidad:

Desde una perspectiva electoral, el sistema político mexicano contemporáneo ha sido caracterizado como multipartidista pero no competitivo, debido al predominio casi absoluto de un partido oficial y a la consiguiente debilidad de los partidos de oposición (*op. cit.*, p. 69).

En este contexto, el sistema electoral y el sistema de partidos en México han estado sometidos a un sistema político que, si bien se define como una

democracia en términos formales, defenta como una de sus características más importantes el autoritarismo. Es por eso que Roderic Ai Camp (1995) lo define como semiautoritario, corporativista, dominado por el estado, dirigido por una élite burocrática y un ejecutivo centralizado, cuya figura central ha sido el gran articulador de las demandas y de la distribución de los recursos, y que se encarna en la figura del presidente de la República. La figura presidencial que, aun cuando en este singular sistema democrático tiene su contra peso supuesto en un poder legislativo y en un poder judicial, ha basado su continuidad y manutención en la aceptación de una gran parte de las fuerzas políticas en las que el presidente de la República concentra el poder. Él es el árbitro político y, el hecho de que las distintas fuerzas acepten su dirección, control y arbitrio, influyen en el sentido que han tenido y tienen en la actualidad los procesos electorales. Si la institución presidencial tiene la capacidad de decidir por encima de la población a su sucesor, se convierte automáticamente en el gran fiel de la balanza política del país.

Las elecciones y su estudio en sistemas "no clásicos" como el mexicano no es un hecho que carezca de sentido. Por un lado, el ritual electoral fue desde un principio un elemento indispensable para dar y sostener la legitimidad del sistema, tanto internamente como ante la comunidad internacional. Las campañas políticas que anteceden a las elecciones obligan a los futuros gobernantes, incluso en sistemas autoritarios, a definir acciones pasadas y metas futuras en términos ideológicos y por tanto generales, lo que al menos por un momento los fuerza a abandonar el pragmatismo cotidiano y asumir compromisos; finalmente, y quizás éste sea el elemento más importante en el caso mexicano, las elecciones -en particular las presidenciales- desatan un gran cúmulo de fuerzas hasta entonces contenidas en el interior del grupo gobernante, lo que necesariamente lleva a una reestructuración del equilibrio interno, que quizás perdure hasta la siguiente elección. En el caso mexicano, la selección del candidato presidencial oficial fue, y sigue siendo, el momento de mayor vulnerabilidad del sistema, pero una vez que ésta se resolvió, la nueva composición de fuerzas produjo una cierta renovación de los cuadros directores, lo que generalmente les permitió reflejar de manera más realista la naturaleza de la coalición en el poder. En México, y seguramente en otros sistemas similares, es en la lucha interna del grupo en el poder, y no en la confrontación electoral con una oposición siempre en desventaja y generalmente débil, donde se expresó la verdadera dinámica política de la lucha por el poder (*op. cit.*, p. 69-70).

Esta cita nos permite comprender la situación que se vivió en casi todo el siglo XX, con un sistema político cuya legitimidad no derivaba de los procesos electorales, pero que jamás pensó en dar por terminado el sistema de elecciones no competitivas aunque plurales, ya que dicho sistema le permitía relacionar a los distintos candidatos con las demandas de la población, además de tener la posibilidad de que la población conociera y se aproximara a su futuro gobernante - en el caso de la elección presidencial-, y de que él mismo los conociera

directamente, renovara los mecanismos simbólicos de relación entre el poder y sus súbditos, al tiempo que hacía renacer la esperanza en millones de ciudadanos de que el próximo presidente les haría justicia y resolvería finalmente sus centenarios anhelos.

Considerando la elección de 1910, cuando Porfirio Díaz fue electo por una amplia mayoría con cerca del 98% de los votos, en el siglo XX se realizaron en México 19 elecciones presidenciales, en las cuales solamente en dos de ellas, la de 1988 y 1994, hubo alguna competencia. No fue sino hasta la elección de 1929 cuando existió formalmente un partido político, el Partido Nacional Revolucionario (PNR)¹, y solo hasta 1952, se presentaron otros partidos políticos a la contienda electoral. De estos, únicamente uno de ellos, el Partido Acción Nacional (PAN), ha seguido participando en los procesos posteriores, ya que la Federación de los Partidos del Pueblo (FPP) y el Partido Popular (PP) ya no existen o carecen de registro. Asimismo, en 1976 sólo el Partido Revolucionario Institucional (PRI) presentó un candidato, José López Portillo, mientras que en las elecciones de 1970, 1976 y 1982, las candidaturas de los priístas Luis Echeverría Álvarez, José López Portillo y Miguel de la Madrid Hurtado fueron apoyadas por el Partido Popular Socialista (PPS) y por el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM). Sin embargo, también una coalición, la formada por el PARM, PPS, Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN) y el Partido Mexicano Socialista (PMS), apoyó a Cuauhtémoc Cárdenas, un político que había renunciado al propio PRI, y que representó el inicio de la transición política electoral en el país.

¹ El Partido Nacional Revolucionario (PNR) fue creado en 1929 por el presidente Plutarco Elías Calles, baluarte del régimen revolucionario, fue sustituido más adelante por el Partido de la Revolución Mexicana (PRM) y luego se transformó, a instancias del gobierno de Miguel Alemán, en el actual Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Cuadro I. Resultados de elecciones Presidenciales en México 1911-1940

Año	Candidatos	Partidos	Votos	%
1910	Total		18,827	100
	Porfirio Díaz Mori		18,625	98.83
	Francisco I. Madero		196	1.04
	José I. de Limantour		6	.03
1911	Total		20,145	100
	Francisco I. Madero		19,997	99.26
	Francisco León de la Barra		87	.43
	Emilio Vázquez Gómez		16	.08
	Otros		45	.22
1917	Total		812,928	100
	Venustiano Carranza		797,305	98.08
	Pablo González		11,615	1.43
	Álvaro Obregón Salido		4,008	.49
1920	Total		1,181,550	100
	Álvaro Obregón Salido		1,131,751	95.79
	Otros		49,799	4.21
1924	Total		1,593,257	100
	Plutarco Elías Calles		1,340,634	84.15
	Ángel Flores		252,599	15.85
	Otros		24	.00
1928	Total		1,670,453	100
	Álvaro Obregón Salido		1,670,453	100
1929	Total		2,091,106	100
	Pascual Ortiz Rubio	PNR	1,947,848	93.55
	José Vasconcelos		110,979	5.33
	Rodrigo Rodríguez Triana		32,279	1.12
1934	Total		2,265,971	100
	Lázaro Cárdenas del Río	PNR	2,225,000	98.19
	Antonio J. Villareal		24,395	1.08
	Adalberto Tejeda		16,037	.70
1940	Total		2,637,582	100
	Manuel Ávila Camacho	PRM	2,476,641	93.90
	Juan Andreu Almazán		151,101	5.73
	Rafael Sánchez Tapia		9,840	.37

Fuente: México Social, *Banamex*, México, p. 391, 1998

En esta aproximación a los procesos electorales en México, hemos establecido una primera clasificación que va de la última elección porfirista -la de 1910-, a la última de la etapa cuadillista de la Revolución Mexicana, la de 1940, ya

que a partir de ahí no sólo surgió una nueva Ley Electoral, la de 1946, sino que apareció el PRI y se formaron los primeros partidos políticos nacionales. Pese a que la ley electoral era bastante más laxa antes de este periodo, incluyendo a la propia etapa revolucionaria, existieron muchos partidos políticos: el propio PNR y su transformación a Partido de la Revolución Mexicana (PRM) es prueba de que las organizaciones políticas estaban a la zaga de los caudillos y jefes revolucionarios, los cuales, cuando no podían llegar al poder, intentaban dar un golpe de mano y hacerse de éste por la fuerza o por el fraude.

Durante el porfiriato, las elecciones se desarrollaron a través de clubes que se organizaban, efímera y débilmente, en vísperas de elecciones y desaparecían o permanecían en un estado latente, cuando aquéllas se consumaban. Don Porfirio y sus jefes políticos, por otra parte, no dejaron surgir clubes electorales opositores. Había grupos de cierta significación nacional que incluso llegaban a autodenominarse "partidos", tales como los "científicos" o los reyistas (seguidores del general Bernardo Reyes), pero que no eran propiamente tales. Estos grupos giraban en torno a don Porfirio, sin cuya anuencia no promovían acción abierta alguna. Ambos eran grupos reducidos, aunque con clientelas populares más o menos extendidas, que aspiraban a suceder a Díaz en la Presidencia, cuando éste se retirara (Paoli, 1984, p. 131).

De acuerdo con esta cita entre la época porfirista y el periodo de constitucionalista no sólo hubo una continuidad debido a la ausencia de partidos políticos, a la legislación electoral propiamente dicha, sino también a causa de la inexistencia de una real competencia política. Tanto en un periodo como en otro, *los ganadores de las elecciones triunfaron siempre con márgenes abultados*, lo cual nos permite intuir la posibilidad de manipulación y fraude electoral.

En efecto, prácticamente no había organizaciones políticas, ya que el Partido Nacional Antirreleccionista (PNA), organización estructurada alrededor de la figura de Madero y que participó en la campaña de 1910 contra Díaz, desapareció. Madero organizó el Partido Constitucional Progresista (PCP) para la contienda de 1911; Francisco León de la Barra fue apoyado por el Partido Católico, mientras que Emilio Vázquez Gómez, que antes había estado con Madero en el Partido Antirreleccionista, se lanzó de manera individual. Al llegar Madero al poder, uno de sus primeros actos políticos fue promulgar una nueva ley electoral para crear la figura de los partidos políticos. Para que fuesen reconocidos y pudiesen participar en las elecciones, debían contar con 100 miembros y la publicación de por lo menos 16 números de un periódico dos meses antes del proceso electoral. Sin embargo, durante un largo periodo los partidos se hicieron y rehicieron bajo circunstancias específicas como las propias elecciones, ya que hasta 1911, tanto en la última elección porfirista como en la primera en la época de Madero, ambos candidatos recibieron casi la totalidad de los votos, lo que hace dudar tanto de la validez del escrutinio como de su legitimidad.

Con el establecimiento del gobierno revolucionario se estableció una nueva ley electoral, proceso descrito por Meyer (1984). Aun cuando se limitaba la

constitución de partidos políticos apegados a credos religiosos y raza, decretaba que aunque el voto es universal y secreto, los electores debían escribir en la boleta el nombre de su candidato y, en caso de ser analfabetos, como la mayoría del pueblo mexicano, decir en voz alta el nombre de su elegido, lo cual posibilitaba que se manipulara la votación. Los procesos electorales siguientes hasta 1946, año de la elección de Miguel Alemán, estuvieron fundados en la ley electoral de 1918, promulgada el 6 de febrero de ese año. Sin embargo, en agosto se le hicieron adiciones y surgió una nueva ley electoral que, pese a su simplicidad, no permitía la creación de un sistema real de partidos ni una auténtica competencia electoral, ya que uno de los elementos esenciales en los procesos electorales subsecuentes fue el hecho de que "las primeras cinco personas que llegasen la casilla, fuera del partido que fueran, tenían la responsabilidad legal de "dirigir" la votación" (*op. cit.*, p. 136). Esta circunstancia significó en la práctica que, en muchos de los procesos electorales, el partido en el poder hacía que sus militantes tomaran por asalto las casillas para fraguar la victoria de sus candidatos.

El periodo que va de la elección de Venustiano Carranza hasta la elección de Manuel Ávila Camacho se caracteriza por la lucha de caudillos y la ausencia de un partido político dominante, ya que, como se advierte, la mayor parte de las organizaciones políticas fueron creadas para hacer posible la llegada al poder de un jefe político, que fue el caso del Partido Liberal Constitucionalista (PLC) que apoyaba a Venustiano Carranza. Pero cuando este partido cayó de la gracia del Barón de Cuatrociénegas, esta organización prácticamente desapareció. Cuando el general Obregón se postuló para ocupar la presidencia, se apoyó en dos grupos políticos: el Partido Nacional Agrarista, dirigido por Antonio Díaz Soto y Gama, y el Partido Nacional Cooperativo, que estaba comandado por Jorge Prieto Laurens, pero que después de apoyar al levantamiento delahuertista salió de la escena política. También Obregón se apoyó en un partido organizado por el líder sindical Luis Napoleón Morones, el Partido Laboral Mexicano. El periodo de los "partidos-caudillos" llegó a su auge cuando el caudillo de caudillos, Plutarco Elías Calles, organizó el Partido Nacional Revolucionario y, debido a que Calles era más fuerte que su propio partido y los candidatos que este partido proponía, México vivió bajo la crisis del Maximato por la que desfilaron, hasta la elección de Cárdenas, tres presidentes: Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Abelardo L. Rodríguez.

Si bien Cárdenas se apoyó en el PNR, para su elección tuvo que deshacerse del general Calles para poder gobernar, además de crear una organización a su imagen y semejanza, el Partido de la Revolución Mexicana, efímera organización política que sirvió hasta la llegada al poder de Manuel Ávila Camacho. La elección de este presidente, el cual puede considerarse como el último de la etapa de los caudillos, así como la siguiente elección de Miguel Alemán Valdés en 1946, contó con una nueva Ley Electoral que con sus nuevas exigencias prácticamente hizo desaparecer todas las organizaciones políticas que hasta aquél entonces habían combatido a los distintos partidos oficiales, muchas de ellas organizadas única y exclusivamente para un proceso electoral, como el caso del Partido Revolucionario Unificado Nacional (PRUN), creado alrededor de la figura del general Juan Andrew Almazán, que después de esta elección desapareció.

Al hacer un recuento desde antes del periodo revolucionario hasta la Ley Electoral de 1946 en México, se encuentran un sinnúmero de organizaciones políticas, cuya mayor parte se constituía alrededor de la figura de un líder político, como el caso del Partido Liberal Mexicano (PLM) o el Partido Reeleccionista, que fueron algunas de las siglas que utilizó Porfirio Díaz en sus distintas elecciones hasta 1910, o el propio Madero, que creó primero el Partido Nacional Antirreeleccionista (PNA), con el que combatió la dictadura de Díaz, para fundar, después el Partido Constitucional Progresista (PCP) en la elección de 1910.

En el periodo posrevolucionario se crearon varias organizaciones políticas con pretensiones nacionales, como el Partido Liberal Constitucionalista (PLC), el Partido Nacional Cooperativo (PNC), el Partido Socialista Obrero (PSO), el Partido Laborista Mexicano (PLM), el Partido Comunista Mexicano (PCM) y el Partido Nacional Agrarista (PNA). Muchas de estas organizaciones, como se dijo, fueron efímeras, no persistieron en ocasiones ni a un proceso electoral y se utilizaron antes bien para el juego político entre distintos caudillos².

3.3 Elecciones en el periodo de la Revolución Institucionalizada

Para algunos politólogos, como Juan Molinar Horcasitas (1991), a partir de 1946 comenzó un nuevo periodo que abarcó hasta 1963, -el formativo-, para seguir con el que bautizó como clásico (1963-1976) y al cual siguió el postclásico (1977-1985). Si bien esta clasificación difícilmente puede ser objetable, la intención de la clasificación de Molinar es dar cuenta fundamentalmente de las modificaciones de la legitimidad del sistema político mexicano. Para lograr esta legitimidad de manera continua y constante, el sistema político mexicano se valió de diversos métodos: hacer modificaciones a las leyes electorales, incluir y excluir a partidos políticos obteniendo *de facto* condiciones para perdurar en el poder y lograr los apoyos que tanto la sociedad como los partidos y el propio sistema electoral les permitía entre otras situaciones.

Nuestro interés por el análisis y la comparación de los procesos electorales mexicanos va más en el sentido de mostrar cómo en un primer periodo, aun cuando el sistema se legitimaba vía elecciones, únicamente existían caudillos, ya que los partidos políticos eran prácticamente inexistentes -incluso el del propio régimen-, y aparecían y desaparecían cada vez que había una contienda. De ahí la necesidad del presidente Calles de crear una fuerza política, el PNR, que después Cárdenas transformó en el PRM. Este periodo, que hemos denominado "de los caudillos", concluye con la aparición del PRI, la institucionalización de la Revolución, y los gobiernos civiles que comenzaron con Miguel Alemán y concluyeron con la elección de Miguel de la Madrid. Durante este largo proceso se encuentran los acontecimientos de 1968, considerados por muchos como un parte aguas en el proceso político que, sin embargo, no determinaron ningún cambio en

² Intelectuales, como José Vasconcelos, quien al disputar la elección de 1928, no tenía una sigla política y se apoyó hasta en el Partido Antirreeleccionista creado por Madero el cual, después de su desaparición, los herederos de los hermanos Vázquez Gómez intentaron reinstaurar.

términos electorales, ni en el ámbito de la legislación. Tales cambios sólo vieron la luz con la Reforma de López Portillo en 1977. Pese a estas transformaciones, la transición política mexicana y la aparición de un sistema más competitivo no comenzaron sino hasta las elecciones de 1988, cuando en el ámbito electoral ya no sólo había nuevas instituciones político electorales, sino también la posibilidad de que un candidato de oposición ganara las elecciones y que los partidos que lo respaldaban no fuesen flor de un día.

Con la defección de la Corriente Democrática en el PRI y la aparición de dos candidatos de oposición, Cuauhtémoc Cárdenas por el Frente Democrático Nacional (FDN) y Manuel J. Clouthier por el PAN, comenzó una nueva era en la competencia política en México.

Cuadro II. Resultado de Elecciones Presidenciales en México				
1946-1982				
Años	Candidatos	Partidos	Votos	%
1946	Miguel Alemán Valdés	PRI	1,789,901	77.91
	Ezequiel Padilla	PAN	443,357	19.33
	Enrique Calderón R.		33,952	1.48
	Jesús Agustín Castro		29,333	1.28
1952	Adolfo Ruiz Cortínez	PRI	2,713,419	74.32
	Miguel Henríquez G.	FPP	579,745	15.88
	Efraín González Luna	PAN	285,555	7.82
	Vicente Lombardo Toledano	PP	72,482	1.99
1958	Adolfo López Mateo	PRI	6,767,754	90.43
	Luis H. Álvarez	PAN	705,303	9.42
	Otros		10,346	.13
1964	Gustavo Díaz Ordaz	PRI, PPS	8,368,446	88.82
	José González Torres	PAN	1,034,337	9.42
	Otros		19,402	.21
1970	Luis Echeverría Álvarez	PRI	11,970,893	86.02
	Efraín González Morfín	PAN	1,945,070	13.98
1976	José López Portillo	PRI	16,727,993	100
1982	Miguel de la Madrid	PRI	16,747,006	70.99
	Pablo Emilio Madero	PAN	3,700,045	15.68
	Arnoldo Martínez Verdugo	PSUM	821,995	3.48
	Ignacio González Golláz	PDM	433,886	1.85
	Rosario Ibarra de Piedra	PRT	416,448	1.76
	Manuel Moreno Sánchez	PSD	48,413	.20

Fuente: México Social, Banamex, p. 392

Una de las diferencias fundamentales entre el primer periodo -el de los caudillos-, y este segundo de la Revolución Institucionalizada radica no sólo en la

aparición de un partido, sino en que éste sustituyó a las organizaciones políticas de los caudillos que hicieron posible el triunfo de jefes revolucionarios como Madero, Obregón, Calles, Cárdenas y Ávila Camacho. Con los cambios introducidos en la Ley Electoral de 1946, se intentó crear, entre otras cosas, un sistema de partidos nacional. Sin embargo, se planteó un conjunto de características que debían tener los partidos políticos, y que pocos podían cumplir. De ahí que la organización política, el Partido Democrático Mexicano, creado en 1946 por Ezequiel Padilla, contrincante de Alemán, recibiera el apoyo del Partido de Acción Nacional (PAN) de reciente creación.

En la ley de 1946 se establecieron condiciones muy difíciles de satisfacer para los partidos políticos, por ejemplo:

- a) Contar con un número de miembros no menor de treinta mil en la República, siempre que, por lo menos, en dos terceras partes de las entidades federativas se organice legalmente con por lo menos mil ciudadanos en cada una;
- b) Obligarse a normar su actuación pública por la constitución federal y a respetar las instituciones que ella establece;
- c) Hacer constar en su acta constitutiva la prohibición de aceptar pactos o acuerdos que los subordinen a una organización internacional, o depender o afiliarse a partidos políticos extranjeros;
- d) Adoptar una denominación propia y distinta, acorde a sus fines y programa político, la cual no podrá contener alusiones de carácter religioso o racial;
- e) Organizarse conforme a las bases que establece la ley;
- f) Obligarse a encauzar su acción por medio pacíficos, y
- g) Formular una declaración de principios y un programa político que contenga las finalidades y el señalamiento expreso de los medios que pretenden adoptar en su actividad gubernamental para resolver los problemas nacionales” (*op. cit.*, p. 146).

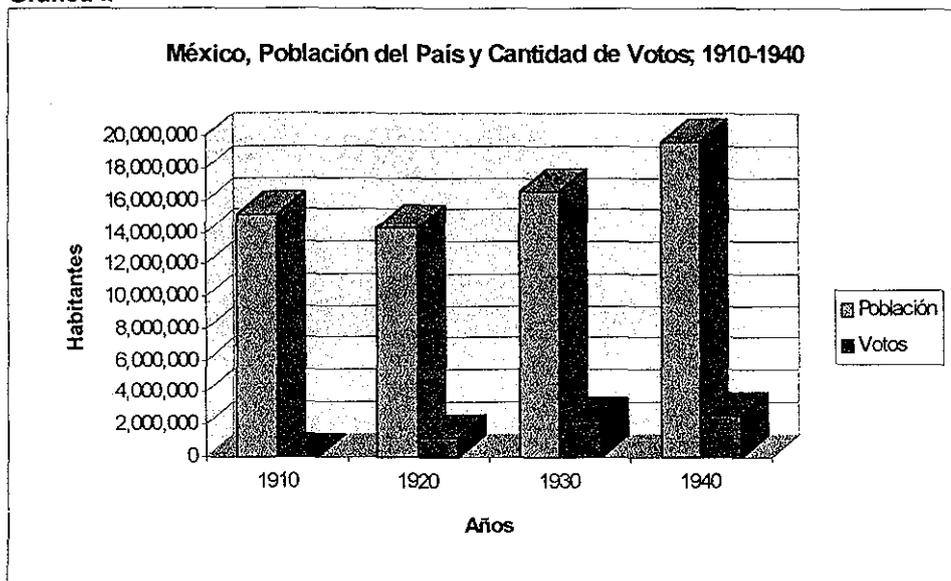
Este conjunto de exigencias dio por resultado que se estableciera un sistema electoral y de partidos más estable para las elecciones posteriores a la de Alemán, ya que a partir de la elección de Ruiz Cortínez, además del PRI y del PAN (que de ahora en adelante serían una presencia obligada en los comicios), apareció por última vez la Federación de los Partidos del Pueblo (FPP), que apoyó al general Henríquez, o el Partido Popular de Vicente Lombardo Toledano que después asumió el nombre de Partido Popular Socialista (PPS)³. Después de la elección de Ruiz Cortínez, y al desaparecer la FPP, no fue sino hasta la Reforma Electoral planteada por López Portillo que surgieron nuevas organizaciones políticas, principalmente de izquierda, como el Partido Comunista Mexicano, que si

³ El Partido Popular Socialista (PPS), después de la elección del Presidente Adolfo Ruiz Cortínez, no presentó candidato propio sino hasta la elección de Miguel de la Madrid, junto con el PARM, ya que en la elección de 1988 apoyó a Cuauhtémoc Cárdenas al hacer parte, con otras organizaciones políticas, del Frente Democrático Nacional.

bien no participó en la elección de López Portillo, sí estuvo en el proceso de 1982 junto con otros grupos políticos, como el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT) y el Partido Socialista de los Trabajadores (PST). Sin embargo, para los comicios de 1982, el Partido Comunista ya se había transformado en el Partido Socialista Unificado de México (PSUM), proceso en el cual también compitió una organización de derecha, el Partido Democrático Mexicano (PDM), y una organización de centro, el Partido Social Demócrata (PSD).

Pese a la apertura en esta elección, encontramos una situación que se había mantenido constante a lo largo del siglo XX: la capacidad del PRI y de los partidos que lo antecedieron, de ganar los procesos electorales con amplios márgenes. Si analizamos las elecciones que se sucedieron entre 1917 hasta 1940, cuando fue electo Ávila Camacho, se observa que los partidos oficiales ganaban con 94.4% de los votos, lo que significa que el papel de la oposición era prácticamente inexistente, por lo menos en términos electorales. Esto no implica que no existiera una activa vida política en el país, sino que, antes bien, la lucha política parecía no pasar por los cauces político electorales, aunque cada vez que se llevaban a cabo elecciones, aparecían dentro de la élite política algunas personalidades que pretendían capitalizar el descontento, como Vasconcelos o Almazán. Otro elemento importante era la cantidad de votos con los cuales se ganaban las contiendas electorales, ya que en el primer periodo, tanto Díaz como Madero recibieron una cantidad de votos ínfima, no más de 20,000, mientras que Carranza se aproximó al millón, y Ávila Camacho recibió 2,600,000 votos

Gráfica 1.

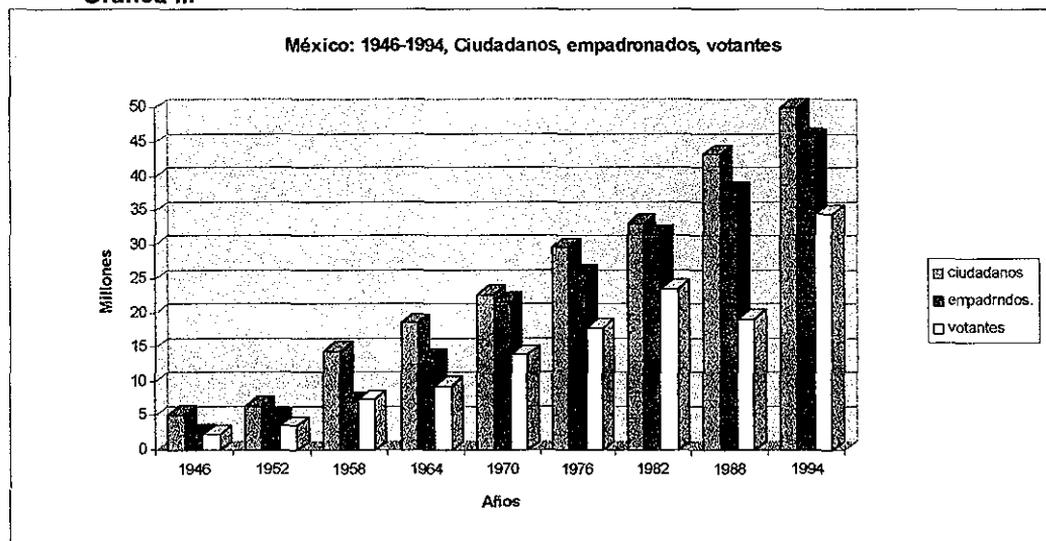


Fuente: *op. cit.*: 22 y 391

Como podemos observar en la gráfica anterior, la posibilidad de votar y de participar en las elecciones era bastante reducida, ya que la Ley Electoral de 1910 establecía que cada 500 ciudadanos empadronados podían elegir a un elector.

Hasta la Revolución Mexicana, las elecciones fueron más bien indirectas, pues no todos los ciudadanos podían votar, lo cual cambió con la Ley Electoral de 1918 que permitió que todos los ciudadanos de sexo masculino, mayores de 18 años, si eran casados y de 21 años si eran solteros pudieran votar. Esto significa que gran parte de la población, incluyendo a las mujeres, no gozaba de este fundamental derecho. En 1953, con la reforma a la Constitución, se estableció la igualdad de derechos de la mujer y el hombre. Aunque la mayoría de edad era a 21 años, esta modalidad cambió en 1969 al otorgar el derecho de voto a los ciudadanos de 18 años de edad.

Gráfica II.



Fuente: *op. cit.*: 391

En las gráficas anteriores, se observa que el proceso de ampliación del derecho de voto fue paulatino. Tanto que entre 1910 y 1940 había una gran diferencia entre la población del país y la cantidad de personas que participaban en los procesos electorales. Vale la pena explicar que en la Gráfica I se compara la población total del país con la cantidad de votantes, mientras que en la Gráfica II, la comparación se hace entre la población en edad de votar, los empadronados y los votantes efectivos. Con las modificaciones hechas tanto en 1953 (voto de la mujer), como en 1969 (voto a los 18 años), cambió sustancialmente la diferencia

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

entre la cantidad de ciudadanos, los empadronados y, finalmente, los votantes. Esta relación ya se observaba con mucha claridad a partir de 1964, pues mientras en 1946 únicamente 46% de la población en edad de votar se había empadronado, en 1970 el 95% de la población se había dado de alta en el padrón electoral. Sin embargo, el interés por participar en los procesos electorales no ha sido semejante, ya que el abstencionismo ha tenido variados porcentajes. Por ejemplo, entre 1946 a 1982 pasó de un nivel de 55% a poco menos del 30%. Empero, en gran parte de las cifras electorales de esta época se encuentra siempre la duda con respecto a los resultados, aunque en el largo periodo entre 1946 hasta 1982 se puede encontrar una etapa, de un amplio dominio político del partido en el poder, apoyado por la legislación electoral (que, pese a las modificaciones, sufragio femenino y disminución de la edad, seguía fundamentada en la de 1946), así como una situación económica estable. El gobierno de Luis Echeverría fue el último proceso electoral en el que existió una situación muy semejante a las elecciones inmediatas anteriores, ya que el PRI mantuvo su hegemonía, recibiendo en estos cuatros procesos electorales 85% de los votos, en promedio, siendo el punto más alto del régimen la elección de López Portillo quien, que al no tener opositores, ganó la totalidad de los sufragios.

De esta forma, las elecciones, los resultados y los votos no son un indicador eficiente de la situación política que vive un país, ya que, pese a la arrolladora maquinaria política del PRI, el sistema se encontraba tanto con explosiones sociales como con los vaivenes de la situación económica. Creemos que, por un lado, la aparición de irrupciones sociales, como la de 1968 entre otras, aunada a las periódicas crisis económicas, erosionaron las condiciones de vida de los grupos que, irónicamente, habían sido los más beneficiados con algunos de los resultados del proceso revolucionario: las clases medias, los grupos sociales urbanos y los que pudieron acceder a los beneficios del nuevo régimen (educación gratuita, servicios urbanos, servicios médico y seguridad social), mientras que los grupos sociales con condiciones de vida más precarias fueron, paradójicamente, los más asiduos votantes del partido oficial.

La hegemonía política del PRI fue de tal magnitud, que cuando López Portillo fue electo con el 100% de los votos sin ningún contrincante, llegó el momento, no sólo por la coyuntura económica, sino también por la explosividad política existente, de hacer un conjunto de reformas para abrir paulatinamente el sistema político, situación que, aunada a las reformas posteriores y a las crisis económicas y políticas recientes, crearon la nueva faz del sistema político mexicano, dando la posibilidad de que la opinión pública y la llamada sociedad civil tuvieron posibilidades de manifestarse con mayor amplitud.

3.4 Modernización y aparición de la investigación de la opinión

Tras haber situado la modernización de México y de la propia América Latina a partir de los procesos de independencia, es claro que es en el presente siglo cuando arribamos con más claridad a una sociedad moderna. Weber y otros teóricos, como Gino Germani (1989), permiten plantear un conjunto de indicadores que caracterizan a la modernidad y que van desde los procesos de separación,

fragmentación, atomización y especialización de distintos ámbitos de la sociedad, hasta la constitución de una sociedad urbana, con alfabetización, servicios urbanos (drenaje, pavimentación, luz eléctrica, transporte, educación, etcétera), industrialización, aumento del ingreso, aparición del sector terciario de la economía, disminución de las defunciones por enfermedades, disminución de la cantidad de nacimientos, etcétera. El conjunto de las transformaciones, según Germani, se relaciona con transformaciones en tres ámbitos: el económico, político y social. Aunque no sea el objetivo del presente apartado discutir si el proceso de modernización efectivamente ocurrió, lo que sí es posible afirmar es que existió un conjunto de transformaciones en la sociedad mexicana que mostraron procesos de crecimiento económico sostenido, el cual permitió e hizo factible la aparición de nuevos grupos sociales con nuevas perspectivas y necesidades. Muchas de las consecuencias de estas transformaciones se encuentran en casi la totalidad de los ámbitos de la vida económica, política, social y cultural de México.

La Revolución Mexicana no sólo generó una nueva institucionalidad política, sino también creó a la sociedad y a sus integrantes con sus posiciones, roles y status. Este nuevo estado de cosas permitió el surgimiento de los grupos campesinos y de una nueva clase media ligada al aparato del Estado, a la educación estatal, a las distintas agencias burocráticas, al tiempo que creó a los grupos empresariales, y a la propia clase obrera. El Estado Mexicano monopolizó el desarrollo y aplicó sus criterios a las principales riquezas del país, así como a los medios de comunicación, o simplemente entregó concesiones a partir de cierto tipo de compromisos. Por lo tanto, surgió un monopolio político, económico y cultural que solamente se hizo visible con las crisis políticas, sociales, económicas y con el surgimiento de grupos sociales y grupos de poder que, en un momento dado, podían aspirar e intentaban rivalizar con el Estado y obtener algunas tajadas del poder.

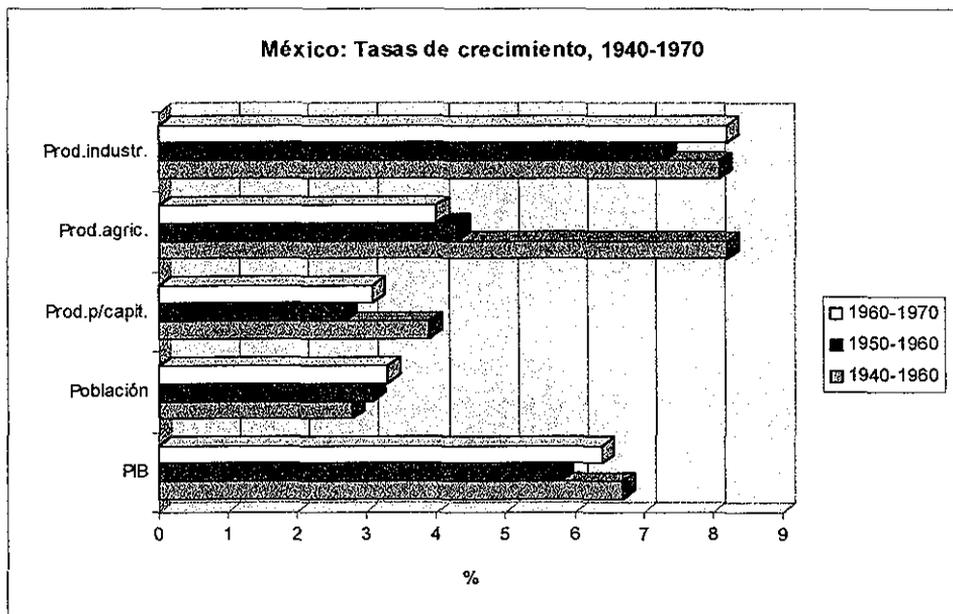
Cuando el Estado ya no podía monopolizar el desarrollo económico, controlar el poder y la participación política, monopolizar la visión del mundo y la construcción de la cultura, surgieron nuevas voces, visiones y concepciones que permiten pensar que en la sociedad comenzaban a proliferar diferentes opiniones y versiones y, con ello, la aparición de una opinión pública con un criterio propio e independiente del Estado.

No se quiere sugerir que la opinión pública no existía sino que, por un largo periodo, principalmente después de la Revolución Mexicana, eran mínimas las posibilidades de manifestación de voces y opiniones diferentes y que la gran mayoría de los medios masivos de comunicación se encontraba asociada y articulada al Estado, al partido y a los grupos dominantes, favorecida por sus relaciones con los gobernantes en turno. Fue sólo con las crisis políticas y económicas mundiales recientes, como la caída del muro de Berlín y la desaparición de la Unión Soviética, con lo cual persistió únicamente el modelo de la democracia estadounidense, e impidió que los países periféricos, como México y las dictaduras de América Latina, pudieran justificar su situación.

Con el fin del periodo de la Revolución Institucionalizada y el inicio de un periodo de transición hacia un sistema político más competitivo, la posibilidad de alternancia política se consideró como el fruto de un conjunto de circunstancias

que van desde los resultados de la modernización, hasta las distintas crisis políticas, económicas y el cambio en la correlación de fuerzas en el ámbito mundial. Esta nueva situación permitió manifestaciones más plurales en el ámbito de la política local.

Gráfica III



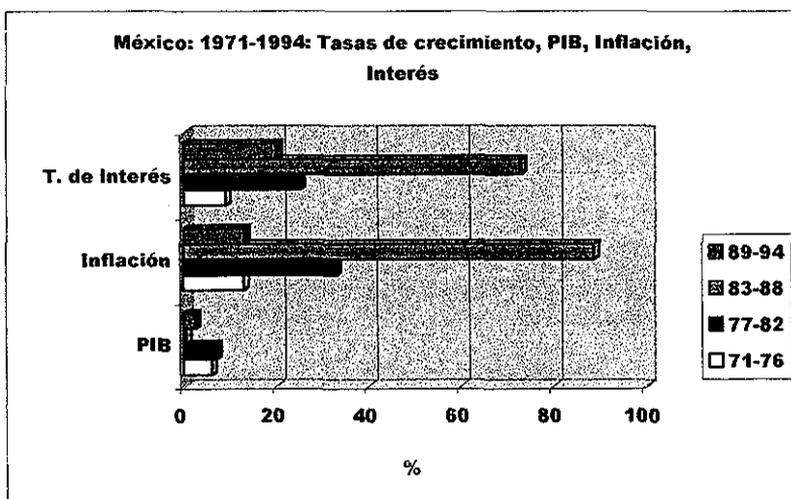
Fuente: Hansen, R., *La política del desarrollo mexicano*, p. 58, México, 1984

Al hacer uso de un conjunto de indicadores, se puede entender por qué el periodo desde 1940 hasta mediados de los años setenta fue llamado el "Milagro Mexicano", ya que presentó buenos niveles de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), aumento de la población urbana, disminución de la rural, así como crecimiento continuo de la producción industrial, elevación del ingreso *per cápita*, aumento de la esperanza de vida y descenso en la tasa de natalidad. Sin embargo a mediados de los setenta, y en los años ochenta y noventa, aparecieron las crisis recurrentes con sus secuelas de devaluación, inflación, reducción de empleos, etcétera. Este conjunto de factores, aunado a una sociedad con mayores niveles educativos, más urbanizado y con acceso a mayor cantidad de información sobre la situación interna y la internacional, han permitido una sociedad más plural, teniendo en cuenta la propia incapacidad de los gobiernos para obstaculizar a esta sociedad y evitar que se forme una opinión pública cada vez más crítica, desvinculada y sometida al aparato del Estado y a su partido. Esta sociedad exigía

mayor pluralidad en los medios masivos de comunicación y comenzó poco a poco a modificar su voto, el cual antes se volcaba casi completamente al partido oficial.

La hipótesis que planteamos y que se verifica de manera particular para México, y para Brasil, es que aun cuando el proceso de modernización en estos países no ha conducido a un proceso semejante al seguido por los Estados Unidos y los países de Europa Occidental, sí modificó la estructura económica, social, urbana y comunicativa. Sin embargo, la transformación política, es decir, la posibilidad de compartir el poder, apenas comienza a delinearse y plantea, entre otras transformaciones, las siguientes:

Gráfica IV



Fuente: *Reforma*, 21 de junio de 1995.

el establecimiento de mayor respeto a los derechos individuales (asociación, expresión, reunión, etcétera), modificaciones en la legislación electoral, imparcialidad de las autoridades electorales, la incorporación de mayor cantidad de partidos políticos, mayor igualdad y equidad en la contienda política a partir de una distribución de mayores recursos para los partidos políticos, así como acceso equitativo a los medios masivos de comunicación.

Empero, ¿qué relación mantienen estas transformaciones con la aparición y la utilización de los sondeos de opinión y de una mayor capacidad de expresión de la opinión pública? Por un lado, es un hecho que con el aumento de la población han aumentado los servicios de comunicación que se producen en el país (radio, televisión, periódicos), al tiempo que, al diversificarse la población, ésta ha modificado el consumo de este tipo de servicios, buscando fuentes alternas de información, y acceso a otros medios.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Con la urbanización del país cada vez es más difícil para el gobierno y su brazo político, en este caso el PRI, dirigir, controlar y obligar por distintos medios a la población a votar por sus candidatos mediante amenaza, chantaje e intercambio de favores, aunque estas prácticas no se han extinguido y aún persisten en localidades rurales y en poblaciones donde vivir implica hacer cierto tipo de intercambios de favores para recibir servicios como agua potable, alumbrado, transporte, clínicas, etcétera. En otros contextos, la propia posibilidad de subsistencia, como en el caso de los vendedores ambulantes, aún se encuentra condicionada en los apoyos al partido oficial. Sin embargo, como la posibilidad de ejercer el derecho del voto usualmente se hace en los lugares donde uno habita y no donde uno trabaja, cada vez es más difícil obligar a las personas a votar por un partido u organización política, lo que ha significado una disminución de poder de los líderes corporativos, como Fidel Velásquez que ofreció en la elección de 1988 veinte millones de votos de los agremiados tanto de los sindicatos obreros, campesinos y del sector popular del PRI al candidato de este partido.

A partir de esta situación, los medios masivos de comunicación, y en particular la publicidad, se vuelven elementos fundamentales para la conquista del beneplácito de los electores. Si éstos necesitan ser convencidos de las bondades de las ofertas de partidos y candidatos, es necesario la creación de estrategias comunicativas para relacionar a partidos y candidatos con los electores. Una de las modalidades para poder realizar este proceso es mediante el conocimiento de las necesidades de los electores y del impacto que las campañas ocasionan en su percepción, y una de las formas más mediatas para poder detectar esto es partir de la realización periódica de sondeos de opinión, que posibilitan a los partidos y a sus candidatos mediciones más o menos exactas de la influencia de las campañas en la opinión pública, al tiempo que se constituyen en un medio para influir en la toma de decisión de los electores hacia candidatos y partidos.

Los sondeos y encuestas de opinión, de acuerdo con De la Peña (1994), ya se realizaban en México desde los años cuarenta, cuando la *Revista Tiempo*, dirigida por Martín Luis Guzmán, realizó uno de los primeros sondeos de opinión para conocer la postura de los mexicanos con respecto al ingreso del país a la Segunda Guerra Mundial. Esta primera experiencia no obtuvo eco sino hasta 1954, cuando Rogelio Díaz Guerrero publicó su *Sicología del Mexicano*, y Rafael Segovia elaboró el informe sobre *La politización del niño mexicano*, publicado por El Colegio de México. Sin embargo, los investigadores extranjeros, como Gabriel Almond y Sidney Verba (1963), fueron quienes comenzaron a realizar estudios para detectar algunos de los elementos más importantes de la cultura política. Pero la encuesta y los sondeos de opinión sólo revistieron importancia en el país, a raíz, fundamentalmente, de la experiencia de la investigación de mercado y los estudios de audiencia realizados por empresas como BIMSA (que en los años setenta comenzó a publicar un mapa mercadológico de la ciudad de México), Nielsen, INRA, BURKE y otras empresas de la esfera privada.

No fue sino hasta los años ochenta que Enrique Alduncin publicó el primer volumen de su estudio, intitulado *Los valores de los mexicanos* (1986), al cual le siguieron dos volúmenes más que, bajo la misma tesitura, intentaban complementar otros contextos, principalmente las cuestiones de orden político.

Además de este trabajo el Centro de Estudios Educativos publicó en 1987 *Cómo somos los mexicanos*, obra semejante a la de Alduncin que, a partir de una encuesta aplicada a 1837 personas entre 13 y 72 años, investigaba un conjunto de actitudes de la población sobre valores políticos, religiosos, morales y familiares, etcétera. Años después, apareció bajo la firma de varios investigadores del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, *Los mexicanos de los noventa* (1996), obra que, a partir de una encuesta realizada en 1994 en el ámbito nacional a una muestra de 3,415 personas, indagaba actitudes y valores de la población frente a un conjunto de temas como cambio, modernización, política, cultura, políticas públicas, etcétera. Se puede consignar también el trabajo de Miguel Basáñez, *El pulso de los sexenios* (1990), quien también recientemente publicó un breve artículo en la Revista *Este País* (2000), donde reseña y enlista muchas de las encuestas realizadas en México en los últimos años.

El proceso de modernización y de transformación de la sociedad planteó un mayor conocimiento y difusión de las encuestas de opinión como medio para informar a las élites políticas de los deseos, necesidades, opiniones y actitudes de las masas, fundamentalmente urbanizadas, así como de su naturaleza de medio publicitario utilizado por las mismas élites como modalidad para influir en la toma de decisiones de los distintos grupos sociales que participan en los procesos electorales. En México esto quedó marcado por los procesos recientes de industrialización, modernización y urbanización, así como por las distintas crisis, principalmente las que han modificado las condiciones del desarrollo económico del país.

Con el cambio de estas tendencias, se transformaron las lealtades políticas, haciendo que las masas y grupos urbanos que anteriormente votaban de manera casi unánime por el PRI, y que aceptaban las elecciones como un mero trámite y uno de los múltiples rituales del régimen, comenzaran a buscar nuevas opciones políticas fuera del PRI y de sus organizaciones satélites, como la Confederación de Trabajadores de México (CTM), la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), la Confederación Nacional Campesina (CNC) y un sinnúmero de nombres, siglas y logotipos que unían de la base a la cúspide a la sociedad mexicana con el partido y el gobierno.

Probablemente la mayor transformación de la sociedad mexicana en las últimas décadas del siglo fue percatarse de las incontables crisis económicas que habían mermado su patrimonio, el futuro de sus hijos, sus posibilidades de una vejez segura, la división social de la actividad política en México donde el gobierno gobernaba, los individuos cuidaban de sus asuntos privados y así sucesivamente. Por lo tanto, la sociedad y sus integrantes debieron reiniciar un retorno a la actividad política y romper el monopolio que de ésta había hecho el gobierno, su partido y sus organizaciones políticas clientelares.

Esto significa que, a medida en que el Estado abandonaba la rectoría de la economía y el ordenamiento de todo tipo de actividad, la sociedad y sus miembros, al no sentirse en deuda con él, comenzaron a buscar otras alternativas políticas y, por lo tanto, a redirigir su voto. Paralelamente, el partido oficial ya no tenía condiciones, principalmente en los centros urbanos, de obligar a los individuos a votar por él, ni a participar en sus organizaciones.

En términos de la teoría de la transición, lo anterior se denomina **liberalización**, es decir, la posibilidad de que los individuos tomen sus decisiones sin ninguna cortapisa. A partir de aquí las decisiones tomarán la forma aparente de que uno decide por sí mismo y en función de sus propios principios. En este momento, los medios masivos de comunicación se desarrollan y se necesitan nuevas formas de coerción y de dominio. Las encuestas se transforman entonces en un poderoso auxiliar en esta dinámica, ya que posibilitan la medición de este proceso de toma de decisiones. Por lo tanto, las encuestas se convierten en un instrumento de conocimiento de estas realidades cada vez más lejanas para los políticos, gobernantes, partidos políticos y de los propios medios masivos de comunicación. Es decir, los ciudadanos, cada vez más atomizados, fragmentados y dispersos, sólo se comunican y/o llegan a conocer las demandas, consignas, intereses y definiciones de las élites políticas a través de los medios. De la misma manera, en virtud de que los políticos y gobernantes no tienen posibilidad de acceder a los deseos y necesidades de los grandes contingentes sociales, una forma de palpar esta opinión pública y medir al mismo tiempo la eficacia de las técnicas y prácticas de persuasión es mediante los sondeos y encuestas de opinión.

Si bien han existido algunos intentos de medir la cultura política del mexicano (el trabajo pionero en este sentido fue el de Almond y Verba, *The civic culture*, 1965), la mayor parte de ellos han quedado en el ámbito de la actividad académica no serán sino a partir de la elección de 1988, cuando las opiniones, actitudes, preferencias políticas e inclinaciones partidistas comenzaron a aparecer en la prensa cotidiana y, más allá de los expertos, los resultados de sondeos y encuestas de opinión no sólo desempeñarían un papel importante y protagónico, sino que los encuestadores, sus empresas, métodos y técnicas participarán activamente de la discusión política.

En el caso mexicano, como en el brasileño, la transición política, la liberalización del régimen y la aparición de un sistema más competitivo en términos políticos se asocia al fracaso del gobierno y de las instituciones políticas oficiales para impedir la aparición de fenómenos recurrentes. En México, las distintas crisis económicas y las espirales devaluatorias tuvieron como punto terminal la fractura al interior del PRI y la aparición de la Corriente Democrática. Estos, como apunta Jaime González Graff (1989), son los momentos culminantes de una crisis política que comenzó y terminó al interior del propio PRI.

Aunque no se pueda afirmar que la opinión pública en México era inexistente antes de las elecciones de 1988, sí es posible decir que, a partir de las distintas crisis políticas y económicas que se han dado en el país y que tuvieron uno de sus climas en el movimiento estudiantil de 1968, ciertas capas de los distintos grupos sociales, que habían sufrido afectaciones en diversos momentos, comenzaron a buscar cauces para expresar su inconformidad con el régimen, mediante los partidos políticos, los movimientos sociales, las protestas, las elecciones y hasta los medios masivos de comunicación.

Por lo tanto, no se quiere afirmar que la opinión pública surgió como tal en México, sino más bien que no sólo aparecieron nuevos grupos, sino que muchos integrantes de grupos y organismos, que en el ámbito de las cúpulas estaban

integrados al partido oficial, comenzaron a actuar por su propia cuenta y riesgo. Esto significa que promesas como las que había hecho Fidel Velázquez de que el candidato del PRI en las elecciones de 1988, Carlos Salinas de Gortari, triunfaría con veinte millones de votos, a partir de la suma aritmética de los integrantes de las organizaciones obreras afiliadas al PRI, los miembros de grupos campesinos y aquellos participantes del sector popular, resultaron inciertas. Esta sencilla operación mostró toda su ineficacia en las elecciones de 1988, el mayor descalabro del partido oficial, y el momento en que la otrora inquebrantable solidez del PRI reveló sus fisuras y su incapacidad para ganar el beneplácito de las masas sin incurrir en otro tipo de artimañas.

3.5 Encuestas de opinión y las elecciones de 1988.

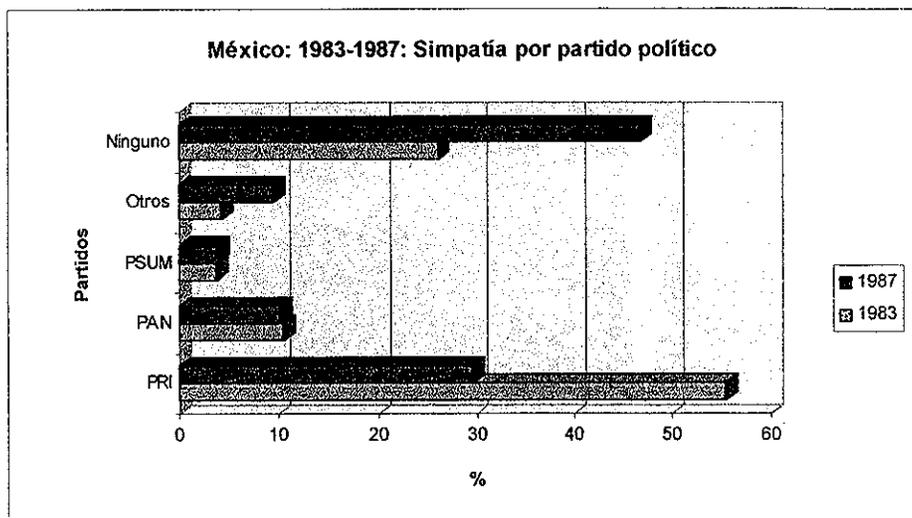
Las encuestas electorales habían carecido de importancia en México, ya que los resultados se podían anticipar con relativa facilidad. Sin embargo, de acuerdo con Irma Campuzano (1989), ante las condiciones de la contienda de 1988, por primera vez el resultado de los comicios se volvió incierto:

En las elecciones de 1988 la situación fue distinta, pues por principio la población mostró mucho más interés en el proceso que en ocasiones anteriores. Entre los factores que contribuyeron a crear este clima destacan: la división interna del PRI; los efectos de la crisis económica en el comportamiento electoral; la fuerza adquirida por el PAN en las elecciones estatales; la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas a la Presidencia; el poco arraigo de la candidatura de Salinas de Gortari; y, sobre todo, el hecho de que por primera ocasión los candidatos de la oposición se plantearon la expectativa de triunfar frente al candidato del PRI. Todo ello determinó la voluntad de llevar a cabo sondeos por parte de diversos medios de comunicación, partidos políticos, particulares y grupos académicos (*op. cit.* p.89-90).

Además de este tipo de razones, es posible agregar otras causas, a partir de algunos analistas del proceso, para explicar la fuerte oposición que tuvo Salinas de Gortari en esta contienda por parte de los nuevos adversarios, y no sólo del PAN o del FDN, sino de su propio partido que mucho contribuyó para su derrota. Al no poder usar parte de la maquinaria que controlaba a las centrales obreras, a los grupos campesinos y al sector popular, Salinas debió consolidar su triunfo desde antes en los medios masivos de comunicación, y un auxiliar importante para esto fueron las encuestas de opinión. Esta fue probablemente una de las razones por las que este instrumento comenzó a popularizarse en las elecciones de 1988.

Pero, como apuntan otros analistas, las distintas crisis económicas y políticas del régimen habían mermado el apoyo social con que hasta antes de 1988 contaba el PRI. En una encuesta que publica Basáñez en su obra *El pulso de los sexenios* (1990), nos muestra cómo la simpatía por el PRI disminuyó entre 1983 y 1987.

Gráfica V



Fuente: Basáñez M., 1990: 217

Como se observa en esta gráfica, si bien el PRI contaba en 1983 con más del 55% de la simpatía política, a partir de la crisis de 1987 perdió la primacía. Sin embargo, ningún partido lo sustituyó, antes hubo una gran cantidad de electores que aún no se definían por la oposición y esperaban el anuncio de los candidatos; por lo tanto, un candidato con estima, popularidad y la confianza de la población podría haber sido electo. Es muy probable que Salinas no tuviera estos atributos, pero aunque no contaba con la totalidad de la maquinaria del partido, sí contaba con el apoyo de los medios, y una de sus modalidades era la utilización de las encuestas, que podían ayudar si lo colocaban como la primer preferencia política del electorado. No se quiere afirmar, ya que carezco de evidencias tangibles, que ésta haya sido una de las estrategias de la campaña de Salinas de Gortari, pero el análisis nos permite encontrar alguna explicación para su aparición en un escenario, que si bien nuevo y más competido, no era radicalmente diferente a elecciones anteriores. No existía por parte de la ciudadanía un fuerte apoyo, a pesar de la crisis y de los partidos de oposición, pues aunque el PRI había mermado en la preferencia, la población no se definía claramente por una nueva opción política y, como muestran otras encuestas, no había en la ciudadanía (Hernández Medina *et. al.*, 1987) ideas de cambio radical, sino más bien una concepción de un cambio paulatino que no dañara al sistema político y a la sociedad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Asimismo existía gran desconfianza en las instituciones políticas y una búsqueda de identificación con héroes o personalidades, como Juárez o Hidalgo; es decir, grandes personalidades que asumieron el papel de salvadores de la Patria y que fueron más allá de personalidades reales, como los políticos y los candidatos de los partidos políticos. Esta interpretación del conjunto de situaciones, amén de la investigación empírica que, motivada por la incertidumbre comenzó a realizarse en las elecciones de 1988, no tuvo ni la cantidad ni la calidad de los sondeos que se llevarían a cabo para la elección de 1994.

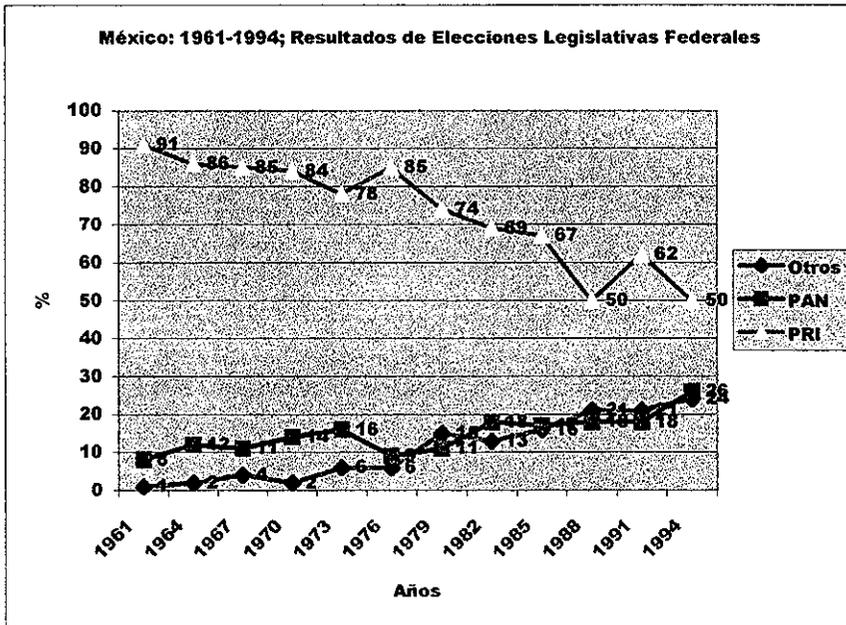
En la vida política nacional de 1988, el análisis de las preferencias electorales de los mexicanos ocupó un nuevo espacio. El malestar generado por la crisis económica que sacudió al país desde principios de la década, sobre todo desde 1982, provocó una pérdida progresiva de credibilidad en la eficacia del gobierno para resolver los problemas económicos por los que atravesaba el país y para detener la erosión de los salarios reales. En los años y meses que precedieron los comicios de 1988, esta crisis indujo paulatinamente a los ciudadanos a expresar su descontento mediante un voto de castigo y el cambio de preferencias partidarias; el voto apareció como un instrumento para protestar. De este modo, el malestar social cobró gran importancia política al trasladarse a la arena electoral. (...)

En el incierto ambiente previo al 6 de julio, se generaron condiciones propicias para valorar la utilidad de las encuestas a fin de conocer las preferencias partidarias de la población. La percepción de que se incrementaba la competitividad del sistema de partidos, puso en el orden del día la necesidad de analizar científicamente hacia dónde apuntaban las tendencias de la opinión ciudadana (Pacheco, 1994, p. 39-40).

En este reporte de Guadalupe Pacheco, incluido en el opúsculo *Elecciones a debate: 1988*, así como en el trabajo que Ricardo de la Peña (1988) hiciera en *El Cotidiano* e Irma Campuzano en un trabajo colectivo bajo el patrocinio del IMEP (Instituto Mexicano de Estudios Políticos), tal vez presentó por primera vez en México un conjunto de encuestas que describían el grado de aproximación de estos instrumentos realizados bajo distintas metodologías. Pacheco enlista siete sondeos de cobertura nacional y otros diez realizados en el Distrito Federal; De la Peña cuenta 20, diez de los cuales fueron realizados en el D.F., mientras que Campuzano enlista 14; 7 realizados en el Distrito Federal y los demás de corte nacional. De tal suerte que aun cuando las encuestas fueron un elemento metropolitano novedoso en el mapa político mexicano, para algunos de los analistas comenzaron a aparecer en mayo de 1988 y, para otros, en febrero del mismo año. Dichos sondeos siempre fueron publicados por los diarios de mayor circulación a escala nacional, realizados por encargo de alguna publicación como *La Jornada*, *El Norte*, ó *El Universal*, a empresas desconocidas y de cuyos nombres sólo podemos reconocer a Gallup. Es decir, lo importante no era el nombre de la empresa que realizaba el sondeo, sino el prestigio y el reconocimiento del periódico que lo publicaba.

Si bien haremos un análisis más amplio de las encuestas realizadas en 1988, podemos anticipar que su aparición en este año confirma la hipótesis que hemos planteado en este estudio; esto es, que la utilización de las encuestas se encuentra ligada al fenómeno de la incertidumbre del comportamiento electoral de los ciudadanos y de la incapacidad de los partidos y demás organismos corporativizados para obligar, dirigir y cooptar el voto de sus agremiados. En el caso mexicano, el PRI había ido perdiendo paulatinamente la preferencia política, ya que sus resultados electorales nunca habían sido un signo de su fuerza real. En términos de Juan Molinar: "la estadística sobre votos de la oposición es relativamente más confiable que la estadística de los votos del PRI". (1991, p. 9).

Gráfica VI



Fuente: Reforma, 4 de junio de 1995.

Como se observa en la gráfica VI, en los años recientes el PRI había comenzado a perder su antigua hegemonía y, a partir de finales de los setenta, como resultado de la Reforma Política de 1977, comenzó a manifestarse una ligera disminución en sus votos y un relativo aumento en los de la oposición. Sin embargo, no fue sino hasta 1988 cuando el espectro político electoral quedó

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

dividido prácticamente a la mitad; no sólo en la elección presidencial, sino también en la composición de la Cámara de Diputados. A partir de ahí, pese a la aparente recuperación que logró el régimen en las elecciones legislativas de 1991, cuando el PRI alcanzó el 62% de la votación total, en 1994 regresó a una situación similar a la de 1988. Sin embargo, antes de esto se describirá cómo fue el surgimiento de la utilización de las encuestas en 1988.

Las elecciones de 1988 fueron diferentes a otras, ya que mostraron algunos elementos novedosos: a) la división interna del PRI; b) los efectos de la crisis económica en el comportamiento electoral; c) la fuerza adquirida por el PAN en las elecciones estatales; d) la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas a la presidencia; e) el poco arraigo de la candidatura de Carlos Salinas de Gortari y f) la expectativa de los partidos de oposición de triunfar frente al candidato del PRI (Campuzano, 1989). Este conjunto de razones determinó el hecho de que distintos medios masivos de comunicación, partidos políticos, particulares y grupos de académicos se plantearan realizar sondeos de opinión, debido que estos ayudarían a legitimar el resultado electoral. Sin embargo, un análisis más somero de la totalidad de las encuestas publicadas en los medios masivos de comunicación a partir de febrero de 1988 hasta el 26 de junio del mismo año, muestran un panorama muy diverso, en razón de los resultados que arrojaban los distintos ejercicios, pero que en términos generales no avala ni se asemeja al propio resultado de la elección, lo cual constituye un buen ejemplo de cómo y en qué magnitud fueron cuestionados aquellos comicios.

Gran parte de las encuestas fueron realizadas por medio de alguna institución educativa, por organismos como el Consejo Mexicano de Ciencias Sociales (COMECOSO) o de otros, como Prospectiva Estratégica (PEAC), o PIECE(?), que estaban ligadas con algún organismo universitario, pero cuyas denominaciones continúan en el anonimato. También hubo otras bajo el auspicio de alguno de los diarios de mayor circulación en el país, como *La Jornada* (una sola encuesta) y *El Universal* (4) y por empresas de investigación de fama mundial como Gallup o Bendixen and Law, este último difícilmente localizable en algún directorio norteamericano de empresas dedicadas a los sondeos de opinión. Por lo tanto, de las 22 encuestas preelectorales realizadas en el país, 10 de ellas (45%) se llevaron a cabo en el Distrito Federal y área metropolitana, 9 tuvieron carácter términos generales no avala ni se asemeja al propio resultado de la elección, lo cual constituye un buen ejemplo de cómo y en qué magnitud fueron cuestionados aquellos comicios.

Gran parte de las encuestas fueron realizadas por medio de instituciones educativas, por organismos como el Consejo Mexicano de Ciencias Sociales (COMECOSO) o de otros, como Prospectiva Estratégica (PEAC), o PIECE (nunca se aclaró en la prensa de la época el significado de estas siglas), que estaban ligadas con algún organismo universitario, pero cuyas denominaciones continúan en el anonimato. También hubo otras bajo el auspicio de alguno de los diarios de mayor circulación en el país, como *La Jornada* (una sola encuesta) y *El Universal* (4) y por empresas de investigación de fama mundial como Gallup o Bendixen and Law, este último difícilmente localizable en algún directorio norteamericano de empresas dedicadas a los sondeos de opinión. Por lo tanto, de las 22 encuestas

preelectorales realizadas en el país, 10 de ellas (45%) se llevaron a cabo en el Distrito Federal y área metropolitana, 9 tuvieron carácter nacional y de las tres

Cuadro III. México, 1988: Resultados de Encuestas Preelectorales											
Resultados Partidos y Candidatos											
Autor	Fecha	Alc.	PRI	CSG	PAN	MJC	FDN	CCS	PMS	HC	PDM
Jornada	02/88	D.F.		37.8		15.2		15.7		11.2	
S/autor	02/88	Coah.	54.3	46.7	23.1	19.4	14.4	17.2	1.2		.6
PEAC	04/88	ZMVM	44.4	45.4	17.3	9.9	17.1	26.3	3.2	2.3	.6
UNAM	05/88	Nal.		61.4		15.7		15.2			
	S/F	D.F.		42.0		22.6		21.8			
Punto	06/88	D.F.	41.8	41.8	23.1	23.1	27.9	32.8	4.8		1.0
Universal	06/88	Nal.		57.1		17.0	20.8				
UAEM	S/f	Mex.	40.0		17.0		24.5		4.2		2.1
UAM	06/88	D.F.		14.8		15.8		43.4			
COLMEX	S/F	Nal.		61.4		21.0		17.5			
Universal	06/88	Nal.		56.2		18.1		21.6			
Gallup	06/88	Nal.		56.0		19.0		23.0			
Universal	06/88	Nal.		54.1		22.0		19.1			
UAZ	06/88	Zac.	41.4		11.9		23.8		5.5		1.8
FCPSUNAM	06/88	D.F.		18.9		10.2	52.5				
Universal	07/88	Nal.		57.2		21.0		18.0			
Punto	06/88	D.F.	36.9	36.9	23.4	23.4	26.1	37.3	8.0		1.1
PEAC	06/88	Nal.		43.6		17.4		29.1			
		D.F.		34.6		12.2		37.8			
COMECOSO	06/88	D.F.		32.0		13.3		32.4			
Bendixen	06/88	Nal.	36.0	38.0	26.0	26.0	22.0	29.0	5.0		
A.Arreola	06/88	D.F.		14.7		16.7		42.7		4.7	
Resultado	Nal.		50.3		17.0		31.3				
Resultado	D.F.		27.5		22.0		48.9				

Fuente: *El Cotidiano*, no.25, sept.-oct. de 1988, p. 34-35

restantes, una fue realizada en el estado de Coahuila, otra en la ciudad de Zacatecas y una última en el estado de México. En algunos casos no se divulgó el tamaño de la muestra ni la modalidad de recolección de la información (hogar, vía pública). En la encuesta realizada por *La Jornada*, se informó que la muestra era de 440 personas en edad de votar, y para la encuesta realizada en el estado de Coahuila se aplicaron 234 entrevistas en las ciudades de Saltillo, Torreón y Monclova.

Para la encuesta llevada a cabo por la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, la muestra fue de 9,000 personas seleccionadas de 45 de los 300 distritos electorales del país y constó de dos preguntas: "¿Qué candidato piensa usted que va a ganar las elecciones?" y "¿Por cuál partido votaría para presidente?"

En el caso de la encuesta realizada por el semanario *Punto*, se aplicaron 1,200 entrevistas. Por último, en las encuestas hechas por encargo del periódico *El Universal* en el ámbito nacional, la muestra no fue mayor a 1,000 entrevistados y la pregunta fundamental fue: "¿Quién cree Ud. que ganará las elecciones para presidente de la República?", cuestionamiento que evidencia, más allá de la intención de voto de la persona investigada, un enorme sesgo, ya que para la gran mayoría de la población de México era un hecho casi innegable, a diferencia de la voluntad de cualquier persona, la posibilidad de triunfo del PRI en cualquier tipo de elección.

Si bien estos ejercicios son un buen precedente en un país donde este tipo de encuestas era prácticamente desconocido, resulta importante resaltar que en muchos de los sondeos, además del hecho de que no se publicaba gran parte de la información (como es el tamaño de la muestra, el tipo de preguntas que se hacía); se preguntara en una encuesta "¿Quién cree Usted que ganará las elecciones para presidente de la República?".

En términos normales, en un país donde un solo partido había ganado la totalidad de las elecciones presidenciales y donde existía aún mucha desconfianza sobre los resultados electorales, en las encuestas y en las personas e instituciones que las realizaban, es muy probable que la respuesta a "¿Quién cree usted que ganará las elecciones presidenciales?", lo que ayuda a explicar por qué gran parte de las encuestas apuntaban a Salinas de Gortari como el virtual ganador de las elecciones.

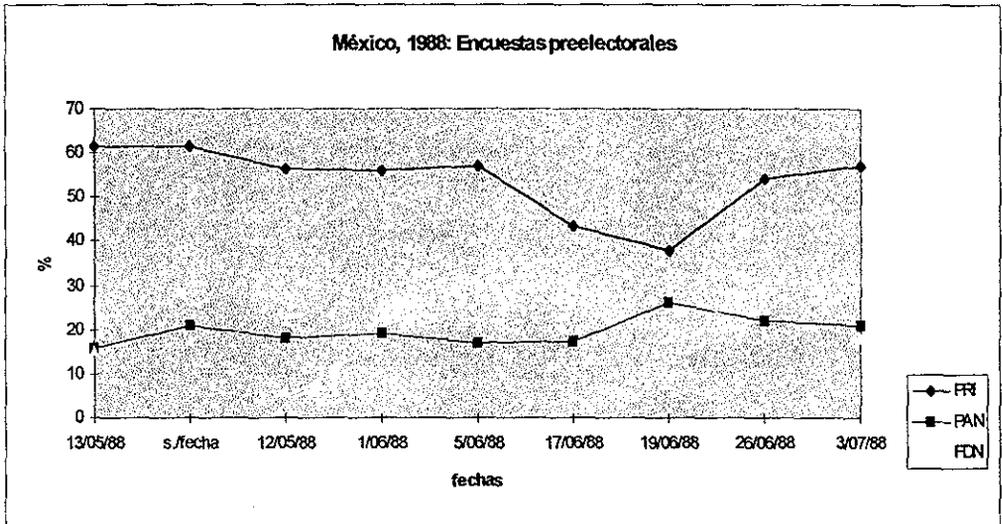
Como vemos en los resultados de encuestas reseñadas, tales ejercicios ayudan a legitimar el proceso electoral, más que a esclarecer; es decir, dada la forma en que se hicieron los estudios, el tipo de cuestionarios que se aplicaron, la forma de calcular y seleccionar las muestras, la encuesta se convierte en un medio para anticipar el resultado y crear una expectativa. Esta anticipación depende de la manera en que se hayan realizado las encuestas, ya que éstas pueden ayudar para obtener mayor veracidad acerca del proceso, pero también para enturbiarlo más.

Si analizamos por separado las encuestas realizadas en el ámbito nacional, con todas las salvedades posibles, y aquellas hechas en el área metropolitana, podemos observar lo siguiente: en el ámbito nacional se realizaron 9 encuestas, el periódico *El Universal* llevó a cabo 4, (el 44% de las mismas), con una muestra de 1,000 entrevistas y con la pregunta: "¿Quién cree usted que ganará las próximas elecciones para presidente de la República?". Como se dijo, con esta pregunta no se pretende saber la intención de voto del encuestado, sino quién será el ganador de los comicios. Al realizar un promedio de los resultados de las encuestas hechas bajo esta modalidad, y a sabiendas que las realizadas por *El Universal* tienen casi la mitad del peso entre las consultas, el candidato del PRI obtenía 53.8% de la predicción, el PAN, 19.6% y el candidato del FDN, 21.4%.

Si se toma en cuenta el bajo nivel de conocimiento, entrenamiento y experiencia de los encuestadores mexicanos, y analizando únicamente las encuestas realizadas por Gallup y por Bendixen and Law, dos empresas estadounidenses, Salinas obtenía un promedio de intención de voto de 47.0%, ya que en la encuesta que realizó Gallup en el mes de mayo de 1988, a una muestra

de 2,960 personas en edad de votar y acerca de la intención de voto, se pedía al entrevistado marcar al candidato de su preferencia, sin que el entrevistador conociera su elección. Si analizamos la encuesta de Gallup, por separado, realizada en mayo de 1988, la intención de voto era 56% para Salinas, 19% para Manuel J. Clouthier y 23% para Cárdenas. En el caso de la encuesta de Bendixen and Law, llevada a cabo entre el 11 y el 19 de junio, es decir, faltando poco menos de un mes para que se efectuaran las elecciones, Salinas recibía el 36% de la intención de voto, Clouthier, 26% y Cárdenas el 29%. Sin embargo, de esta encuesta no tenemos información adicional acerca de la muestra utilizada, las preguntas y la forma de levantamiento. Por último, si comparamos únicamente los resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana, 10 sondeos, se observa que los resultados promedios eran 31.8% para el candidato del PRI, 16.98% para el PAN, y 38.1% para el candidato del FDN,

Gráfica VII



Fuente: El Cotidiano, no. 25, sept.-oct. de 1988: 34.

Como se muestra mediante el cuadro y las gráficas, las encuestas se utilizaron en esta elección como un elemento de legitimación del proceso, ya que fueron usadas como un mecanismo para influir en la toma de decisión de los votantes, pero también como un elemento de sostén del resultado final, pues mostraban como el PRI dominaba la preferencia electoral, y al no proporcionar mucha información, el instrumento se transformó de un medio científico a un artículo de propaganda. Llama la atención que en muy pocas de las encuestas perdiera el PRI momentáneamente la delantera, como en la de Bendixen and Law

(19/06/88). Esto se debió a que la encuesta no se realizó bajo la encomienda del partido oficial y, por lo tanto daba un resultado totalmente distinto. De esta forma, al analizar las encuestas que se llevaron a cabo en la elección posterior, encontraremos mayor uniformidad en los reportes, lo que muestra no sólo el cambio y la profesionalización de las empresas y de los encuestadores, sino también su sometimiento al régimen.

3.6 Las encuestas en las elecciones de 1994.

Las encuestas que con timidez surgieron en 1988 no dejaron de realizarse en el país. Sin embargo, gran parte de las empresas, individuos e instituciones que las realizaron, desaparecieron para 1994, debido en parte a su poca capacidad predictiva en aquellas elecciones y en parte a su proximidad al régimen, porque se habían creado *ex profeso* para participar en esa elección y ya no tenían razón de existir. Las instituciones político-electorales y hasta los medios del país que cubrieron el fenómeno electoral en 1994 se transformaron en otros. Se podría afirmar que las elecciones de 1994 y su organización fueron creadas con la intención de ser unas elecciones perfectas; es decir, sin mácula, sin duda, totalmente diversas a lo que habían sido las elecciones de 1988. En otras palabras, las elecciones de 1994 representaron para el Presidente Salinas de Gortari la posibilidad de recuperar la maltrecha imagen de la elección de 1988. Por lo tanto suponemos que la elección de 1994 debía ser perfecta en todos los sentidos.

Sin hacer un análisis demasiado riguroso y sin remitirnos a las actas electorales, es notoria la diferencia de resultados entre la elección de 1994 y las anteriores, en términos de la cantidad de votos, aun si añadimos un elemento tan sencillo como la cantidad de votos que obtuvo el propio PRI en las elecciones de 1976 y 1982. En estos dos procesos, el PRI logró un promedio de 16 millones de votos, lo que significa que el resultado de la elección de 1994 se aproximó en cantidad de votos a la elección de 1976, cuando fue electo López Portillo con poco más de los 16 millones de votos, en una elección en la que únicamente se presentó el candidato priísta, aunque en la elección de 1988, por primera ocasión en México, la oposición obtuvo casi la misma cantidad de votos que el PRI, ya que en términos totales sumaban 9,504,056.

Cuadro IV. Resultados elecciones Presidenciales 1988-1994				
Años	Candidatos	Partidos	Votos	%
1988	Carlos Salinas de Gortari	PRI	9,687,926	50.47
	Cuauhtémoc Cárdenas S.	PARM, PPS, PFCRN, PMS	5,929,585	30.90
	Manuel J. Clouthier	PAN	3,208,584	16.71
	Gumersindo Magaña	PDM	190,891	1.00
	Rosario Ibarra de Piedra	PRT	74,857	.40
	No registrado		100,139	.52
	Total		19,191,982	100
1994	Ernesto Zedillo P. de León	PRI	17,336,325	50.18
	Diego Fernández de C.	PAN	9,222,899	26.69
	Cuauhtémoc Cárdenas S.	PRD	5,901,557	17.09
	Cecilia Soto	PT	975,356	2.82
	Jorge González Torres	PVEM	330,381	.96
	Rafael Aguilar T.	PFCRN	301,524	.87
	Álvaro Pérez T.	PARM	195,086	.56
	Marcela Lombardo	PPS	168,603	.49
	Pablo E. Madero Belden	UNO	99,216	.29
	C. no registrados		18,554	.05
	Votos nulo		1,000,782	
	Votación total		35,550,283	

Fuente: Instituto Federal Electoral.

El promedio de los resultados que tuvo el PRI desde 1970 hasta 1994 es de 15,125,062, lo cual indica que este partido superó este promedio por poco más de 2 millones de votos en la elección de 1994, lo que hace poco creíble el resultado de 1988, ya que se encuentra poco más de 5 millones de votos abajo. Estos ejercicios de simple aritmética muestran que, obviamente, algo muy extraño ocurrió en este susodicho proceso electoral, con lo que se confirma nuestra hipótesis acerca de la necesidad que tenía Salinas de crear las condiciones para que el proceso electoral de 1994 fuera ejemplar, lo cual nos coloca en la perspectiva de que, más allá de las reglas, las leyes, las encuestas y la participación de la sociedad y de los medios masivos de comunicación, cada proceso electoral en México es único, porque el presidente de la República en turno es también único y su modalidad de participar en el proceso y su forma de incidir en las condiciones bajo las cuales se desarrolla la elección son también únicas. Podríamos plantear por lo tanto, que para el caso mexicano sólo habrá una verdadera democracia y elecciones libres e imparciales cuando los presidentes se abstengan de participar en dichos procesos y permitan que las instituciones y la sociedad dirijan por su propia cuenta el proceso electoral.

¿Cuál era el panorama y la situación política y económica del país en 1994? La elección de 1988 generó gran inconformidad política y social que a la postre

determinó la creación del Partido de la Revolución Democrática (PRD)⁴. Se podría afirmar que durante el gobierno de Salinas de Gortari, a partir de una bien orquestada campaña de medios y un conjunto de programas sociales (Solidaridad) y económicos (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), este presidente va adquirió un altísimo nivel de popularidad. La revista *Este País*, el primer medio que se encargó de realizar y de difundir sondeos de opinión, fue uno en los que la popularidad de Salinas se midió a través de sondeos de opinión. De esta manera, es muy probable que Salinas haya introducido en México la práctica de la mercadotecnia política, como mecanismo para generarse una muy necesaria popularidad y consenso que le habían sido negados por la falta de legitimidad derivado del proceso electoral.

¿Cuáles fueron los indicadores económicos del gobierno de Salinas y cómo arribamos a las elecciones de 1994? El gobierno del presidente Miguel de la Madrid tuvo que manejar una de las crisis más importantes derivadas del sexenio del presidente López Portillo (que no sólo significó el cambio de modelo económico, ya que hasta De la Madrid el país había funcionado bajo el manto protector del desarrollo estabilizador que tenía al Estado como el gran empresario y el principal motor de la economía). Una de las primeras medidas del nuevo gobierno fue:

There was broad agreement regarding the causes of the crisis and the measures required to overcome it and restore a growing, stable economy. In the short run, cabinet members agreed that price and financial stability needed to be reestablished. Medium-range goals included increasing the competitiveness of the Mexican economy, relying more on internal than external savings, and promoting the deregulation and decentralization of economic life.

The consensus view of the underlying cause of the 1982 crisis held that runaway inflation and balance-of-payments disequilibrium resulted from a large fiscal deficit and the misalignment of relative prices, in particular the exchange rate. Falling oil prices and higher world interest rates had triggered the crisis but lay beyond the control of policymakers. (Lustig N., 1992: 28).

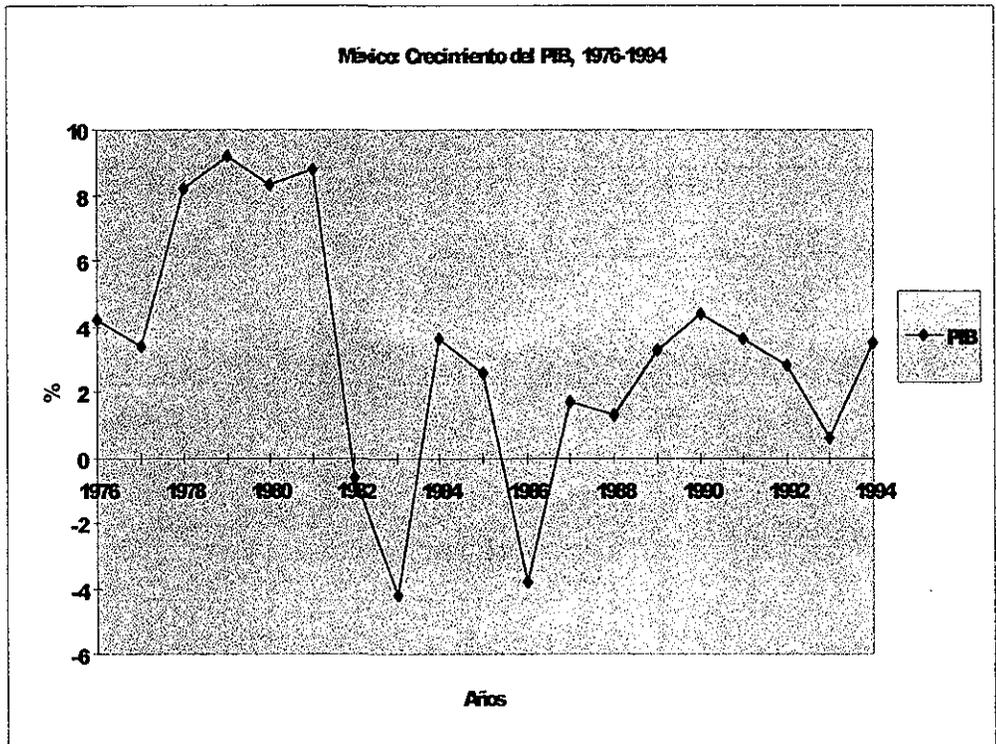
De acuerdo con Lustig, el modelo económico mexicano, basado en la utilización intensiva de capital externo como medio de financiamiento del gasto público, aunado a la baja del precio internacional del petróleo y la alza de las tasas de interés del capital internacional, provocó la necesidad de un cambio en el modelo económico. Lo que hizo entonces el equipo del presidente De la Madrid fue intentar aumentar las exportaciones, devaluar la moneda y disminuir el crecimiento de los salarios por debajo de la inflación, además de buscar que la iniciativa privada se transformara en el principal motor de la economía. En términos generales, este tipo de medidas tuvo consecuencias en el ámbito económico, ya que además de generar desempleo y disminuir el ingreso de la población, en el

⁴ El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se fundó en 1989 y tuvo a Cuauhtémoc Cárdenas como su primer presidente.

ámbito político paralizó la tradicional relación entre el gobierno y los sectores mayoritarios de la sociedad que recibían todo tipo de servicios y apoyos mediante el gasto público. La instrumentación de políticas tendientes a frenar el crecimiento del gasto público y la política de subsidios generalizados para los sectores populares y para el campo implicó la quiebra de la tradicional alianza entre el Estado y los grupos mayoritarios del país, lo cual se manifestó con claridad meridiana en las elecciones de 1988.

En virtud de este conjunto de circunstancias, el gobierno de Salinas tuvo que instrumentar otro tipo de políticas, no sólo tendientes a modernizar la economía y el aparato estatal, sino para tender puentes con los grupos mayoritarios lastimados por seis años de un gobierno tacaño y empeñado en atacar algunas de las principales modalidades de sobrevivencia del ogro filántropo, como definió Octavio Paz (1985) el gasto público.

Gráfica VIII



Fuente: Lustig, *op. cit.*, p. 40.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

No se necesita ser un experto en economía para advertir la caída del crecimiento económico de México, la cual tuvo consecuencias catastróficas en la relación que existía entre el gobierno y las masas, y que se manifestaron en las elecciones de 1988.

El gobierno de Salinas no logró los "éxitos" que aparentemente habían mostrado los gobiernos revolucionarios hasta antes del final del gobierno de López Portillo. Pese a que el PIB en un primer momento fue en aumento, llegando a su máximo nivel en 1990, comenzó a decrecer, muy probablemente por la ambiciosa intención de bajar la tasa de inflación a un dígito uno de los objetivos del gobierno de Salinas. Empero, pese a que el crecimiento del PIB mostró durante ese gobierno una tendencia decreciente, las crisis económicas y los derrumbes y sobresaltos que habían sido acontecimientos comunes en el sexenio anterior, aunado al Tratado de Libre Comercio, a la disminución de la inflación y a la tan sonada recuperación de la economía, significaron por un lado, el aumento de la inversión externa en el país, pero por el otro, una mayor cantidad de importaciones, que ocasionaron que al finalizar el gobierno de Salinas, el país se encontrara prácticamente sin reservas internacionales. Podemos pensar que el buen desempeño del PRI en las elecciones de 1994 se debió a una constelación de factores que a finales de 1993 mostraba a un país con una economía saneada y con un gobierno que gozaba con un alto nivel de popularidad, debido principalmente a los programas de corte social que reanudaban las relaciones entre el gobierno y los grupos populares, relación que había disminuido durante la gestión de De la Madrid y que Salinas intentaba restablecer.

Los objetivos centrales de la administración salinista fueron:

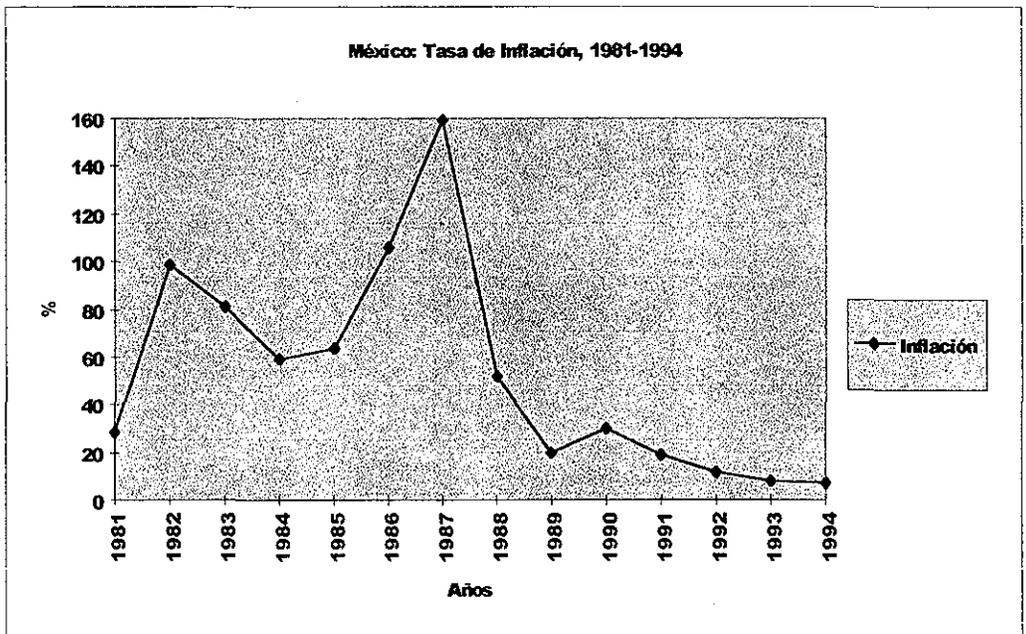
- a) Controlar la inflación para sentar las bases para que las empresas pudieran hacer planes de largo plazo con el fin de elevar los niveles de producción, empleo, exportaciones y mayores salarios.
- b) Atraer el ahorro del exterior para complementar la insuficiencia del ahorro interno y poder iniciar la recuperación más o menos acelerada del crecimiento.
- c) Empezar la modernización de la planta productiva y hacerla más competitiva de cara a los nuevos retos del exterior.
- d) Poner en el centro de las tareas del gobierno, el diseño y la elaboración de una nueva política social capaz de compensar los efectos perversos de la reforma del Estado y la liberalización de la economía." (Provencio, 1995, p.81).

La administración salinista cumplió hasta punto este guión, principalmente en lo referente a la baja de la tasa de inflación, que posibilitó al mismo tiempo, con una moneda sobrevaluada, tener la sensación de un aumento real en los ingresos de la población, aunada a la gran cantidad de importaciones que con la apertura de la economía al exterior daba la impresión tanto de estabilidad económica como de un país que ya se encontraba a un paso del primer mundo.

A lo anterior se conjugan otro tipo de factores de carácter mucho más subjetivo, pero fundamentales tanto para nacionales como extranjeros, como la

confianza, la credibilidad y una percepción generalizada de que el país iba por buen camino al aproximarse las elecciones de 1994, que debían ser las más limpias y transparentes y, principalmente, estar bajo el control del presidente Salinas, quien era el más interesado en que todo saliera bien, pues no sólo había logrado mejorar su popularidad, sino que había filtrado la posibilidad de su reelección. Todo esto, pese a que una gran parte de la opinión pública mexicana se había mantenido fuerte alrededor de uno de los grandes mitos de la política y de la sociedad mexicana: la no-reelección del presidente de la República en turno.

Gráfica IX



Fuente: Cepal, *México: Evolución económica durante 1993 y 1994*, p. 42.

De ahí que todo presidente mexicano que llega al cenit de su poder (a su quinto año de gobierno), sin plantearse la reelección de manera directa, la busca de forma indirecta al designar a su sucesor. Salinas se encontraba a finales de 1991 e inicios del año de 1992 en el pináculo de su popularidad, cuando una revista que casualmente había comenzado en su sexenio, *Este País* planteaba la modernización de la prensa mexicana al incorporar las encuestas como una modalidad totalmente novedosa, ya que la prensa mexicana hasta aquél entonces estaba acostumbrada a las publicaciones en que imperaba la opinión individual de

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

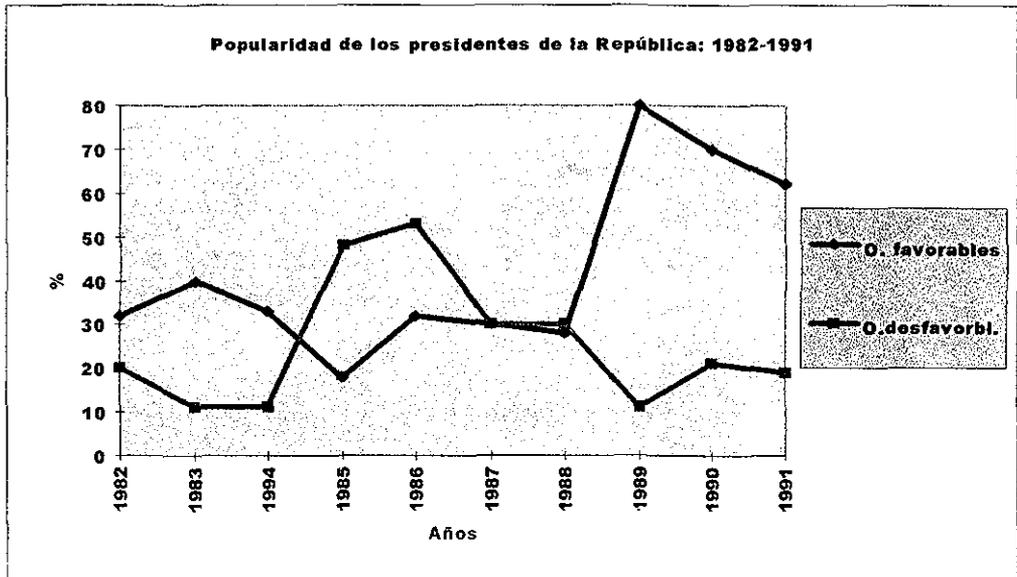
un intelectual o de un periodista reconocido, pero nunca a incluía en sus páginas las percepciones y expectativas de miles de ciudadanos comunes y corrientes: aquéllos que habían votado en contra de Salinas y de aquéllos que habían dudado de la veracidad de las elecciones de 1988; sólo éstos últimos podrían absolver al presidente Salinas de tan terrible pesadilla.

De esta manera, una de las modalidades en que se palpó el descontento de la opinión pública y su posterior adhesión al gobierno del presidente Salinas fue mediante la recolección periódica de encuestas. No queremos suponer que la revista *Este País* fuese un órgano del salinismo, pero resulta interesante cómo los temas motores de esta administración, el programa de Solidaridad, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, la popularidad presidencial y la reelección del presidente, fueron medidos por sendas encuestas sin la venia presidencial y en un país donde las publicaciones, por la ausencia de lectores, necesitan del apoyo oficial para sobrevivir. Pese a su perfil crítico, sin el cual no hubiera tenido credibilidad, *Este País* tuvo durante el gobierno de Salinas dos tipos de funciones: por un lado, medir frente a la opinión pública los proyectos del gobierno de Salinas y, por el otro, acreditar esta técnica que no había sido utilizada con tanta regularidad y confianza en el país.

Así, de un conjunto de acciones, las cuales fueron apoyando la recuperación de la imagen presidencial ante la opinión pública, posibilitaron que al presidente Salinas se le ocurriera la idea de reelección, una posibilidad siempre acariciada por el enorme poder de los presidentes mexicanos que, al no tener prácticamente ningún contrapeso en su megalomanía y a medida que se acerca el fin de su mandato, siempre piensen en esta posibilidad.

Por lo tanto, debido sobre todo a las elecciones de 1991, en las que el PRI obtuvo una aplastante victoria, a la recuperación de la imagen presidencial, a la modificación en la percepción ciudadana con respecto a la situación económica del país y al proyecto del Tratado de Libre Comercio, se dieron las condiciones que van a propiciar un ambiente positivo tanto en el año de 1992 como en 1993 para no sólo recuperar la imagen de Salinas, sino para que el PRI y el posible candidato presidencial se enfilara hacia una victoria en las elecciones de 1994. Fue por ello que en el gobierno de Salinas se utilizaron a las encuestas de opinión de manera masiva como un elemento para "posicionar" tanto a la figura presidencial como para posibilitar la victoria del PRI.

Gráfica X



Fuente: Revista *Este País*, septiembre de 1991

No es casual que la revista *Este País* realizara un conjunto de sondeos y encuestas de opinión que mostraban el ascenso de la popularidad de Salinas que, como muestra la gráfica anterior, fue el presidente más popular de los presidentes modernos y fue además el primero en utilizar el marketing político como un mecanismo para aquilatar las subidas y bajadas de su gobierno en el ánimo popular. Para tal efecto, apoyó la conformación de la revista *Este País*, que surge exactamente en 1991, así como la publicación de la revista *Voz y Voto*, creada en 1993; la primera, bajo los auspicios de Miguel Basáñez y de Federico Reyes Heróles, sus dos primeros directores; la segunda fue creada por Jorge Alcocer, ex miembro del Partido Comunista Mexicano, así como ex integrante y fundador del PRD. En la secretaría de la Presidencia también se creó un área encargada de la realización de encuestas de opinión, la Asesoría Técnica de la Presidencia, bajo la dirección del historiador Ulises Beltrán.

Podemos afirmar, por lo tanto, que la aparición, formalización y la propia realización de encuestas y sondeos de opinión en México están directamente relacionados con el apoyo oficial y con el interés que el gobierno de México tiene

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

acerca de este tipo de estudios en distintos momentos y en distintas épocas. Tal es el caso de Martín Luis Guzmán, el pionero en la realización de encuestas, como lo atestigua Ricardo de la Peña en el semanario *Política* del desaparecido periódico *El Nacional*, cuando consignó la creación del Instituto de Opinión Pública ligado a la revista *Tiempo* en 1942. Después de esto, sólo podemos encontrar los frustrados intentos de los hermanos González Aguilar, creadores de la empresa Instituto Mexicano de Opinión Pública (IMOP), y el trabajo solitario de Adib Sabag quien con su Laboratorio de Opinión Pública, publicó en el periódico *El Financiero*, durante los años ochenta y parte de los noventa, resultados de encuestas que luego fueron recopilados en el libro *El mexicano opina* (1994).

De esta manera se puede establecer que si bien en el caso mexicano, a diferencia del caso brasileño, existía interés en la sociedad por conocer la opinión pública, fue sólo a partir de la existencia de una mayor competencia y de que la élite gobernante sintiera afectados sus intereses, de las distintas modificaciones en las leyes electorales mexicanas y de la existencia de un electorado que actuaba cada vez con mayor libertad, que el gobierno, así como los actores privados, vieron la necesidad de definir con precisión los posibles y probables escenarios de una posible confrontación política. Desde la élite gobernante se apoyó también la creación de revistas y espacios en periódicos, como *Reforma*, que divulga y anticipa posibles resultados que, como muestran las revistas *Este País* y *Voz y Voto*, sólo pueden sobrevivir bajo el patrocinio estatal, ya que la mayoría de sus anunciantes son empresas del sector público.

Como afirmamos antes, uno de los pilares para la victoria de gran parte de los partidos políticos en el mundo se sostiene por la popularidad de su jefe de gobierno y por la satisfacción o insatisfacción con el desempeño de la economía. Gallup ha demostrado que el presidente estadounidense que llega a su tercer año de gobierno con una mala imagen o con bajo nivel de desempeño en el ámbito de las finanzas, suele perder la elección o no presentarse a un segundo término. Este fue el caso de Lyndon B. Johnson que prefirió no disputar un segundo término en la Casa Blanca y se retiró, de James Carter que fue derrotado por Ronald Reagan en 1980, o, más recientemente, de George Bush que perdió en 1992 frente a la figura de Bill Clinton.

Pese a que la situación mexicana es muy distinta a la estadounidense, es importante mostrar cómo el gobierno de Salinas de Gortari reversionó esta situación, merced a una bien montada campaña de medios que le permitió mejorar su imagen ante la opinión pública. De ahí que, como revela una de las encuestas que periódicamente realizaba la revista *Este País*, a finales de 1992, Salinas tenía un nivel de aprobación de 60% que a fines de 1993 llegó a su punto más elevado con el 66%. Sin embargo, en enero de 1994, en virtud del alzamiento zapatista, éste bajaría a 49%. También el juicio acerca de la economía del país estaba en enero de 1993 arriba del 30% en términos de una buena apreciación de la población con respecto a la manera cómo calificaban el desempeño de la economía, para que en enero de 1994, 44% de los entrevistados la califican como "mejor" y sólo 20%, "peor".

Veamos ahora cómo aparecen los resultados de las distintas encuestas de opinión sobre la elección de 1994, hasta qué punto sus resultados pueden ser planteados como confiables y de qué manera rebasan los inconvenientes y la incertidumbre creada alrededor de la elección de 1988, pero sin que representaran un peligro para el gobierno y su partido y actuaran como un medio para la legitimación del proceso electoral y no para su desconocimiento. Las encuestas de 1988 presentaban problemas debido al carácter desigual de las empresas, universidades y personas que las realizaron, ya que los encuestadores hicieron un seguimiento tardío del proceso electoral. Una de las primeras encuestas de carácter nacional (De la Peña, 1988) divulgada en mayo de 1988, sin muchos elementos importantes para acreditar la credibilidad de una encuesta: patrocinador, tamaño de la muestra, tipo y fecha de levantamiento, y demás aspectos que no se incorporaron y que las mostraban informales y faltas de profesionalismo.

Para 1994, gran parte de estos elementos se obviaron; por un lado, por la cobertura de distinto tipo de empresas que entraron en el mercado y, por el otro, por la existencia de diversidad de revistas, como *Este País*, *Voz y Voto*, *Nexos*, el semanario *Etcétera* y el periódico *Reforma*, que establecieron su propio centro de realización de encuesta de opinión. Por medio del Estado, la sociedad y los medios masivos de comunicación se pretendió impedir que se repitiera en 1994 la fatídica experiencia de 1988 (caída de sistema y falta de información confiable acerca de los comicios). No se puede por lo tanto negar esta nueva situación, ni la profusión de análisis que comenzaron a circular no sólo en la prensa, sino en la modalidad de libros, entre los libros cuales podemos mencionar *La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994* de Germán Pérez Fernández, Arturo Alvarado y Arturo Sánchez, editado bajo los auspicios de FLACSO; por su parte, Pablo Pascual Moncayo coordinó el libro *Las elecciones de 1994*, que publicó Cal y Arena, editorial ligada al grupo *Nexos* que reiteradamente ha sido ubicado como una de los equipos de intelectuales que apoyó al presidente Salinas. De la misma manera se puede ubicar *México: el voto por la democracia*, coordinada por Antonio Argüelles y Manuel Villa y publicada por Miguel Ángel Porrúa y, finalmente, los libros que publicó editorial Diana: *Elecciones a debate: 1988*, y *Elecciones a debate: 1994*. Este último parece más bien un libro blanco, producido por la Secretaría de Gobernación con la finalidad de justificar y mostrar cómo la elección de 1994 fue técnicamente perfecta, a diferencia de la de 1988, y ampliamente impugnada no sólo por los partidos, sino también por los medios de información y la población en general. De esta manera se justifica nuestra hipótesis de que la elección de 1994 fue una elección que tenía que ser perfecta, a diferencia de la elección de 1988, cuyo resultado para el PRI y su aparente triunfador, el presidente Salinas, fue catastrófico.

De las encuestas de opinión, las empresas, así como los distintos medios mediante los cuales se divulgó la información, no podemos afirmar que fueran cooptados para difundir la versión oficial. Empero, es posible decir que hubo la intención de mostrar, mediante los resultados de las encuestas, cómo en diferentes momentos y en las distintas crisis que se vivieron durante el proceso

electoral, el partido oficial y sus candidatos nunca perdieron su lugar y primacía en el favor y en la intención de voto de la población.

Basáñez (1994) consigna en un artículo publicado en la revista *Este País* los intentos de funcionarios "menores" de Gobernación, que en diversos medios habían intentado menospreciar los hallazgos de *Este País*, de señalar inexactitud en su metodología, tanto por el tamaño de la muestra, como por el tipo de levantamiento que realizaba dicha revista bajo la dirección de este investigador, pero vayamos a los hechos.

El semanario *Etcétera*, dirigido por el prestigiado periodista Raúl Trejo Delarbre, encargó a la empresa GEO (Gabinete de Estudios de Opinión) la realización de varias encuestas de opinión, llegando a realizar siete ejercicios con una muestra de 1,100 integrantes. Si bien suficiente estadísticamente para establecer un pronóstico en el ámbito nacional, no lo fue para hacer inferencias en el ámbito regional, ni tampoco para segmentar los distintos grupos de población y emitir juicios acerca de su conducta electoral y de sus posibles cambios y mudanzas. Empero, la investigación de GEO, junto con las que publicó el periódico *Reforma*, fueron las realizadas con mayor profesionalismo e imparcialidad. Como se mostrará en el análisis de las elecciones brasileñas en el capítulo IV de este trabajo, en términos generales, gran parte de la información que se dio a conocer al público, buscó tener un efecto más bien publicitario y no presentar resultados que permitieran al mismo público y a los estudiosos del proceso dar cuenta de los cambios y las modificaciones que, dado lo accidentado del proceso, en realidad sucedieron.

Pero veamos los resultados de algunas encuestas. En virtud de que muchas de ellas han sido agrupadas por distintos investigadores, es posible llegar a diferentes conclusiones conforme la agrupación que hagamos: el trabajo de De la Peña en la revista *El Cotidiano* de octubre-noviembre de 1994, el trabajo de Fernando Solís Cámara, "Encuestas, procesos electorales campañas políticas" que apareció en el libro *México el voto por la democracia* coordinado, por Manuel Villa, mismo volumen en el que Luis Medina Peña hace algunas consideraciones a las encuestas. Igualmente podemos mencionar la discusión que realizó Miguel Basáñez, principalmente contra lo que él llamaría el "funcionario anónimo" de la Secretaría de Gobernación. La discusión con respecto al uso de las encuestas de opinión en 1994 se centró en tres temas: en primer lugar, el patrocinio de las mismas; en segundo lugar, el tamaño de las muestras y en tercer lugar, la encuesta callejera en comparación con la encuesta en el hogar.

Cuadro V. Resultado de encuestas nacionales preelectorales, elección Presidencial del 21 de Agosto de 1994

Intención de voto Bruta (Muestra en miles)			Intención de voto Efectiva									
Empresa	Fecha	Muestra	PAN	PRI	PRD	Otros	Indecis	PAN	PRI	PRD	DM	DV
Geo/Etc	20/24/01	1.1	8	49	13	2	28	11	68	18	9.6	34
Geo/Etc	17/20/03	1.1	10	49	12	5	24	13	65	16	7.5	29
Geo/Etc	07/10/04	1.1	10	46	12	7	26	13	62	16	7.6	26
VozyVoto	13/17/05	1.5	26	48	9	4	13	30	55	10	4	2
Geo/Etc	19/22/05	1.1	26	39	12	6	18	31	48	14	2.7	-6
Reforma	01/06/06	2.2	29	41	9	3	18	35	50	11	4.2	-8
VozyVoto	14/18/06	1.5	21	41	8	2	28	29	57	11	4.6	5
CNA/GEPI	14/19/06	1.5	29	52	8	3	8	32	57	9	5.5	2
Geo/Etc	16/19/06	1.1	24	44	11	8	13	27	51	13	2	1
Indermec	04/07/07	2.5	22	43	10	4	21	28	54	13	2.6	4
Geo/Etc	16/19/07	1.1	17	47	11	8	17	20	57	13	5.1	13
VozyVoto	24/28/07	1.5	17	47	8	3	25	23	63	11	6.3	17
Reforma	24/29/07	2.0	17	47	9	2	25	22	63	12	6.3	17
Belden	23/03/08	1.5	19	46	9	8	18	23	56	14	5	11
EstePaís	25/01/08	1.5	21	40	11	6	22	27	51	14	1.1	1
Indermec	01/07/08	2.5	19	44	11	4	22	24	56	14	3.2	9
Geo/Etc	07/07/08	1.1	24	42	11	5	19	29	52	13	2.0	0
Resultado Oficial 21/08			27	50	17	6						

Fuente: *El Cotidiano*, noviembre de 1994, :125.

(DM: Promedio de diferencias entre votación estimada en la encuesta y resultado electoral. DV: diferencia absoluta entre ventaja estimada por la encuesta y la del resultado oficial.

Como se observa en este cuadro, parte de un estudio que De la Peña presentó en la revista *El Cotidiano* después de concluir el proceso electoral, se muestra cómo las encuestas de 1994 ya mostraban las características mencionadas en el párrafo anterior; esto es, el nombre del patrocinador, la fecha en la cual se llevó a cabo, el tamaño de la muestra, así como la modalidad bajo la cual se realizó el levantamiento (en hogar o en calle). Además, en el caso del cuadro que aquí reproducimos, las encuestas fueron producto de investigaciones a escala nacional. Estos indicadores son en un primer momento de máxima importancia, ya que, por ejemplo, las encuestas de la empresa MORI publicadas en la revista *Este País*, no fueran hechas a escala nacional, sino en cinco ciudades, en calle y con una muestra muy exigua.

¿Es suficiente el análisis de la validez de este tipo de instrumentos, a partir de estos indicadores, para atestiguar la fiabilidad del instrumento, tomando en cuenta la confiabilidad de las empresas y los métodos que utilizan?

En términos generales sigue existiendo en los instrumentos la posibilidad de hacer un uso discrecional e intentar con ellos influir a los votantes, que sería una de las finalidades para publicar resultados de encuestas.

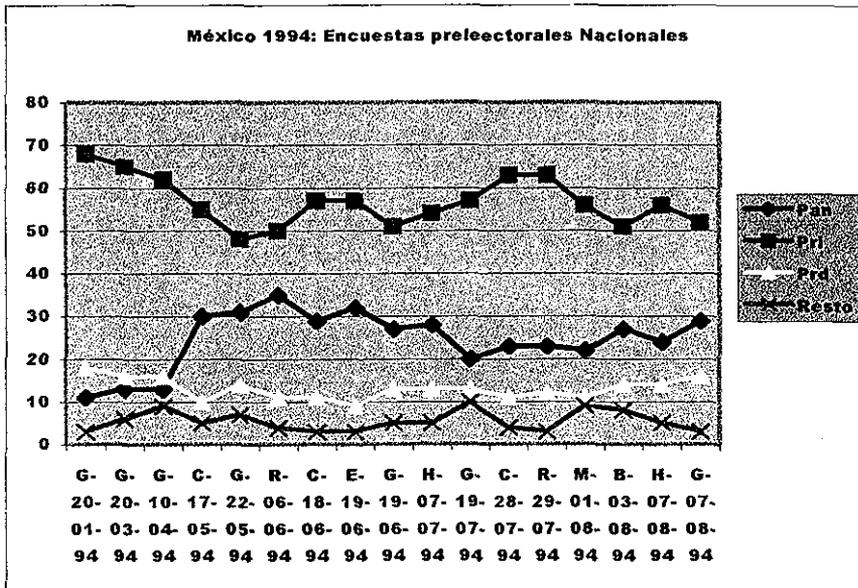
GEO, cuyo patrocinador es la revista *Etcétera*, publicó siete sondeos de opinión realizados en el ámbito nacional con una muestra de 1,100 entrevistados. Allí el PAN comenzó con 8% de intención de voto en enero de 1994 y tuvo 24% en el último sondeo, con una diferencia de 3 puntos porcentuales en relación con el resultado electoral. Esto se debe a que, después del debate del 12 de mayo de 1994, el PAN, según GEO, tenía el 26% de la intención de voto, cantidad que nunca fue rebasada en los estudios de esta empresa si tomamos en cuenta únicamente la intención de voto bruta; es decir, sin reasignar a los indecisos y a quienes no declaran intención de voto. Si reasignáramos a los indecisos y los no votantes, el PAN hubiera tenido una intención mínima de voto del 11% en la primer encuesta y en la última el 29%, con 2 puntos porcentuales arriba de su votación real, lo que significa un error estimado por debajo del error admitido para esta encuesta del 3%. En el caso de las encuestas hechas por GEO, el PAN subió 18 puntos porcentuales. En el caso del PRI en la intención de voto bruta, en la primera encuesta realizada el 20 de enero, este partido tenía una intención de voto bruta de 49% y una intención de voto efectiva de 68%. En el último ejercicio alcanzó 42% y una intención efectiva de 52%. En términos de la intención de voto efectiva medida por GEO, la caída del PRI significó una disminución de hasta 18 puntos porcentuales, los mismos que subió el PAN. En el caso del PRD, su intención de voto bruta pasó de 13% en el mes de enero a 11% en el mes de agosto, con una pérdida de 2 puntos porcentuales, y en términos de la intención de voto efectiva, el PRD descendió de 18 a 13%, con una pérdida de 5 puntos. El resto de los partidos políticos pasaron de 2 puntos a 5, con un aumento de 3%, mientras los indefinidos pasaron de 28% a 22%, con una disminución de hasta 6 puntos porcentuales. A partir del análisis de esta encuesta, que se muestra suficientemente confiable en sus resultados, las ganancias del PAN fueron principalmente a partir de defecciones en los votantes del PRI y de los indecisos, mientras que las pérdidas perredista se dirigieron a otros partidos.

El único punto a discutir sería la posición inicial en las encuestas de los distintos partidos de oposición, el PAN y el PRD, uno comenzando con el 8% de la intención de voto y el otro con 13% en la encuesta de GEO. Si bien el PAN mostraba una gran mejoría, su inicio era muy bajo, según los resultados de esta empresa, y aunque el PRI hubiese disminuido, esta reducción no fue suficiente para poner en peligro su elección.

Aunque las demás encuestas tenían buenos tamaños de muestra adecuados, su periodicidad fue mucho menor y no permitían ver grandes cambios. Es el caso de la encuesta realizada por Covarrubias y Asociados para la revista *Voz y Voto*, después del debate, el PAN arrancó con el 30% de la intención efectiva de voto, disminuyó a 29% en la segunda encuesta del 14 de junio y en la última el 24 de julio se encontró con 23%, es decir, a menos de un mes del escrutinio. Mientras tanto, el PRI inició con 55% de tendencia al voto exactamente después del debate y subió en la encuesta de junio a 57% para alcanzar finalmente un 63% en el mes de julio, lo cual es difícil, ya que si comparamos esta encuesta

con la de GEO se observa con claridad el aumento del PAN y la disminución del PRI, en tanto que en la de Voz y Voto no encontramos motivos para el aumento del PRI y la disminución de la intención de voto del PAN, victorioso en el debate, o, en el caso del PRD, el hecho que esta encuesta comenzara con 10 puntos, ascendiera a 11 y finalizara con el mismo porcentaje.

Gráfica XI



Fuente: op. cit.: 130.

Por lo tanto, en el transcurso de la campaña electoral podemos mencionar que: en el proceso mexicano se presentaron dos situaciones que afectaron directamente la opinión de la gente: la muerte de Luis Donaldo Colosio y el debate entre candidatos. La muerte del candidato presidencial priista y su propia campaña dieron por resultado una caída continua en los resultados de las encuestas nacionales, tal como lo muestra la gráfica del artículo que De la Peña publicó en la revista *El Cotidiano* (no. 65, noviembre de 1994), en la que se manifiestan estos momentos, como lo evidencian algunos de los resultados de las distintas encuestas que se publicaron en ese momento. El Partido Revolucionario Institucional, después de contar con casi el 70% de la intención de voto, comenzó a caer de manera constante, como lo atestigua la encuesta de la empresa GEO del 22 de mayo. Mientras tanto, el PAN, partido que se encontraba por debajo del PRD, ascendió hasta alcanzar, en la encuesta realizada por el periódico *Reforma*

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

del 6 de junio, su mayor intención de voto (35%), paralelamente cuando el PRI estaba en su nivel más bajo de 50%. A partir de este momento, el partido oficial volvió a crecer de manera sostenida hasta mediados del mes de junio, con un nuevo incremento a partir del mes de julio, para nuevamente a caer a inicios del mes de agosto.

¿Cómo se pueden interpretar estos distintos escenarios? El crecimiento del PAN tuvo un horizonte de fácil explicación, ya que se derivó principalmente del resultado del debate llevado a efecto entre los tres candidatos en el mes de mayo de 1994. Si ahí el PAN se alzó con la victoria, de acuerdo con la prensa y las mismas encuestas de la época, ¿por qué Acción Nacional no se mantuvo? Y ¿por qué Ernesto Zedillo volvió a subir en la preferencia de los electores? Si bien Zedillo bajó inmediatamente posterior al debate, el PRI y su candidato, según las encuestas que aquí reportamos, mostraron una disminución muy relativa, ya que el día 17 de mayo registró el 55% de la intención de voto; es decir, tres días después del debate, conforme a la encuesta de Covarrubias y Asociados. El día 22 de mayo, según la encuesta de GEO, llegó a su nivel más bajo: únicamente a 48%. Sin embargo, para el 6 de junio, en la encuesta publicada por el periódico *Reforma*, el candidato del PRI tenía el 50% de la intención de voto; el candidato del PAN en su mejor nivel, el 35% y el PRD apenas el 11%. No obstante, después de esta fecha, el PRI presentó en términos promedios cantidades superiores al 50%, mientras que el PAN aún se mantenía en niveles superiores al 30%, si bien este partido mostró algunos descensos en su intención de voto y llegó a tener hasta una intención de voto mínima de 20%, como lo señala la encuesta de GEO del 19 de julio. Estos descensos y ascensos en los resultados fueron producto de los diseños particulares de cada una de estas encuestas, del tamaño de las muestras, de los lugares en que se llevaron a cabo los levantamientos, el tipo, la calidad de los encuestados, así como los reactivos que cada una utilizó. Sin embargo, ¿por qué el candidato del PRI volvió a subir en la preferencia del electorado?

Existen varios motivos que muchos de los analistas políticos de la época plantearon. El candidato del PRI tuvo una baja provocada principalmente por el resultado del debate, mientras que el PAN obtuvo adeptos fundamentalmente en las huestes opositoras que dudaban entre Cárdenas, la gran esperanza de 1988, y el nuevo liderazgo que significaba la personalidad de Diego Fernández de Cevallos. Además, según PULSOMETRO, una encuesta publicada en la revista *Este País* que medía la popularidad presidencial y la calificación del desempeño de la economía, apenas el 29% de los entrevistados percibía el 31 de julio de 1994 que la situación económica del país era mejor con respecto al año anterior, mientras que la popularidad del presidente Salinas se mantenía casi incólume, ya que 39% de los entrevistados mencionaba que les agradaba la forma en la que el presidente estaba gobernando al país. Por lo tanto, pese a que la percepción de la situación de la economía disminuía, había confianza en la gestión de Salinas, lo que, en el caso de México, es fundamental. Mauricio Merino en la revista *Voz y Voto* hizo un análisis retrospectivo de la campaña del panista y en las siguientes palabras:

Diego Fernández apostó demasiado a los medios masivos. Después del único triunfo indiscutible que atravesó su campaña, el candidato del PAN se abandonó a la esperanza de vencer a sus adversarios mediante los debates televisados. Les cedió la plaza de los recorridos interminables, de los abrazos y las manos abiertas, de los discursos iguales pronunciados por líderes clónicos y de los mítines fabricados por todas partes, con la intención de guardar el tiempo para la gran actuación: el momento de la utopía televisada que nunca llegó. Quizá se imaginó en un país diferente, sin acarreo y sin inercias corporativas, con más votantes que militantes con menos concentraciones masivas pero con más debates. Un país donde las campañas se hacen a través de los medios mucho más que en las calles y plazas, y donde el contacto físico de las manos y de los cuerpos importa menos que la buena presencia, la buena y las buenas ideas ante cámaras y micrófonos. Dejó correr poco más de un mes, demasiado tiempo, antes de percatarse de que sus adversarios caminaban de prisa por rutas más conocidas.

El candidato del PAN volvió tarde a los caminos tradicionales de la contienda. El debate televisado le había llevado temporalmente a la verdadera disputa por el poder, pero bastaron unas semanas para devolverlo y encajonarlo en un distante segundo sitio (según la mayoría de las encuestas publicadas durante los meses siguientes). De modo que tuvo que volver a empezar; reiniciar la campaña, no sólo para convencer a los suspicaces de su verdadera voluntad de ganar, de su capacidad de liderazgo no abandonada y hasta de su salud física, sino incluso para tratar de contrarrestar el alud de reproches y ataques que también le acarreo el éxito del debate. Todo lo contrario al triunfo en cascada que había querido imaginar el sucesor de Clouthier. Para volver a la carga, había que dejar las pantallas y regresar a las calles. (Merino, 1994, p. 8).

Por un lado, tenemos la disminución relativa de las actividades en la campaña del PAN; por el otro una relativa confianza en el gobierno de Salinas, amén de los elementos que fueron manejados con gran éxito en la campaña de Zedillo, la tradicional oferta del PRI a los grupos de escasos ingresos y a las mujeres (amas de casa), tradicionales votantes de este partido. Al mismo tiempo se enfatizaba otro tipo de oferta con base en el lema de "PAZ", que explotaba los temores de un amplio grupo de votantes que temían que un partido diferente al PRI no tuviera condiciones de gobernar al país con el tipo de amenazas, que, como el caso del levantamiento zapatista, generan una perspectiva de solución violenta al conflicto y que el PRI sería el único partido político capaz de lograr una solución negociada en un clima de relativa tranquilidad.

De esta manera, aunque el desenlace de la elección de 1994 mostraba desde la perspectiva de las encuestas de opinión un horizonte más competido, no daba el triunfo de la oposición. Algunos analistas a la izquierda de régimen pronosticaban el error de las encuestas, ya que suponían que los mexicanos, tradicionalmente atemorizados por el partido en el poder, no decían la verdad y que por lo tanto,

sólo después del conteo de los votos podría saberse a ciencia cierta quién había sido el verdadero triunfador de esas elecciones. Intelectuales, pensadores y gran parte del pueblo pronosticaban que el desenlace de la elección de 1994 sería mucho más reñido de lo que finalmente fue.

Arnaldo Córdoba, analista y pensador de izquierda, hizo el siguiente análisis en la revista *Nexos* a partir de los resultados de la contienda presidencial de 1994:

Ernesto Zedillo Ponce de León, finalmente, ha sido elegido presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos por más del 50% de los votos emitidos por la ciudadanía mexicana. Creo que nadie se esperaba esto, ni aun los más optimistas, y el triunfo priísta, en esas condiciones adquiere significados que es indispensable examinar. Muchos pensamos (y los dijimos a su tiempo) que Zedillo habría sido el seguro vencedor en los comicios del 21 de agosto; lo reñido de la contienda electoral, sin embargo, hacía esperar, todavía en el último momento, que hubiera unas votaciones más o menos parejas para los tres candidatos principales.(...)

(...)¿Por qué los electores se volcaron en masa sobre las urnas en favor del PRI? En lo esencial creo, como varios otros ya lo han dicho, por *miedo*. Puede adornarse diciendo que se trató de un rechazo consciente a la violencia, el desorden, los conflictos postelectorales, la demagogia radicalista y el socavamiento de la autoridad del Estado. Lo cierto es que se trató de un voto del temor y del miedo. El rechazo fue a la guerrilla, cuya presencia, ahora pudimos verlo, dañó profundamente este proceso electoral. Los votos priístas que no fueron inducidos, fueron votos conservadores, temerosos del cambio" (Córdoba, 1994, p. 8).

Por su parte, Héctor Aguilar Camín, director de *Nexos* explicó así la elección:

Contra la mayoría de los pronósticos profesionales, México se levantó el 22 de agosto con un triunfador claro en las primeras elecciones creíbles de su historia moderna. En medio de incertidumbres que iban del presagio de una guerra civil a la constitución de un gobierno interino para dirimir el inevitable conflicto poselectoral, los electores escogieron el anticlímax democrático: salieron a votar en proporciones superiores al 70% del padrón electoral y construyeron un ganador evidente, con más de la mitad de los votos totales y más de 20 puntos porcentuales de ventaja sobre su más cercano competidor. El anticlímax fue también de orden de las expectativas de cambio. Una larga y circular reflexión colectiva en el sentido de que unas elecciones libres significarían el fin de la hegemonía del PRI, fue desmentida por los electores, que dieron su voto al PRI. No sabemos aún, exactamente el sentido político y la razón profunda de ese voto. Pero en la misma franja de opinión donde se generaliza la idea de que el PRI perdería indefectiblemente en unas elecciones limpias, se generaliza hoy la explicación de que el voto del 21 de agosto fue por una parte, un *voto de miedo* y, por la otra, un *voto conservador* reacio al cambio. (Aguilar C., 1994, p.7-11).

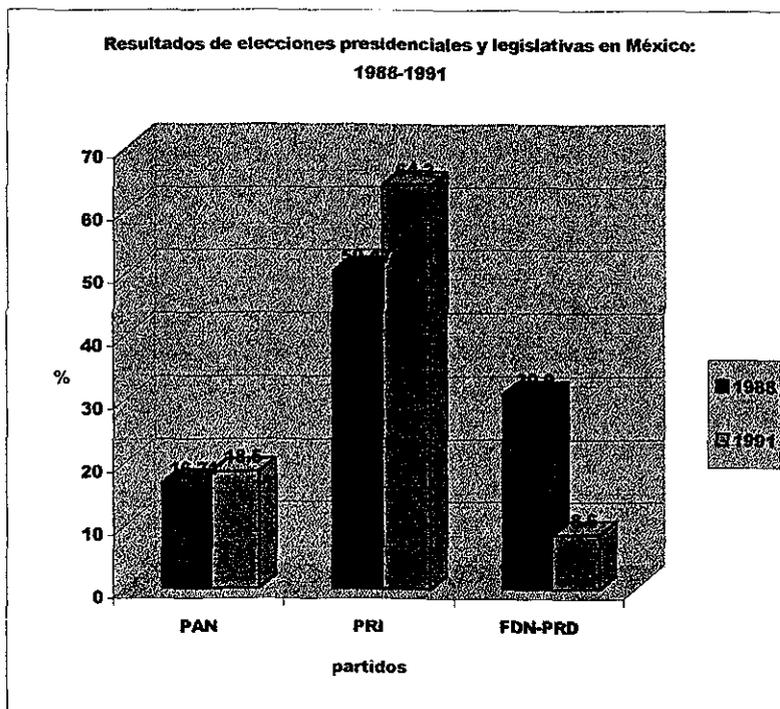
Es importante encontrar los motivos para explicar el comportamiento del electorado, que no se condujo en el sentido atribuido por muchos analistas políticos de que, al haber la posibilidad de una elección más libre en México, se volcarían por las opciones opositoras, como si el voto en México tuviera como único elemento explicativo la acción fraudulenta del partido en el poder y no hubiera una buena cantidad de seguidores del PRI, amén de los factores que varios de los analistas ponderaron, como un voto producto del miedo, otro voto de características conservadoras, además de otros elementos como la campaña de medios que el gobierno de Salinas realizó y el voto corporativo.

Sin embargo, no podemos descuidar nuestra intención fundamental, que es el análisis de las encuestas publicadas en los medios masivos de comunicación. La propia acción de los medios de comunicación, la inmensa campaña publicitaria que se hizo en el gobierno de Salinas con respecto a la creación de un nuevo padrón electoral y la idea que circuló acerca de la transición de México al primer mundo produjo una elección con resultados de primer mundo, por lo menos en lo tocante a la participación: más del 70%.

Una de las finalidades de las encuestas es el establecimiento de pronósticos; es decir, de anticipar un posible y probable resultado, y de servir como un medio estadístico, mientras que los censos y las elecciones son un parámetro. En una encuesta podemos encontrar que una población de varones, por ejemplo, tiene en promedio 1.70 m. de estatura. Sin embargo, en términos censales, el parámetro promedio de la estatura de la población masculina en México es de 1.65 m., lo que significa que existe una desviación entre el estadístico que obtuvimos mediante una investigación, utilizando una muestra, y la información censal.

¿Cuál es el parámetro en el ámbito electoral? Los resultados en las elecciones más cercanas a las de 1994 fueron las de 1988, en las que el candidato del PRI obtuvo 50.47% de los votos, el candidato del Frente Democrático Nacional (FDN), el 30.9% de los votos y el candidato de Acción Nacional, 16.71% de los sufragios. Este parámetro podría tener para nosotros alguna utilidad. Sin embargo, ni la opinión pública, ni el gobierno, ni los partidos políticos están cruzados de brazos o se encuentran inactivos, y buscan influir con distinto tipo de acciones a la opinión pública, ya que cada vez más en la actualidad los gobiernos, se han transformados en gobiernos de opinión, y están pendientes de las modificaciones y transformaciones de la opinión pública. De tal suerte que, el gobierno de Salinas intentó por distintos medios modificar su imagen, mediante la elevación del grado de aceptación de su gobierno, a fin de mejorar su popularidad. Prueba de ello fueron las encuestas que publicó la revista *Este País* a lo largo de su administración. A unos días de haberse realizado este escrutinio, 69% de los entrevistados por MORI de México afirmaba que les gustaba la forma como gobernaba el país Salinas. Junto a esto podemos colocar la información del resultado de la elección intermedia de 1991, en la que el PRI regresó a prácticamente "carro completo", ya que obtuvo en aquellos comicios 64.2% de los votos; esto es, un aumento de 13.73% en los votos, pasando de tener 260 curules en la Cámara de Diputados a 320, mientras que el PAN obtuvo el 18.5%, casi la

Gráfica XII



Fuente: Luna F., 1994, p. 34 y 110.

misma cantidad de votos, aunque menos curules, pues pasó de 100 en la legislatura de 1988 a 89, con una pérdida neta de 11 diputaciones. Por su parte, el PRD alcanzó 8.6% de los votos con una representación de 41 diputados, los mismos que había tenido bajo las siglas del PMS en 1988.

Los hechos que presentamos en la Gráfica XII establecen una comparación entre el resultado de las elecciones de 1988 con las de 1991 en distintos comicios. A partir de este método, se observa que el PRI tenía 57.3% en promedio de los votos en ambas elecciones, el PAN 17.6% y el PRD 19.7%.

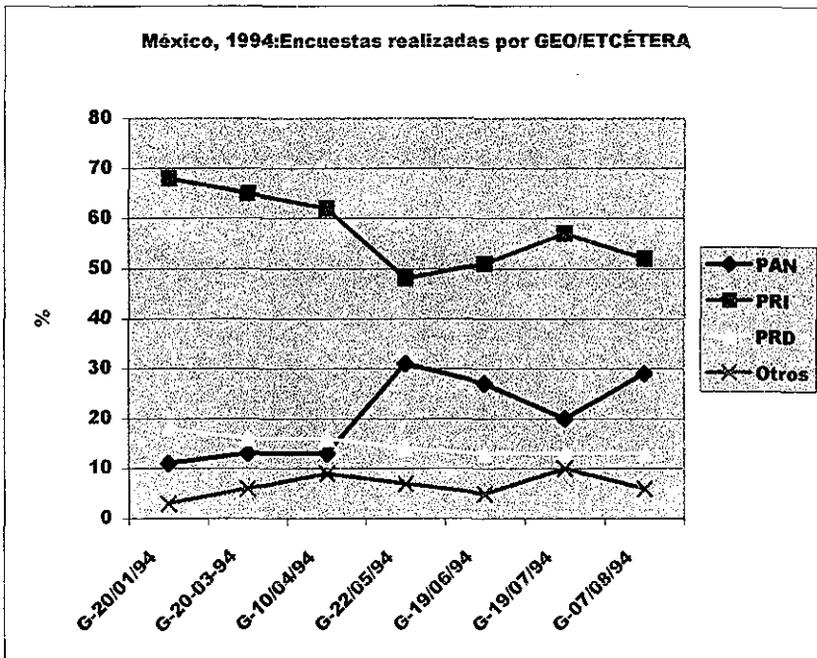
En la gráfica XI se muestra el desempeño de los distintos partidos a partir de diferentes encuestas nacionales divulgadas por los medios de comunicación, y se observa una correlación entre lo antes dicho y lo que aparece en las encuestas: es decir, que el estadístico que se obtiene mediante la encuesta mantiene alguna relación con el promedio que hicimos de las dos últimas elecciones. En la encuesta de GEO publicada el 20 de enero de 1994, el PRI tenía 68% de la preferencia electoral efectiva y el promedio estadístico de las dos elecciones era de 57.35%, con una diferencia favorable al PRI de poco más de 10 puntos porcentuales, y que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

el PAN detentaba una preferencia efectiva de 11%, mientras que su promedio era de 17.6%, con una diferencia negativa de seis puntos porcentuales. Entre tanto, el PRD contaba 18% de la preferencia electoral y su promedio estadístico era de 19.75%, con una diferencia favorable de 1.75%. Aunque sólo sean promedios, sirven de indicadores de la dispersión y desviación de las encuestas con respecto a los últimos resultados que obtuvieron los diferentes partidos políticos en sus últimas incursiones políticas, ya que una de las funciones que habíamos establecido para las encuestas es su posibilidad de disminuir la incertidumbre, dar un cierto nivel de seguridad al público y evitar que se realicen fraudes, ya que al no existir ningún tipo de elemento paramétrico, los partidos pueden establecer distintos escenarios, los cuales no necesariamente guardan relación con la realidad, o simplemente crean escenarios totalmente ficticios mediante las encuestas.

Sin que dudemos de los resultados de las encuestas publicadas en los diarios, lo que sí se observa es que las encuestas construían una situación muy favorable al PRI, pues su intención de voto se acercaba al 70%, mientras que el PAN se encontraba muy por debajo de sus últimos resultados electorales y el

Gráfica XIII



Fuente: op. cit., p. 130

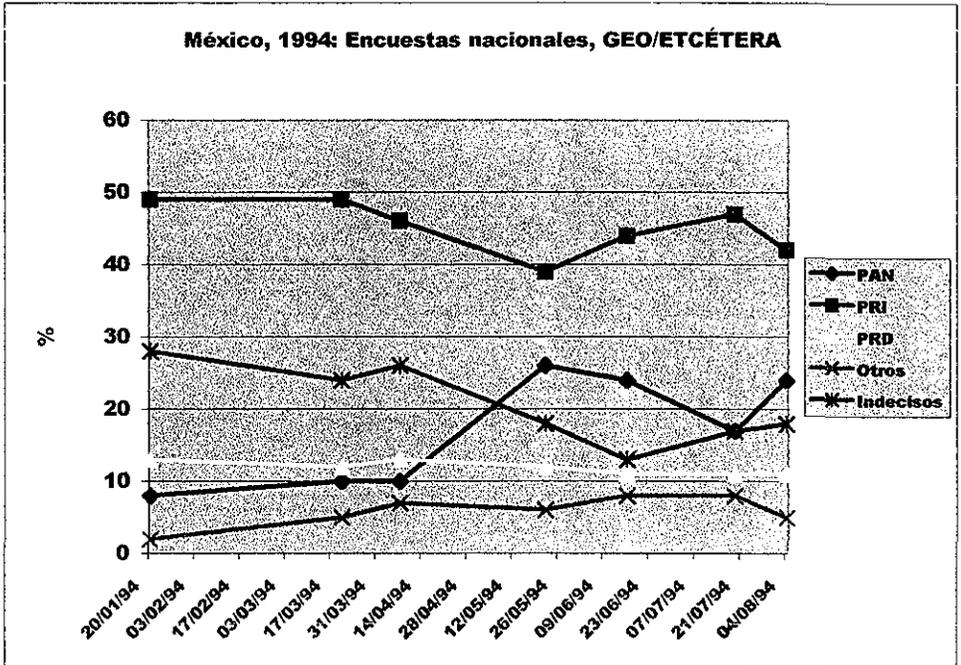
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

PRD un poco más cerca. En otras palabras, aunque el PRI hubiese bajado mucho, digamos 20 puntos porcentuales, por el debate o por una mala campaña de su candidato, aún podía ganar la contienda con el 50% de los votos.

En la gráfica XIII se reproduce parte de la información que ya apareció en la Gráfica XI, en la que se presentan los datos agregados de todas las encuestas. En ésta se encuentran los resultados de la encuesta de GEO, en la que se evidenciaba un constante ascenso y descenso, principalmente del PRI y del PAN, motivados fundamentalmente por el debate del 12 de mayo. Sin embargo, el PRI venía hacia abajo con respecto a los sondeos previos del 20 de enero, 20 de febrero y 10 de abril, en los que había comenzado con una intención de voto efectiva, sin contemplar a los indecisos de casi 70%. Tras el debate descendió al nivel de 50% de la intención efectiva de voto, resultado que finalmente obtuvo en los comicios. En el caso del PAN, entre enero y abril se mantuvo básicamente estable, elevándose a raíz del debate al 30% de la intención de voto, cifra que, a pesar de que la perdería con el tiempo, recuperaría al final de la campaña. Como se ve en la gráfica, gran parte de sus votos fueron proporcionados por el candidato del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas, quien comenzó con 20%, un nivel superior al del PAN, y que llegó a la elección con menos del 13% de la intención de voto. Si estas encuestas son correctas, se advierte que el debate quitó votantes al PRI y al PRD y los asignó al PAN, aunque el ascenso del PAN fue importante más del 20%. El problema radica en la cantidad de casi 70 puntos porcentuales con la que inició el PRI, lo que significa que al perder 20 a lo largo de la campaña, quedó con 50, lo que le permitió ganar con holgura.

Si examinamos la misma información en la Gráfica XIIIa, podemos percatarnos de algunas cuestiones muy pequeñas y tal vez intrascendentes, pero que pudieron tener un peso específico en el desarrollo, si no en la elección misma (en el sentido de su capacidad de influir en la intención de voto de los electores), para predisponer tanto a los electores como a los medios a las posibilidades de los diferentes partidos políticos en aquella elección. Tenemos cuatro diferentes escenarios: PRI, PAN, PRD e indecisos. El PRI comenzó con 1% por debajo de su parámetro; la cantidad que había obtenido en la elección presidencial inmediata anterior, de 1988; el PAN, que fue el único partido que contentió como tal en 1988 y en la intermedia de 1991, había logrado únicamente 8% de la preferencia electoral, y el PRD, a final de cuentas el partido a vencer en las elecciones de 1994 se encontraba a algunos puntos porcentuales por arriba del 10%. En lo que queremos hacer el hincapié es que las encuestas colocaban al PRI exactamente en un punto porcentual por debajo de su parámetro histórico, mientras que sus opositores se encontraban muy por debajo del nivel alcanzado en las elecciones de 1988 y en las intermedias de 1991. Esto no es prueba fehaciente de que las encuestas estuviesen mal realizadas o distorsionadas a favor del PRI.

Gráfica XIII a



Fuente: *op. cit.* p. 130

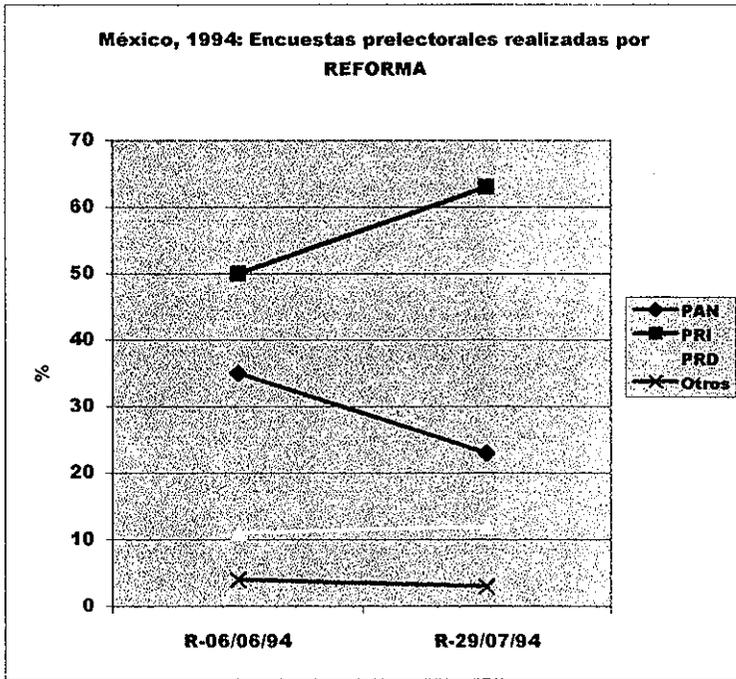
Empero, si se analiza con mayor detenimiento la misma gráfica XIIIa, vemos que, si bien los resultados muestran un ligero descenso del PRI, ocasionado por el fenómeno del debate, este partido comenzó con 50% de la intención de voto y aunque descendió en las últimas encuestas, con una reducción de cerca de 10 puntos porcentuales, sus opositores poco capitalizaron esta situación, ya que pese a su gran recuperación en el debate, el PAN no logró mantener por mucho tiempo esta ventaja, aunque fuera aparente, según las encuestas, y cerró con el mismo porcentaje que logró en el debate, mientras que el PRD mantuvo un nivel estable toda la campaña electoral; esto es, conservó su voto fiel. Podemos concluir que el gran momento de la campaña electoral fue el debate que proyectó Acción Nacional

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a un nuevo nivel y que su cosecha de votos se nutrió principalmente de los votantes aún indecisos, y no de los votos del PRI y del PRD.

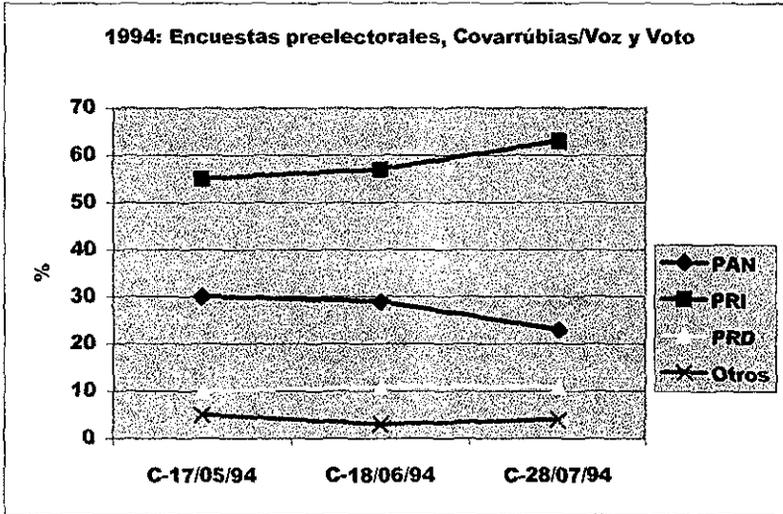
Tanto el periódico *Reforma*, como la revista *Voz y Voto*, realizaron encuestas nacionales. *Reforma* realizó dos de ellas, una a inicios del mes de junio, cuando todavía se advertían algunos resabios del debate. Sin embargo, la siguiente encuesta mostró una elevación estrepitosa del partido oficial y una baja acentuada del PAN, la cual pudiera corresponder a la explicación de disminución de las actividades de campaña, señalada por muchos analistas políticos, y el voto del temor que influyó en el reposicionamiento del PRI y una pérdida de votantes potenciales del PAN para el PRI.

Gráfica XIV



Fuente: op. cit. :130.

Gráfica XV



Fuente: *op. cit.* :130.

Las encuestas realizadas por Ana María Covarrubias para la revista *Voz y Voto* atestiguan el mismo fenómeno de la recuperación de los votos priistas a causa principalmente de la disminución en la intención de voto favorable al PAN y un aumento en la intención de voto hacia el PRI, sobre todo de potenciales votantes panistas que se arrepintieron, ya que ambas curvas muestran que cuando el PAN sube, el PRI baja y viceversa.

En cuanto a las consecuencias de estas diferentes encuestas, no puede afirmarse que sus resultados con la modalidad de datos brutos efectivos o con la intención de voto efectivo (la reasignación de los indecisos), tuvieran la capacidad de influir o persuadir al lector. Empero, al publicarse resultados de encuestas con la preferencia efectiva y eliminación de los indecisos, los cuales Basáñez (1994) describió acertadamente no como indecisos, sino como personas que no declaran su intención de voto, llegamos a situaciones que muestran cómo en la encuesta de *Reforma* y la de *Voz y Voto*, la intención de voto por el PRI de poco más del 60% dejaba a cualquier indeciso sin mucha opción, ya que tenía una desventaja prácticamente imposible de remontar con respecto a su más cercano opositor, el PAN.

Algunos investigadores opinan que el encuestador no debe hacer una proyección de voto, pues el instrumento no tiene capacidad predictiva y es sólo una fotografía del momento. Si bien esto es correcto, a medida en que se aproxima una elección cada vez es más difícil que los electores, o que un gran número de ellos, cambie su perspectiva de voto. Lo que es importante determinar

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

es cómo será la actuación de los llamados indecisos. Ahora bien, si un número importante de medios, como *Reforma*, *El Universal* y *Voz y Voto*, predicen una victoria del PRI en una forma muy aplastante, si hay una buena cantidad de electores que aún no deciden el destino de su voto y si la fuente es creíble, es muy posible que un buen número de electores pueda ser influenciados. Debido a que en estas últimas encuestas se pronosticaba una victoria para el PRI de tal magnitud, si tenemos, como en las elecciones de 1994, un cierto nivel de temor por la posibilidad de algún estallido social y si, al mismo tiempo, existía una relativa confianza en el gobierno de Salinas, es muy probable que el voto indeciso e indeterminado se dirigiera a Zedillo.

Según Fernando Solís Cámara (1994), la capacidad predictiva de las encuestas depende de muchos factores. En el caso específico de los indecisos, existen varias metodologías para reasignarlos, como:

La asignación de los votantes indecisos. Ésta es fundamentalmente para cuantificar la preferencia electoral; sin embargo, no hay un acuerdo sobre la forma más adecuada para proceder a su asignación. Pueden distinguirse tres métodos básicos:

Asignación directa. Consiste en distribuir a los indecisos de manera proporcional a la preferencia electoral manifestada por aquellos encuestados que sí tienen o expresan una decisión de voto por alguna de las opciones políticas.

Método discriminante. Se lleva a cabo mediante la inclusión en el cuestionario de varias preguntas o variables que permitan el acopio de datos que den indicios sobre la posible decisión de voto del encuestado. Con base en la respuesta a éstas, y previa discriminación de variables de poca significación estadística, se llega a la conclusión de que el individuo encuestado en realidad tenderá a votar por algún candidato, aunque no haya querido decir.

Criterio de Lazarsfeld. Considera que los indecisos orientan su decisión de voto de acuerdo con su propia predicción del resultado electoral, dato que se utiliza para la asignación correspondiente. (Cámara F., 1994, p. 172).

Como se observa, uno de los grandes problemas de las encuestas es en realidad la forma bajo la cual se asigna a los indecisos, ya que una asignación equivocada por parte del investigador o de la empresa encuestadora provoca suspicacias en los lectores; de ahí que en los distintos análisis acerca de las encuestas publicadas con respecto de las elecciones de 1994 se planteara esta consideración. También Basáñez hizo referencia a los métodos utilizados para la asignación de indecisos:

El análisis (de los resultados N.A.) exige dos planos de evaluación. Uno relativo a los datos directos, *crudos*, o de preferencia *bruta* que arrojan las encuestas. Es decir, incluyendo el porcentaje de todos aquellos que no declaran por quien votarían, como se ve en el cuadro 1 columna 5 de la

preferencia *bruta*. Otro, relativo al pronóstico de la votación, que parte precisamente de los datos directos, pero que ya no es propiamente la encuesta, sino su interpretación(...)

(...) Algunos investigadores opinan que el encuestador no debe hacer una proyección de voto, pues el instrumento no tiene capacidad predictiva. Que es solo una fotografía del momento del levantamiento. Otros opinan que de todas formas aún sin proyectar votos, el investigador además de reportar los datos directos, "crudos" o de preferencia *bruta* de voto, debe asumir una responsabilidad en el proceso de buscar la preferencia *efectiva* del voto. Es decir, el proceso de eliminar a quienes no declaran sus simpatías. En México aún no hay consenso al respecto.

La discusión sobre la asignación o eliminación de indecisos parte de la aceptación de proyectar y confrontar inmediatamente la disyuntiva del cómo. Una primera aclaración es que aunque el debate los indica como "indecisos" en realidad no son tales. El término "no declara" es más exacto, pues incluye al indeciso, al que no sabe, al que rechaza la pregunta diciendo "el voto es secreto" o al que simplemente se niega a contestar. La eliminación de indecisos es el procedimiento que parte de suponer que quienes no declaran sus simpatías se distribuyen en forma similar a quienes sí lo hacen. De esta manera eliminarlos equivale a distribuirlos en la misma proporción que recibe cada partido escogido.

Para ilustrar el procedimiento, se pueden revisar los cálculos para la preferencia efectiva que se presentan en el cuadro No. 1, que es el de eliminación de indecisos. En la encuesta no. 1 (Harris-Indermec) la "preferencia bruta" para el PRI (columna 1) es de 43% y para quienes no-declaran (columna 5) es de 21%. Para obtener la "preferencia efectiva" se elimina al 21% que "no declara", dejando una nueva base de 79% ($100-21=79$). Se recalcula el porcentaje del PRI (43) sobre 79 y se obtiene la "preferencia efectiva" de 54% para el PRI ($43/79=54$). Para cada partido se sigue el mismo procedimiento descrito. La nueva suma de las cuatro columnas de preferencia efectiva del ejemplo que estamos revisando ($54+28+13+5$) es otra vez 100.

Para calcular la diferencia promedio (DP) que permite evaluar qué tanto las encuestas realizadas se distancian de los resultados oficiales, se compara el porcentaje de preferencia efectiva de cada partido con el resultado de la elección y la diferencia que resulte se suma ($PRI=3.8 + PAN=1.3 + PRD=4.1 + Otros=1$) lo que arroja una diferencia total de 10.2 puntos que se divide entre 4 para obtener el 2.6% en el ejemplo citado. (Basáñez, 1994, p. 20).

CuadroVI. Comparación entre Encuestas Pre-electorales de 1994																
%Preferencia Bruta % Preferencia Efectiva																
Empresa	Patroc	Fech	N=	PE	LE	T	1	2	3	4	5	1	2	3	4	DP
Harris	CNIRT	7/07	2550	82	V	O	43	22	10	4	21	54	28	13	5	2.6
Covarr.	VozyVot	7/28	1522	62	V	U	47	17	8	3	25	63	23	11	5	6.2
Reforma	Reforma	7/29	2000	73	VC	O	46	18	9	2	25	61	24	12	3	5.4
Belden	MIB	8/01	1526	114	VC	U	46	19	9	5	21	58	24	11	6	4.2
Mori	Excels.	8/01	3137	244	VC	O	38	22	11	5	24	50	29	15	6	1.2
Harris	CNIRT	08/6	2550	92	V	O	44	19	11	4	22	56	24	14	5	3.2
CEO	UdeG	08/6	7040	19	C	O	36	25	12	6	21	46	32	15	7	3.2
GEO	Etcétera	08/7	1100	40	V	O	42	24	11	5	18	51	29	13	6	1.8
Mori	EstePaís	08/19	1098	122	V	O	38	21	14	5	22	49	27	18	6	.6
Resultado Oficial:											50 27 17 6 3.2					
Abreviaturas:n=númerodeentrevistas/PE=númerode Puntos de Entrevista/LE=lugar de entrevista:V= vivienda y C=calle /TE=Tipode entrevista: O=oral y U=urna/ Preferencia (bruta y efectiva) 1=PRI, 2=PAN, 3=PRD, 4=Otros y 5=nodeclaró su preferencia/ Preferencia Bruta incluye a quines no declararon y Preferencia Efectiva los excluye/ DP=diferencia promedio entre la preferencia efectiva y los resultados oficiales: es la suma de las diferencias dividida entre cuatro.																

Fuente: Basáñez, M., *op. cit.*: 13

En el cuadro anterior se aprecia que en la última encuesta que publicó Basáñez⁵, bajo el patrocinio del periódico *Excelsior*, obtuvo un resultado muy cercano al de la elección. Sin embargo, en las demás encuestas divulgadas por *Este País*, realizadas desde el mes de octubre de 1993, se planteaba que Diego Fernández iba a la delantera con 31% de la intención de voto, seguido de Zedillo con el 23%, Cárdenas 14%, los demás con 4% y "no declara" con 30%. Este pronóstico, presentado en una revista mensual, era distinto a la gran mayoría de las investigaciones que, como ya hemos reseñado, presentan diferencias con respecto al resultado. Sin embargo, todas ellas planteaban la victoria del candidato del PRI. Sin soslayar el error de Basáñez, ya que los resultados de sus encuestas fueron equivocados, lo importante a señalar fue el ataque que tanto él como su revista recibieron, lo que obligó a abrir sus páginas a alguno de sus críticos, como Raúl Trejo Delarbre, en cuyo semanario *Etcétera* se publicaron los resultados de la encuesta elaborada por GEO, cuyo pronóstico, que ya

⁵ Miguel Basáñez, ex director de la revista *Este País*, ha sido uno de los investigadores más cuestionado después del proceso, puesto que gran parte de las encuestas que divulgó en la revista fueron ampliamente criticadas, porque la muestra era muy reducida (318), las entrevistas se realizaban en la vía pública, el margen de error era relativamente alto (4.5%) y el levantamiento se llevó a cabo sólo en cinco ciudades: Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara, Tijuana y Mérida.

presentamos, fue de los más acertados. Empero, ¿cuál fue el punto fundamental en las encuestas de Basáñez y en las de sus críticos? Obviamente el problema no eran los indecisos ni cómo calcularlos, sino presentar un resultado que pusiera en entredicho la victoria del PRI. El problema en el caso específico de Basáñez estribaba que sus encuestas no eran nacionales, su muestra era muy pequeña y únicamente hacía uso de la entrevista callejera. Por tal motivo no incluimos sus sondeos en el cuadro de Ricardo de la Peña, que aquí reproducimos (cuadro IV).

Empero, es importante mostrar la crítica que Trejo Delarbre hizo a Basáñez, la cual, si bien es válida, puede interpretarse no sólo como una forma de criticar la improvisación y la falacia, sino la importancia que asume un medio que divulgue, piense o plantee resultados de encuestas que van en dirección contraria a lo que afirma gran parte de los analistas y los encuestadores, en un país en donde se suele desconfiar de los resultados electorales y tacharlos de fraudulentos, sea esto real o ficticio. De tal suerte que esta posición tenía un posible aval en los pronósticos de la revista *Este País* que, como hemos dicho, fue el único medio que mediante encuestas cuestionó la posible victoria del PRI, a través de encuestas, por lo menos hasta el mes de junio. Por otra parte, sin muchas explicaciones, Basáñez (1994) afirmó que su última encuesta, realizada entre el 25 de julio y el primero de agosto, era como una de las más certeras, de lo cual Trejo Delarbre dijo lo siguiente:

(...)3.- **La gana adivinatoria.** A todos nos gusta saber qué ocurrirá. A algunos, les gusta erigirse en oráculos de un futuro político que, sin embargo, pretenden atisbar a partir sólo de fragmentos de un panorama que es evidente e incluso, a veces, inasiblemente complejo. La influencia de cierto columnismo político que apuesta a aparentar que describe el porvenir nacional; junto con la gana de sociología instantánea que desde el periodismo y la academia se práctica con tanta impunidad se combinan para, en ocasiones, propiciar la sustitución del diagnóstico, por el pronóstico.

4.- La impericia técnica/política. El fracaso de todos esos analistas es aún más estruendoso porque durante largos meses, antes de las elecciones, contaban con instrumentos de medición científica de la opinión de la sociedad mexicana, con una prolijidad de información que nunca antes habíamos tenido en nuestro país. Las encuestas son recursos útiles cuando están bien hechas y, en el caso que nos ocupa, teníamos varias de ellas sintomáticamente similares, casi todas ellas de financiamiento independiente, para poder reconocer que sus datos no podían ser tan errados. Sin embargo, desde algún segmento del análisis político, introyectado del partidismo más descalificador de todo lo demás, a las encuestas se les condenó porque no retrataban la debacle del PRI que deseaban tales analistas.

En otro grupo de opinión algunos de los encuestadores (o quizá sea más justo hablar sólo en singular en este caso) hicieron un manejo tan maniqueo de las encuestas mismas que contribuyeron a desprestigiarlas. Fue

patéticamente célebre el caso de quien, a partir de una lectura ideologizada -una muestra sólo de cinco ciudades- pretendió que alrededor del mes de junio el candidato presidencial del PAN iba adelante en las preferencias de la sociedad y se llevó al baile de equívocos y a yerros analíticos a algunos de los escritores políticos que le creyeron tal diagnóstico. Ese mismo encuestador, Miguel Basáñez, engaño a sus clientes cuando aseguró que si la participación ciudadana era alta, entonces resultaba inevitable una derrota del PRI. Las encuestas de este triste personaje de la picaresca política-académica mexicana estaban correctamente diseñadas y sus datos no son malos. Sin embargo, su interpretación quedó descalificada por el interesado manejo político que su autor hacía con ellas, como si inventando escenarios irreales la realidad fuese a cambiar. Lo más sorprendente, en este caso, es la gran cantidad de periodistas y académicos que, dentro y fuera del país se dejaron engañar por Basáñez (Trejo, 1994, p. 61).

Esta crítica es correcta, ya que antes de las elecciones, Basáñez presentó mes a mes una serie de encuestas realizadas con cierto rigor metodológico y a partir de la premisa de que los mexicanos, al vivir bajo un régimen autoritario, temían contestar con la verdad a las preguntas de los encuestadores cuando se dirigían a sus casas. Por ello, este investigador, junto con Enrique Alduncin, propuso la realización de sondeos en la calle. Basáñez intentó defenderse de los críticos como Trejo Delarbre, señalando que los resultados de la consulta mensual realizada por *Este País* (1994) eran únicamente un sondeo y no una encuesta en forma, dado lo pequeño de la muestra utilizada y la cantidad de ciudades donde se hizo el levantamiento. Sin embargo, lo álgido de las críticas a Basáñez radicó en no mostrar ninguna incertidumbre sobre la elección de 1994. De ahí la gran divulgación de los resultados electorales, encuestas, conteos rápidos y *exit polls* a los interesados y al público en general, con objeto de que no quedara menor sombra de duda acerca de la veracidad, honestidad y alto nivel de credibilidad de dichas elecciones.

En suma, las encuestas realizadas para las elecciones de 1994 tuvieron la función de asegurar la credibilidad, dar confianza a los electores, señalar la existencia de una competencia a sus más cercanos seguidores y apuntar quien iba a la cabeza y quién triunfaría en la elección. Estas encuestas también sirvieron para informar al público e influir en su decisión, al mostrar la inexorable victoria del PRI, pero inscrita ahora en un escenario democrático.

Ante la tradicional desconfianza de los electores mexicanos hacia la política, elecciones y partidos políticos, ¿cuál fue la novedad de las elecciones de 1994? En primer lugar, haberse acompañado de modificaciones en la legislación electoral, con las reformas electorales de 1991 y 1993 (Becerra, 2000), el establecimiento del Instituto Federal Electoral, la credencial de elector con fotografía y la campaña mediante la cual no sólo se informó a la población, sino que se le incorporó al proceso, haciendo que casi 80% de la población empadronada participara en el proceso electoral. Estas dos condiciones, como otras más determinadas por el alto prestigio de Salinas, garantizó no sólo una elección, sino una victoria aplastante del Partido Revolucionario Institucional, muy probable la última, el cual, en las

CAPÍTULO IV

Los sondeos de opinión en las elecciones de Brasil

4.1 Las elecciones y el sistema político: “*República Velha*”

Desde su independencia de Portugal en 1822, en Brasil han existido más de siete sistemas de partidos. Como se mencionará, esta enorme variabilidad se ha explicado cuando menos por dos factores: la existencia de una economía cuyos aspectos más importantes se han centrado en algunas regiones, la cantidad de limitaciones impuestas por la ley, no para la constitución de partidos políticos, sino para la aparición y diversificación de la figura del elector, la cual ha tenido en distintas épocas varias limitaciones, y por el sistema de gobierno, que sólo hasta la dictadura de Getúlio Vargas constituyó un estado centralizado con formas de administración dirigidas desde el centro hacia los estados.

Brasil es una república desde 1889, cuando el Mariscal Deodoro da Fonseca derrocó mediante un golpe de estado al emperador Don Pedro II y a su hija Doña Isabel, quien fungía como Regente y que un año antes había abolido la esclavitud de los miles de esclavos que hacían funcionar la economía agrícola, eje del orden imperial. El país tenía en aquel entonces las fronteras actuales y un orden económico basado en el cultivo del azúcar que dominaba la región nordeste del país, mientras que el rico centro meridional se encontraba dominado por los estados de Río de Janeiro (sede de la capital del país), Minas Gerais y São Paulo, y controlaba el negocio minero, por mucho la actividad fundamental hasta fines de la colonia y el inicio de la vida independiente. El país obtuvo también el impulso de las olas de emigrantes de Italia, Alemania y Japón, que lo apoyaran para crear una agricultura más moderna, ya no basada en la mano de obra esclava, sino a partir de la iniciativa de colonos que se dedicaran al cultivo del café, la horticultura y la cría de ganado lechero. Estos colonos fueron eventualmente la base de la construcción del polo industrial en la región paulista entre el puerto de Santos y la ciudad de Río de Janeiro. Esta nueva situación económica y política ya no fue compatible con el viejo orden colonial e impulsó el papel que desempeñaba el ejército, la institución tanto o más importante que el clero para la producción de los cuadros más esclarecidos y responsables en la conducción política y social del país. De acuerdo con Roberto Freire en su obra *Casa Grande y Senzala* (1955), el orden del mundo colonial giró alrededor de dos instituciones: la hacienda y el beneficio del oro.

Al aproximarse el inicio del siglo XX, fue importante “modernizar” la estructura político-administrativa Inglaterra, la potencia más importante del orbe, urgió a los países bajo su influencia a modificar sus estructuras. Aunque Brasil no era una colonia inglesa, mantenía con este país sus principales relaciones económicas y políticas. De ahí que al finalizar el sistema esclavista, se rompió la fuente principal de legitimidad de la monarquía, que se encontraba en la hacienda esclavista azucarera.

Con la ruptura de esta relación, el Ejército fue la única institución que se mantuvo firme y capaz. Por otra parte, aleccionado por las corrientes positivistas (Fernández, 1972) intentó constituir una nueva organización social. La constitución de una República y un sistema democrático era difícil en un país con una población mayoritaria agrícola analfabeta, la cual impedía la participación de la mayoría en la toma de decisiones. Ello coadyuvó a que los militares se mantuvieran en el poder por dos periodos: el del Mariscal Deodoro da Fonseca y el del general Floriano Peixoto. El primer periodo de la política brasileira, conocido como la "República Velha", duró hasta 1930, cuando, en virtud de un golpe de estado, Getúlio Vargas asumió el poder y creó el *Estado Novo*. La República Vieja funcionó principalmente fundamentada en las fuerzas políticas de los conservadores y los liberales, los cuales se sucedieron mutuamente en el poder a través de 15 gobiernos presidenciales, que fueron producto de procesos electorales, aunque inscritos en la llamada política "café con leche".

Cuadro 1. Brasil: Presidentes de la República: "República Velha"	
Presidente de la República	Periodo
Deodoro da Fonseca	15 de nov. de 1889 a 25 de febr. de 1891.
Deodoro da Fonseca	26 de febr. de 1891 a 23 de nov. de 1891.
Floriano Peixoto	26 de febr. de 1892 a 15 de nov. de 1894.
Prudente de Moraes	15 de nov. de 1894 a 15 de nov. de 1898.
Campos Salles	15 de nov. de 1898 a 15 de nov. de 1902.
Rodríguez Alves	15 de nov. de 1902 a 15 de nov. de 1906.
Alfonso Penna	15 de nov. de 1906 a 14 de junio de 1909.
Nilo Peçanha	15 de nov. de 1909 a 15 de nov. de 1910.
Hermes da Fonseca	15 de nov. de 1910 a 15 de nov. de 1914.
Wenceslau Brás	15 de nov. de 1914 a 15 de nov. de 1918.
Delfim Moreira	15 de nov. de 1918 a 28 de julio de 1919.
Epitácio Pessoa	28 de julio de 1919 a 15 de nov. de 1922.
Arthur Bernardes	15 de nov. de 1922 a 15 de nov. de 1926.
Washington Luis	15 de nov. de 1926 a 24 de oct. de 1930.
Tasso Fragoso	24 de oct. de 1930 a 3 de nov. de 1930.
Menna Barreto	24 de oct. de 1930 a 3 de nov. de 1930.
Isaias Noronha	24 de oct. de 1930 a 3 de nov. de 1930.

Fuente: Folha de São Paulo, 4 de octubre de 1994: 2.

Los 15 gobiernos representaron a la oligarquía agropecuaria de las regiones de São Paulo y Minas Gerais, y la política se encontraba sometida al imperio de la economía y, fundamentalmente, a los intereses agroexportadores (Sodré, 1975) que estaban en manos de los productores de café de São Paulo. Toda este periodo, hasta el golpe de Vargas, disfrutó de una continuidad política, y sólo en pequeños intervalos, como en los casos de Floriano Peixoto, Nilo Peçanha y Hermes da Fonseca (presidentes militares), se interrumpieron momentáneamente los periodos civiles. Delfim Moreira, por ejemplo, nunca sufrió un golpe de estado, sino que murió después de haber ocupado el poder por un año. Washington Luis interrumpió su último periodo, de forma que antes que Vargas asumiera la

presidencia, hubo tres presidentes de la República de manera simultánea, algo tal vez inédito en la historia de los gobiernos republicanos en América Latina y el mundo. El sistema político creado desde el Imperio hasta la república, tuvo sus particularidades (Carone, 1969). Si bien desde la proclamación de la independencia existía el voto libre, universal y secreto, asentado en la constitución de 1821, en 1825 se reformó con la introducción del voto de los varones adultos y censatario, basado en el ingreso y excluyendo a los analfabetas (Jaguaribe 1992).

Una carencia que tuvo Brasil, desde el imperio hasta la república, fue la ausencia de partidos políticos nacionales. Existían dos partidos, el Republicano y el Liberal, que prácticamente no tenían representación nacional, quedando las regiones a la merced de sus propias oligarquías locales. Además, el emperador estableció el sistema de "poder moderador", de acuerdo con el cual ambos partidos se alternarían en el ejercicio del poder, realizando las labores de primer ministro y estableciendo el gabinete. Esto aseguró el bipartidismo, imposibilitó la formación de un sistema de partidos nacionales y evitó que las luchas políticas fueran más allá de las comunidades locales.

Al concluir el Imperio, el advenimiento de la República fortaleció el poder local en lugar de debilitarlo (Jaguaribe, 1992). La constitución de 1891 estableció una federación descentralizada, análoga al modelo norteamericano, con un presidente electo y un poder legislativo bicameral. Pese a este acuerdo federal, la institución presidencial demostró ser muy diferente a su equivalente estadounidense, ya que a falta de la "presión plebiscitaria" de un electorado nacional y masivo (una de las condiciones que seguían manteniéndose en la Constitución eran las restricciones del voto a las mujeres, menores de 21 años y a los analfabetas, además de que el voto no era secreto), la autoridad presidencial sólo derivaba de la anuencia oligárquica. Esto se fundamentaba en un pacto político dentro del equilibrio precario del sistema federal, la llamada "política de los gobernadores", según la cual el control de la presidencia quedaba bajo el mando de los estados más fuertes, con el entendimiento tácito de que no intervendrían en la política interna de los estados de la federación.

Por ello, en términos políticos, desaparecieron los partidos políticos nacionales, mientras que los partidos oligárquicos estatales se perpetuaron en el poder mediante restricciones al voto, corrupción y fraude electoral. Según Carone (1969), la caída de la República Vieja se debió a que el presidente Washington Luis intentó romper el tácito acuerdo de sucesión entre paulistas, y *mineiros*, al pretender que lo sucediera otro paulista el gobernador Julio Prestes. Ante esta situación, el gobernador de Rio Grande do Sul, Getúlio Vargas (fundador de la Alianza Liberal), se unió al gobernador *mineiro* Antonio Carlos. Vargas se postuló a las elecciones de marzo de 1930 y, al perderlas, dio un golpe de estado en octubre del mismo año, en alianza con los militares inconformes.

Presidentes de la República	Periodos
Getulio Vargas	3 de nov. de 1930 a 29 oct. de 1945
José Linhares	29 de oct. de 1945 a 31 de ene. De 1946

Fuente: (op. cit., 1994:2).

4. 2 El "Estado Nôvo"

El siguiente periodo dio inicio después del gran *crack* de la Bolsa de Nueva York, que acabó con el periodo del capitalismo liberal y con el modelo agroexportador en la economía brasileña. Vargas, el creador del "estado nôvo", no sólo generó una nueva economía, sino una forma nueva de hacer política que caracterizó la vida política brasileña hasta el golpe militar contra uno de los epígonos y herederos políticos de Vargas, João Goulart. Sin embargo, en esta fase no hubo partidos políticos propiamente dichos, ya que el dictador acabó con la vieja estructura partidista, y surgieron dos expresiones de la política de esta nueva época. Por un lado el Partido Comunista de Luis Carlos Prestes y, por el otro, los camisas pardas, la versión del nazi fascismo en Brasil, a través del Partido Integralista. Vargas coqueteó con estos últimos hasta el estallido de la Segunda Guerra Mundial cuando, al aliarse con los Estados Unidos, reprimió primero a los fascistas y luego a los comunistas mediante la supresión de gran cantidad de derechos y la desaparición de la república democrática, aprovechando la circunstancia de una economía capitalista en ruinas y la ausencia de un poder metropolitano, como lo fueron primero Inglaterra y después los Estados Unidos. Si la organización social hasta la llegada de Vargas apenas había incorporado un nuevo actor, es decir, los grupos agro exportadores de café que competían con los coroneles del azúcar en el nordeste, dada la industrialización y urbanización del país, se constituyeron los grupos propios de la sociedad moderna: la clase obrera, los sectores empresariales, las clases medias y los sectores de profesionistas liberales. Esta nueva construcción determinó la constitución, a fines del periodo dictatorial, de una nueva organización partidista en el sentido occidental del término, a través un conjunto de partidos políticos que fueron más allá de la distinción conservador/liberal y que se crearon alrededor de los nuevos ejes sociales.

La reforma política fue el elemento central para generar legitimidad durante la primer etapa del gobierno de Vargas (de Souza, 1992), puesto que en 1932 se establecieron las primeras reglamentaciones para la formación de partidos políticos y de un sistema de justicia electoral. Aunque persistió el analfabetismo como restricción para el voto, se disminuyó la edad de votación a los 18 años y se amplió el sufragio para las mujeres. Sin embargo, el fuerte centralismo presidencial y el temor de regresar al sistema anterior de partidos ocasionó la represión a dos grandes organizaciones de masas: la comunista, Alianza Nacional Libertadora, en 1935 y los integralistas en 1937. Lo anterior allanó el camino para que Vargas diera un nuevo golpe de estado en 1938 y comenzará un periodo dictatorial hasta 1945, que terminó con el tercer sistema de partidos políticos de Brasil.

4.3 Populismo y estado benefactor

La finalización del periodo dictatorial al término de la Segunda Guerra Mundial y la creación de la Constitución de 1946 generaron un cuarto sistema de partidos en el ámbito nacional, el cual surgió al amparo de las modificaciones impuestas a la economía y la nueva situación nacional e internacional. Aunque la Constitución de 1946 reafirmaba los principios de un estado federal (en tanto seguía la tradición presidencial: federalismo y una legislatura bicameral pero; por primera vez, un sistema electoral basado en la representación proporcional), intentó garantizar la participación de los grupos políticos menores. Ahora bien, el gran problema de la incipiente democracia brasileña, que es común a todas las democracias latinoamericanas, fue el "populismo", concepto definido por Octavio Ianni (1968) como la necesidad de los gobiernos y grupos políticos de movilizar el potencial electoral de las masas populares a partir de una retórica reformista y, la posibilidad de canalizar estos apoyos a fin de lograr un gobierno estable y eficiente. Sin embargo, uno de los problemas del populismo, desde sus orígenes hasta la actualidad, ha sido la necesidad de amplias coaliciones electorales para que los presidentes puedan mantenerse en el poder.

En otro nivel, la Constitución política de 1946 creó una Cámara de Diputados en la que los estados más pequeños tenían exceso de representación. Aunque esto parezca justo desde una perspectiva federal, en la práctica tal situación significaba el establecimiento de un sistema de intercambio entre el gobierno federal (que maneja la recaudación) y los diputados por los apoyos federales, que daba por resultado en la práctica una deslealtad hacia los partidos políticos (de Souza, 1992). Otro elemento de la fragmentación parlamentaria y de los propios partidos políticos fue el de su escasa capacidad para influir en los destinos del país. Olavo Brasil de Lima (1983) plantea que en la época de Vargas, los partidos políticos eran como una extensión decorativa de las organizaciones corporativas y estatales, ya que éstas los mantenían alejados del conjunto de decisiones políticas y de la implantación de los programas de gobierno. Otra consecuencia importante estribó en el establecimiento del sistema de representación proporcional, siguiendo al método D'Hont, y definido por Dieter Nohlen (1995), el cual se basa en un cálculo matemático para la transformación de votos en curules, estableciendo en primer lugar un cociente electoral que es igual a la suma de la totalidad de los votos válidos y nulos, dividida entre el número de los curules disputados en una elección, con lo cual solamente los partidos que obtenían una cantidad de votos equivalente al cociente consiguen representación en el Congreso.

Esto en la práctica favoreció a los partidos grandes y desfavoreció a los pequeños, teniendo el efecto de que, al tiempo que dejaba a los pequeños sin representación, los grandes, al no tener control sobre sus propios integrantes, tendían a sufrir un proceso sucesivo de fragmentación e incapacidad de implementar políticas de carácter nacional. Entre tanto, los distritos electorales, al ser muy amplios, diluían la representación entre los políticos y sus electores.

También debe mencionarse el propio sistema de "lista abierta", cuya concepción radicó precisamente en evitar la dirección de las oligarquías al interior de los partidos y la posibilidad de que los electores eligieran a sus candidatos preferidos. Bajo este sistema, si un determinado candidato no era electo, sus

votos se sumaban para elegir a otro. Por ello, los partidos confeccionaban amplias listas en las que la mayoría de los candidatos tenía poca posibilidad de ser electo, mientras que los nombres más conocidos y ligados a los intereses de las cúpulas oligárquicas llegaban a elegirse.

El sistema de partidos creado por la Constitución de 1946 intentó implementar por primera vez un sistema de partidos nacionales. Para tal efecto se constituyeron por lo menos tres grandes partidos de carácter nacional, ya que la constitución condicionaba que para la creación de institutos políticos, eran necesarias 10,000 adhesiones en por lo menos cinco estados del país. Con esto se buscaba acabar con los grupos políticos regionales, al tiempo que, al no establecer ninguna cuota de votos para tener representación parlamentaria, no se excluía a ningún partido. Esto dio por resultado la proliferación de las coaliciones y las alianzas electorales, que perjudicaba la cohesión y la unidad de los partidos.

Cuadro 3. Brasil: Resultados de elecciones Presidenciales 1945-1960					
Año	Candidatos y Partidos políticos	Votos Válidos	% Votos	% Curules Coalición Presidencial	% Curules Partido del Presidente
1945	Eurico Dutra PSD/PTB	3,251,507	55.3%	79.7%	PSD=52.8%
	Eduardo Gomes, UDN	2,039,341	34.7%		
	Yedo Fiuza, PCB	569,918	9.7%		
1950	Getulio Vargas PTB/PSP	3,849,040	48.7%	24.7%	PTB=16.8%
	Eduardo Gomes, UDN	2,342,384	29.7%		
	C. Machado, PSD	1,697,193	21.5%		
1955	J. Kubitscheck PSD/PTB	3,077,411	35.6%	52.2%	PSD=35.0%
	Juarez Távora PDC/UDN	2,610,462	30.3%		
	Adhemar Barros, PSP	2,222,725	25.8%		
	Plinio Salgado	714,379	8.3%		
1960	J. Quadros UDN/PDC/PL	5,636,623	48.3%	26.6%	UDN=21.5%
	H. T. Lott, PTB/PSD	3,846,825	32.9%		
	A. de Barros, PSP	2,195,709	18.8%		

Abreviaturas: *PSD- Partido da Social Democracia Brasileiro, *PTB- Partido Trabalhista Brasileiro *PSP- Partido Social Progressista *UDN- União Democrática Nacional.

Entre 1945 y 1964, cuando se dio el golpe militar, en la escena política dominaban tres partidos políticos de carácter nacional. Dos de ellos fueron formados por Vargas: el Partido da Social Democracia (PSD) y el Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), el primero con base rural, integrado por agricultores medios y acomodados que fueron una de las bases para la revolución victoriosa de Vargas en los treinta, y el segundo constituido por los grupos de sindicalistas que el propio dictador organizó con la incipiente industrialización que se desarrolló bajo su gobierno. El tercer partido fue la União Democrática Nacional (UDN), creado por las clases medias ilustradas y los industriales de São Paulo, que se transformó en la principal oposición a Vargas y al populismo varguista, pese a que nunca logró

derrotarlo en este periodo. La UDN llegó finalmente al poder con Jânio Quadros como su candidato quien, después de una fulminante carrera política, en la que ocupó todos los puestos de elección popular, sin nunca adherirse a un partido político de manera formal, fue postulado por una coalición de partidos. Sin embargo, su particular forma de manejarse de forma independiente y el hecho de no tener suficiente apoyo en el Congreso¹, implicó que gran parte de sus iniciativas se rechazaran. Esta situación aceleró la renuncia de Quadros y anteriormente había llevado a Vargas al suicidio, haciendo válida la constante en estos gobiernos; presidente que no cuenta con la mayoría en el Congreso, no es capaz de gobernar. Después de la renuncia de Quadros llegó al poder João Goulart, que si bien era el vice presidente electo, no había sido compañero de fórmula de Quadros, sino del otro candidato de la coalición PSD-PTB, el general Henrique Teixeira Lott, ya que en aquel entonces las votaciones en Brasil para presidente y vice presidente eran independientes. El Congreso que hizo que Quadros renunciara, tuvo que aceptar que Goulart llegara al poder bajo una forma de gobierno parlamentaria, en la que el presidente es el jefe de estado y un primer ministro es el jefe de gobierno. Este sistema tuvo a Santiago Dantas como primer ministro fue de 1961 hasta el 22 de enero de 1963.

El regreso al sistema presidencial fue mediante un plebiscito. El nuevo sistema duró poco, ya que el 31 de marzo de 1964, bajo el mando del general Umberto de Alencar Castello Branco, los militares dieron un golpe de estado: "la Revolução de 1964", terminando con esta fase política del país, que no sólo significó el final del sistema de partidos, sino la desaparición de la mayor parte de los derechos políticos de la población.

Pese a que la población tuvo más derechos políticos electorales en esta época, llamada la etapa "populista" y que el voto era individual y secreto, debido a la importancia de las organizaciones políticas organizadas bajo el auspicio de Vargas, los partidos políticos principales PSD-PTB lograron gran parte de sus victorias mediante el sistema de clientelismo político (intercambio de dádivas por votos), amén del control que tenía el Estado y los gobiernos de los medios masivos de comunicación existentes en el país. Por ello, las elecciones mostraron un bajo nivel de participación electoral (en las elecciones de 1945 sólo estaba empadronada 7% de la población del país, mientras que en 1960 (*op. cit.*, 1992) ya lo estaba el 15.5%, y en 1994, más del 85% de la población con edad de votar estaba inscrita en el padrón electoral).

Haciendo un recuento, podemos partir de la idea de que en la elección de 1945 votaron cerca de seis millones de electores, en un país de 16 millones de habitantes, cantidad semejante a la que votaría en la elección siguiente, la de 1950. Ya en la elección de 1990, con poco más de 100 millones de habitantes, votaron 66 millones de personas, evidenciando formas totalmente distintas de control y de relación entre los candidatos, partidos y electores.

4.4 Política y partidos bajo el sistema autoritario

¹ Los partidos que llevaron a Jânio Quadros a la Presidencia de la República en 1960, sólo contaban con 26% de los curules en el Congreso.

Aún en la etapa dictatorial, los gobiernos militares no desaparecieron totalmente a los partidos políticos a fin de no perder legitimidad. Bajo amparo de la dictadura se creó el quinto sistema de partidos basado en la experiencia bipartidista en el país, pues los militares prohibieron todos los partidos políticos de la etapa anterior y permitieron la formación de únicamente dos organismos políticos: la Aliança Renovadora Nacional (ARENA) y el Movimento Democrático Brasileiro (MDB). A estos partidos se integraron los políticos, a los cuales los militares no quitaron sus derechos políticos²; es decir, principalmente personajes relacionados con los grupos políticos asociados a Vargas y a los partidos creados bajo su amparo (el PTB y el PSD), pero también figuras prominentes de la oposición, como Jânio Quadros, quien fuera presidente de la República electo por la UDN; Carlos Lacerda, ex gobernador del estado do Río de Janeiro y Juarez Távora, quien fuera candidato por la propia UDN, opuesto a Juscelino Kubitscheck, presidente de la República por la coalición PTB/PSD. De esta forma, los militares intentaron por un lado crear un nuevo sistema de partidos y, al mismo tiempo, una nueva camada de políticos, ya que las viejas figuras, como los mencionados, quedaron inhabilitados para el ejercicio de sus actividades políticas por lo menos durante diez años.

Al asumir el poder, los militares no terminaron con toda actividad política, pese a que no dieron por terminada toda la actividad política ni la interrumpieron, ya que el calendario electoral continuaba con elecciones para el Congreso y presidencias municipales, con excepción de las elecciones presidenciales, de gobernador y de presidentes municipales de las ciudades más importantes, que se realizaban de manera indirecta (la del Presidente de la República por el Congreso de la Unión), mientras que los demás cargos eran nombrados por los militares. Por otra parte, a partir de una serie de actos institucionales quitaron los derechos sociales y políticos a toda persona que pudiera poner en peligro sus intereses. Así es como introdujeron a diputados y senadores que no fueron electos, sino nombrados directamente por el gobierno militar.

² La dictadura militar promovió una cantidad considerable de decretos, los "actos institucionales", mediante los cuales clausuraba a los partidos políticos y después como el procedimiento "cassação", por medio del cual despojó a varios ciudadanos de la posibilidad de ejercer sus derechos políticos (votar, ser votado y ejercer algún puesto público, por un periodo determinado).

Cuadro 4.0. Elecciones en el periodo autoritario: 1966-1982 (en porcentajes)						
AÑO	SENADO			Cámara de Diputados		
	ARENA	MDB	Votosnulos y en blanco	ARENA	MDB	Votosnulos y en blanco
1966	44.7%	34.2%	21.2%	50.5%	28.4%	21.0%
1970	43.7%	28.6%	27.2%	48.4%	21.3%	30.4%
1974	34.7%	30.0%	15.1%	40.9%	37.8%	21.3%
1978	35.0%	46.4%	18.8%	40.0%	39.3%	20.7%
1982	36.5%	30.0%	13.5%	36.7%	48.2%	15.1%

Fuente: Lamounier, 1989, p. 124.

El experimento de los militares por mantenerse en el poder, sin acabar de forma total con el viejo sistema de partidos, hizo posible la creación de un sustituto de más fácil manejo. Aunque con gran cantidad de limitaciones, esto llegó a su culminación en 1982, con la programación de elecciones de manera directa para gobernadores de los estados y para presidentes municipales, senadores y diputados federales. Sin embargo, las primeras elecciones fueron canceladas, ya que hubo posibilidades de que los militares las perdieran. Las elecciones de senadores y diputados federales mostraron el gran repudio por parte de la población hacia el intento del gobierno de crear un sistema de partidos bipartidista a la usanza norteamericana.

Después de 1979 se inició una apertura política, que conllevó la aparición del sexto sistema de partidos políticos. El gobierno militar, después del resultado de las elecciones de 1976, cuando perdió el control de la Cámara de Diputados para el MDB bajo la consigna del "divide y vencerás", permitió, con una serie de restricciones, la creación de nuevas agrupaciones políticas a fin de intentar recuperar el control del Congreso. El partido del gobierno, ARENA se transformó entonces en el Partido da Democracia Social (PDS), mientras que el MDB agregó a sus siglas la "P" de partido y se convirtió en el PMDB. Otras agrupaciones fueron el Partido Democrático dos Trabalhadores (PDT) de Leonel Brizola, por mucho el político más temido por los militares; el Partido dos Trabalhadores (PT), formado por integrantes del combativo gremio de los trabajadores de la industria automotriz de São Paulo, y el Partido Popular (PP) del senador Tancredo Neves.

Esta nueva situación tuvo éxito, ya que en 1981 el partido del gobierno había perdido poco más de 77 escaños en el Congreso (de diputados que cambiaban de partido). Sin embargo, ante la elección de 1982, el PP se unió de nuevo al PMDB, aunque no obtuvo la mayoría en el Colegio Electoral (constituido por ambas Cámaras, en las que el PDS contaba con 381 votos de los 686 posibles).

En 1984, comenzó en todo el país un amplio movimiento por la realización de elecciones directa ("*Diretas Já*"), y millones de personas salieron a las calles a exigir el fin de la dictadura. El PDS propuso como candidato a Paulo Maluf (ex alcalde de la ciudad de São Paulo) para suceder al general Figueiredo, el cual no era aceptado por una parte de los integrantes del PDS, quienes rompieron con el

partido del gobierno y formarían junto con el PMDB, la Alianza Democrática que lanzó a Tancredo Neves, junto con José Sarney, a la candidatura para la presidencia y la vicepresidencia, respectivamente. Esta elección tuvo un desenlace dramático con la muerte del presidente electo y la llegada al poder de Sarney. Con la llegada al poder de un presidente civil y el establecimiento del séptimo y actual sistema de partidos concluyó la etapa de la dictadura militar. Este sistema fue legitimado con la nueva constitución, aprobada en 1988, en la que virtualmente no se estipulaba ningún tipo de restricción para la aparición de nuevas agrupaciones políticas, como el Partido Comunista. Además, establecía el voto para los analfabetas, así como la aparición de cerca de treinta partidos, muchos de ellos formados con los distintos grupos que hacían parte del PMDB, como fue el caso de su ala conservadora, que se integró como el Partido da Frente Liberal (PFL).

4.5 Partidos políticos y la nueva competencia electoral

La nueva legislación electoral y los nuevos organismos políticos se estrenaron tanto las en elecciones legislativas de 1986 como en las presidenciales de 1989. Sin embargo, no fue sino hasta 1986 que el PMDB logró su resultado más sorprendente, 54.7% de los curules del Congreso del país, situación que hizo temer por el futuro de la democracia en el país, ya que un partido con tal poder era una situación totalmente inédita. Sin embargo, la situación política y económica, y la poca capacidad de los partidos brasileños para mantener la disciplina interna las sucesivas crisis económicas, hicieron que el poder del PMDB fuera pulverizándose, que para 1990 no contase con más del 23% del Congreso, y que se tornase incapaz de ganar la primera elección presidencial de la era democrática.

Una de las consecuencias de la Reforma de 1985 y de la propia Constitución de 1988 fue la creación de un sistema multipartidista de pluralismo extremo, (Sartori, 1987), ya que existía una amplia fragmentación en el ámbito de la representación partidaria en el Congreso de la Federación. Por ende, a partir de 1985 y hasta las últimas elecciones de 1994, compitieron poco más de treinta organizaciones políticas, muchas de las cuales se formaron para una sola disputa electoral, desapareciendo para el periodo siguiente.

Uno de los fenómenos de las elecciones inmediatas a la finalización de la dictadura militar fue la utilización de los sondeos de opinión, los cuales ya se habían utilizado en el proceso electoral del periodo democrático de 1960, en las elecciones que precedieron el golpe militar de 1964, cuando Quadros resultó electo. En ese entonces ya existía la empresa IBOPE (*Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística*), creada en 1942.

Cuadro 5. Brasil: Resultados de elecciones Presidenciales 1989-1994					
Año	Candidato Partido	Votos Válidos	%Votos	%Curules Coalición Presidente	%Curules Partido Presidente
1989 1ª Vuelta	F. Collor, PRN	20,611,011	30.5%	6.4%	PRN=8%
	L. Silva Lula, PT	11,622,673	17.2%		
	L. Brizola, PDT	11,168,228	16.5%		
	M. Covas, PSDB	7,79,392	11.5%		
	P. Maluf, PDS	5,986,575	8.9%		
	G. Affif, PL	3,272,462	4.8%		
	U. Guimarães, PMDB	3,204,932	4.7%		
	R. Freire, PCB	769,123	1.1%		
	A. Chaves, PFL	600,838	.9%		
	R. Caiado, PSD	488,846	.8%		
	A. Camargo, PTB	379,286	.6%		
Otros	1,732,283	2.6%			
2ª Vuelta	F. Collor, PRN	35,089,998	53%		
	L. Silva Lula, PT	31,076,364	47%		
1994	F. H. Cardoso, PMDB	23,076,959	54.7%	48%	PMDB=13%
	L. Silva Lula, PT	11,143,620	26.4%		
	Enéas, PRONA	2,950,399	7%		
	O. Qércia, PMDB	1,993,010	4.7%		
	E. Amín, PPR	1,434,374	3.4%		
	L. Brizola, PDT	1,209,122	.9%		
	Carlos Gomes, PRN	233,182	.6%		
A. Fortuna, PSC	142,885	.3%			

Fuente: Mainwaring, S. Lua Nova, 28/29, p.24, 1993, Tribunal Superior Eleitoral, 2000.

Empero, la utilización más amplia de los sondeos de opinión no se dio sino hasta las primeras elecciones posteriores a la era de la dictadura, durante las cuales, además de IBOPE, surgieron otras empresas como Vox Populi, Data Folha y otras más. Las razones más obvias para esta multiplicación de empresas fueron, por un lado, la incertidumbre ocasionada por la primera elección presidencial con partidos y candidatos totalmente diferentes a los de la época anterior y, por el otro, el uso de la televisión por primera vez como medio masivo de comunicación en un proceso electoral casi totalmente desconocido para la mayoría de los sufragantes.

**Cuadro 6. Brasil: Escaños en la Cámara de Diputados por Partido Político³
1986-1994**

Año	1986		1990		1994	
Partido	Diputados	%	Diputados	%	Diputados	%
PMDB	261	53.6%	108	21.5%	103	22.3%
PFL	116	23.8%	84	16.7%	85	18.4%
PDS	32	6.6%	42	8.4%	---	---
PDT	24	4.9%	47	9.3%	2	.4%
PTB	17	3.5%	38	7.6%	28	6%
PT	16	3.3%	35	7%	46	9.9%
PL	6	1.2%	15	3%	10	2.1%
PDC	6	1.2%	15	3%	1	2.1%
PCdoB	5	.6%	5	1%	8	1.7%
PCB	3	.6%	3	.6%	---	---
PSB	1	.2%	11	2.2%	14	3%
PRN	--	---	40	8%	1	.2%
PSDB	--	---	37	7.4%	57	12.4%
PSC	--	---	6	1.2%	3	.6%
PRS	--	---	4	.8%	--	--
PST	--	---	2	.4%	--	--
PTR	--	---	2	.4%	--	--
PSD	--	---	1	.2%	3	.6%
PMN	--	---	1	.2%	4	.8%
PP	--	---	---	---	32	7%
PPR	--	---	---	---	45	9.7%
PPS	--	---	---	---	1	.2%
PRP	--	--	--	--	--	--
Otros	--	--	--	--	21	4.5%
Total	487	100%	503	100%	462*	91.2%

*faltan 41 diputados del Estado de Río de Janeiro, cuya elección debió repetirse.

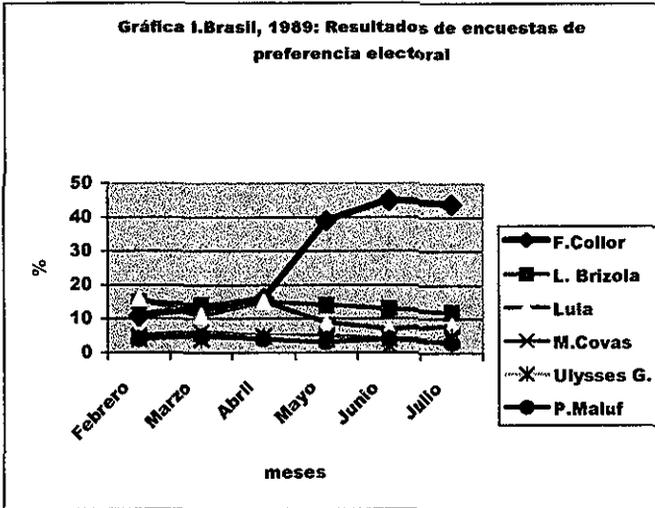
Fuente: *Tribunal Federal Eleitoral*.

³ Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido da Frente Liberal (PFL), Partido da Democracia Social (PDS), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido dos Trabalhadores (PT), Partido Liberal (PL), Partido Democracia Cristã (PDC), Partido Comunista do Brasil (PCdoB), Partido Comunista Brasileiro (PCB), Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido da Renovação Nacional (PRN), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Partido Social Cristã (PSC), Partido da Renovação Social (PRS), Partido Social Trabalhista (PST), Partido Trabalhista Renovador (PRT), Partido Social Democrático (PSD), Partido da Mobilização Nacional (PMN), Partido Progressista (PP), Partido Progressista Renovador (PPR), Partido Popular Socialista (PPS), Partido Republicano Progressista (PRP).

Como se aprecia en el cuadro 6, una buena parte de los partidos políticos representados en el Congreso no presentó candidatos para la disputa de la presidencia. En la primera contienda de 1986 fueron 11 partidos; para la segunda, ya fueron quince, mientras que en 1994 participaron más de 20 organismos políticos.

Se mencionó que en el sistema electoral previo a los gobiernos militares, había ciertos niveles de competitividad. Sin embargo, a partir de las elecciones legislativas de 1986 y las presidenciales de 1989 comenzó el uso intensivo de los sondeos de opinión, no sólo por los partidos, candidatos y al interior de las campañas políticas, sino como un apoyo utilizado por los medios masivos de comunicación (principalmente la prensa) para aumentar su credibilidad e independencia de los partidos y de los políticos, que nunca habían gozado de gran prestigio entre la población. Los sondeos también se constituyeron como uno de los elementos fundamentales de la toma de decisiones, ya que la prensa en Brasil, como en la mayor parte del mundo, no es una correa de transmisión de los anhelos, voluntades y preocupaciones del público, partidos y políticos, sino pretende aparecer frente a los partidos políticos como una entidad capaz de influir, formar y conducir a la opinión pública con relativa independencia del Estado, de la sociedad y de los propios partidos políticos.

Así, en la elección presidencial de 1989, varias empresas, principalmente ligadas a la prensa (como *Veja*, *Isto É/Senhor Folha* de *São Paulo*, etcétera), comenzaron la labor de publicar los resultados de algunos sondeos previos a los comicios, mostrando lo que fue la tónica de aquella elección: el llamado fenómeno Collor (Moisés J.A., 1989, Sallum B., *et. al.*, 1990), que consistió en la realización de una elección después de más de 20 años de dictadura, con una sociedad profundamente transformada, con escasa cultura política, que había sufrido una enorme decepción con el gobierno de Sarney y que se enfrentaba a dos opciones: por un lado, Collor de Mello: joven, guapo, con una imagen del anti-político, que prometía meter a la cárcel a todos los políticos corruptos del gobierno (discurso más cercano a lo que la opinión pública había escuchado del anterior populismo de los sesenta); por el otro, Lula: barbado, obrero, obeso, pequeño de estatura, sin educación universitaria, además de ser acusado de comunista, lo que asustaba a la clase media que temía la posibilidad de un nuevo golpe militar.



Fuente: *Isto É/Señor*, agosto de 1989.

En esta encuesta realizada por Gallup, la gráfica de la preferencia electoral mostraba un fenómeno que desde aquella elección caracterizó a los procesos electorales brasileños; un sube y baja de los candidatos, como Collor, quien comenzó en la parte más baja, ó Lula, quien en este sondeo aún se presentaba por debajo de otros candidatos, como es el caso de Leonel Brizola del PDT (Partido Democrático Trabalhista), para luego subir en los meses finales. Cabe mencionar que en este mismo sondeo, más del 40% restante de los cuestionados aún no elegía a su candidato.

De esta manera, en la primera elección presidencial en que pudo participar la ciudadanía mediante el voto directo, se caracterizó por una buena cantidad de elementos. Según Sartori (1987), un sistema caótico de partidos que muestra un pluralismo extremo asume los rasgos de una atomización. En esta fase de su sistema político-electoral, Brasil presentaba algunos de los rasgos iniciales de este sistema, como la ausencia de una competencia de partidos, propiamente hablando en la disputa electoral. Por ejemplo, en la prensa siempre se hacía referencia a los candidatos y en raras ocasiones a sus partidos, ya que es muy común salir del partido en el caso de los políticos electos o formar otros partidos a la mitad de la legislatura o crear partidos *ad hoc*, como fue el caso de Fernando Collor de Mello, que creó el *Partido da Reconstrução Nacional* (PRN), el cual no vivió más allá del proceso de 1989, o la integración de organizaciones políticas sólidas de izquierda, como el PT o el propio PMDB, pero sin figuras con imagen y arrastre popular. Las organizaciones de la derecha, por su parte, nunca han tenido partidos políticos muy organizados. Sin embargo, en la mayor parte de las disputas políticas han

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

tenido candidatos con amplio arraigo popular, característico desde la época de Vargas hasta el populismo de Quadros y Carlos Lacerda.

De acuerdo con de Souza (1992), desde esta lógica, los únicos que intentaron modificar esta situación fueron precisamente los creadores de la dictadura militar, la cual, al quitar los derechos políticos a la mayoría de los grandes políticos brasileños que les podrían hacer sombra, crearon auténticos partidos políticos y no pantallas para políticos oportunistas y buscadores de votos.

Empero, al regresar la democracia a Brasil en 1985, y precisamente en las elecciones de 1989, encontramos otra vez una disputa que aglutinó en un primer momento a un gran político de la época anterior, Leonel Brizola, cuñado de João Goulart, otrora gobernador de Río Grande do Sul y quien se había opuesto a los militares en 1961, justamente después de la renuncia de Quadros. Brizola parecía ser el candidato más calificado para ganar las elecciones de 1989, al igual que Ulysses Guimarães, dirigente del PMDB, partido que había sido el más votado en las elecciones legislativas de 1986. Cabría preguntarse entonces ¿por qué razones se construyó un nuevo escenario?

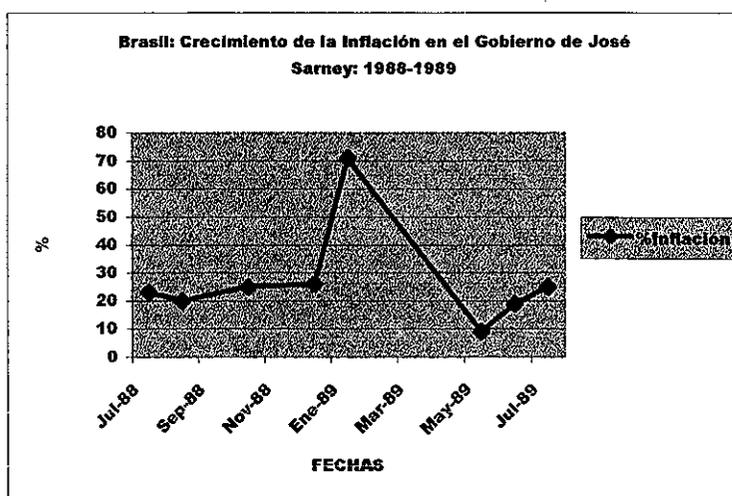
Al hablar acerca de las elecciones de 1989, José Álvaro Moisés explica:

Las elecciones presidenciales de 1989 confirman el diagnóstico de que, en Brasil, los electores usan el voto como arma para sancionar positiva o negativamente el desempeño de los gobiernos, particularmente, su capacidad para gerenciar adecuadamente la grave situación económica que el país ha enfrentado en las últimas décadas. Después de treinta años que se celebraron las últimas elecciones libres para presidente de la República, en toda sus partes y en todos sus segmentos, los electores mostraron cómo se ha acentuado la *tendencia plebiscitaria* que se ha manifestado, principalmente, en las regiones más desarrolladas del país, esto es, del Brasil moderno (Moisés, 1993: 133).

De acuerdo con Moisés, la perspectiva plebiscitaria implica principalmente la utilización del voto como un medio para castigar el desempeño del gobierno en turno. En esta elección, el presidente en el poder, Sarney, no tenía ningún candidato en lo particular, aunque su gestión se encontraba relacionada con el PMDB, partido con el que llegó al poder, y con otros dos hechos que también presenta Moisés para explicar el comportamiento del electorado: las prácticas de corrupción y nepotismo de su gobierno, además del gran proceso inflacionario consecutivo al relativo éxito del Plan Cruzado. De ahí la elección de Collor de Mello, quien asumió el rol del anti-político y del gobernante que acabaría con la corrupción reinante en las altas esferas de la política. Al mismo tiempo se esclarece la segunda posición electoral para Lula, también por razones semejantes. Es decir, tanto Lula como Collor de Mello representaban a los antipolíticos, a los "externos al sistema". Collor no tenía partido, mientras que Lula era un líder sindical que luchaba principalmente contra la dictadura. En los resultados del primer turno se observa que Collor obtuvo 28.52% de los votos, Lula 16.08%, y Brizola, en tercer lugar 15.45% (una diferencia de 440,000 votos), ya que pese a que Brizola era un político tradicional, había sido un importante luchador contra la dictadura militar. Así, la primera elección democrática en Brasil

fue resultado de una competencia entre varios luchadores auténticos contra de la dictadura (Lula, Brizola, Guimarães, entre otros), y un fruto de ésta, Collor de Mello. Sin embargo, al ser este último desconocido por la opinión pública, se le manejó y presentó como un político antisistema, gracias a lo cual fue apoyado por el gran elector en aquella contienda por los medios masivos de comunicación, principalmente por la televisión.

Gráfica II



Fuente: *Isto É/ Senhor*, agosto de 1989.

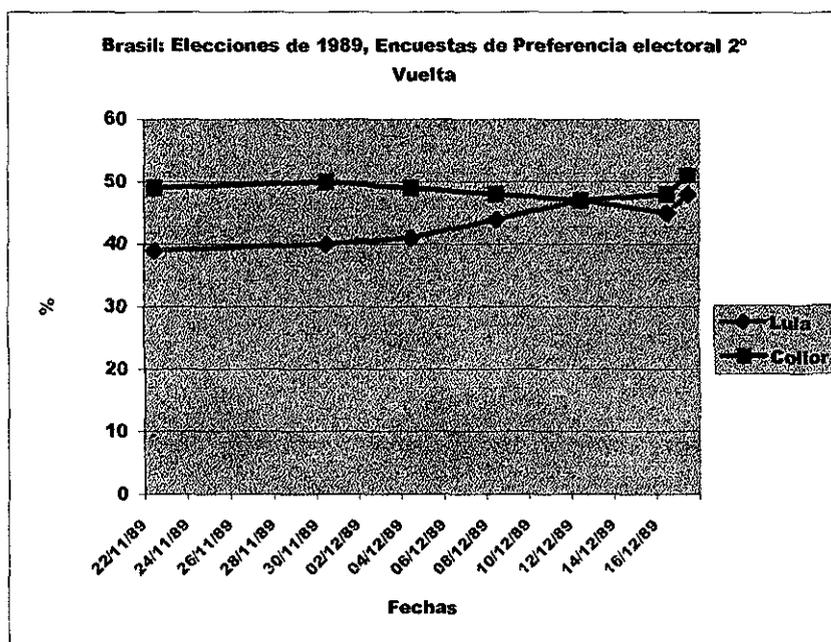
En la primera elección democrática del Brasil de transición, los candidatos (Guimarães y Maluf) y los dos principales partidos políticos del país (PMDB y PFL), no fueron considerados como opciones por el electorado, por las razones ya expuestas: la baja capacidad de los partidos para representar los intereses de la población, amén del hecho de que sus candidatos no eran populares. También debe considerarse el alto nivel de inflación, la corrupción y la incapacidad del gobierno para detenerla como los causantes de la derrota de los partidos aliados al gobierno y de sus respectivos candidatos.

Estos son algunos elementos que explican la conducta del electorado en la primera elección democrática después del periodo militar y la victoria de un distinguido miembro de la élite política que estuvo ligado al gobierno militar, pero que, con un buen manejo de medios, logró desvincularse de esta imagen y llegar a la elección como una esperanza para las grandes masas, enarbolando la bandera de la persecución a los políticos corruptos.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

De acuerdo con Moisés (1990), la primera elección democrática del Brasil pos dictadura fue fundamentalmente una lucha entre los candidatos del antisistema (Lula y Collor), que representaban para los electores una opción política diferente a la de los partidos como el PMDB y el PFL, cuya alianza colocó a Tancredo Neves en la presidencia y luego sostuvo a Sarney en la presidencia. Estos partidos no lograron más allá del 5% de los votos en la primera vuelta, lo cual posibilitó que Collor y Lula disputaran la segunda vuelta, en la que los ganadores serían producto de un voto de protesta y de castigo de los electores que estaban contra el sistema.

Gráfica III



Fuente: *Data Folha, Folha de São Paulo*, 18 de diciembre de 1989.

Como puede observarse por los sondeos realizados por *Data Folha* a pocos días de la segunda vuelta de las elecciones de 1989, la distancia entre Collor y Lula en el arranque de tal proceso era considerable, aunque, a medida que se aproximaba la fecha del escrutinio, disminuyó, para llegar casi a un empate a una semana del proceso. Sin embargo, aquellos electores que aún estaban indecisos fueron los que decidieron en el último momento dar la victoria a Collor por un escaso margen, quedando Collor con el 53% de los votos y Lula con el 47%.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.6 La segunda elección de la era democrática

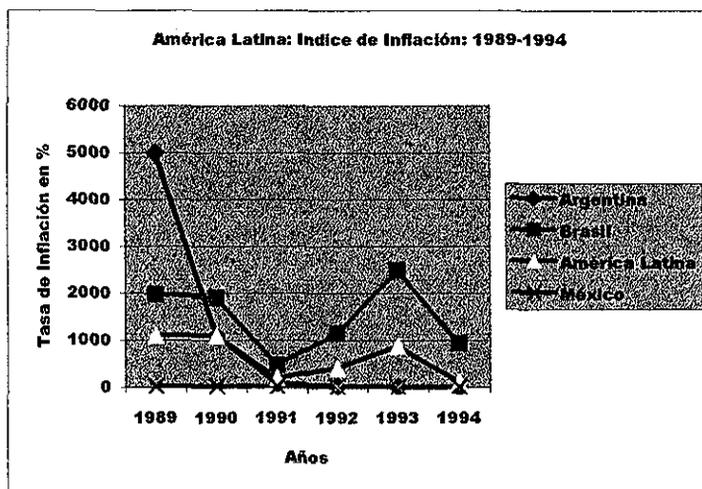
a.) Antecedentes políticos y económicos

La elección de 1994 puede considerarse la segunda experiencia de la era democrática, habiendo existido el antecedente de una elección presidencial por voto secreto y directo. Este proceso tampoco puede situarse en términos de una normalidad democrática, ya que lo antecede la defenestración del presidente Collor y el hecho de que su periodo presidencial fuera terminado por su vicepresidente Itamar Franco. Los millones de votos que llevaron a Collor al poder son empero, muestra de que un presidente carente del apoyo de un buen número de diputados y senadores de su partido, o producto de coaliciones, no es capaz de gobernar en Brasil. Este ha sido el caso de todos los presidentes que han terminado su régimen de manera anticipada. Por ejemplo, Vargas, cuyo segundo periodo terminó con suicidio; Jânio Quadros con renuncia y João Goulart, con golpe militar. En el caso de Collor, su partido, creado *ex profeso* para permitirle llegar al poder sólo contaba con 8% del Congreso, lo que significa que la mayor parte de los senadores y diputados pertenecían a otras agrupaciones políticas, principalmente el PMDB, PFL y PT, que se oponían a gran parte de sus medidas.

El Presidente de la República, Itamar Franco, comprendió este proceso y en virtud de que debía su presidencia al propio Congreso, su gabinete estaba formado principalmente por miembros del PMDB, PSDB y PFL. Entre las figuras más prominentes de este proceso destaca Fernando Enrique Cardoso, quien pasó de ministro de Relaciones Exteriores a ministro de Hacienda, y que se constituyó en el principal articulador de la nueva alianza que posibilitó un acuerdo entre varios partidos, para permitir el pasaje negociado del poder del presidente Collor a su vicepresidente Franco y para que el poder de *facto* estuviera principalmente en manos de un importante grupo de congresistas de los partidos mayoritarios (PSDB, PFL y PMDB). Pese a que fue finalmente el candidato a inicios de 1994, Fernando Enrique no fue uno de los tantos prospectos iniciales. ¿Cuál fue el itinerario que lo llevó de ministro a candidato y luego a presidente de la República?

Al comenzar 1994, dos problemas intrigaban a la élite política brasileña: la ausencia de un candidato que pudiera superar a "Lula", el candidato del PT, y la inflación, que en enero de 1994 era de 42.19%, mientras que la anualizada alcanzó casi 2,500%, en comparación con 7.7% en Argentina y 8.0% en México. Era por lo tanto indispensable encontrar un candidato que pudiera competir con Lula e integrar un plan económico que lograra controlar la inflación, que en aquel entonces era el mayor problema del país, con el objeto de restaurar la confianza en las instituciones, algo que se había perdido con la destitución del presidente Fernando Collor de Mello.

Gráfica IV



Fuente: Balance preliminar de la economía de América Latina y el Caribe, CEPAL, Santiago de Chile, 1994.

En la gráfica anterior, se observaba que la inflación ha sido un problema recurrente en Brasil. En el gobierno de Sarney se había planteado el Plan Cruzado, que había logrado bajar el crecimiento de los precios en el país. Al iniciarse el gobierno de Collor, el problema se había recrudecido, pese a otro plan antiinflacionario bajo la conducción de su ministra de Economía, Zélia Cardoso de Mello. Empero, el tratamiento de choque sólo pudo disminuir el fenómeno entre 1990 y 1991, ya que para 1992, hasta la renuncia de Collor de Mello y en el primer año de Itamar Franco, la inflación estuvo desbocada y sin control.

Así, en Brasil se reproducía un fenómeno muy conocido en América Latina, la inflación, así como la lucha de los distintos gobiernos por combatirla. En las elecciones de Brasil, el combate a la inflación se constituyó en uno de los propósitos, si no en el único propósito, de todos candidatos y partidos que quisieran llegar a la presidencia. Bajo este programa se eligió a Carlos Saúl Menem en Argentina. También se puede mencionar que el descalabro político y económico al finalizar el gobierno de Miguel De la Madrid en México no fue mayor, debido al primer programa de choque que se utilizó en este país para controlar la inflación. Al finalizar la década de los ochenta y a inicios de los noventa, los principales países latinoamericanos utilizaron distintos planes ortodoxos y heterodoxos (Franco G., 1987, Cordera, R. 1995) con este fin.

En el caso brasileño, fue con el "Plan Real" que se logró controlar el proceso inflacionario, ya no sólo utilizando el mecanismo derivado del control monetario, es decir, controlando la emisión de moneda y el déficit externo, sino que:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A diferencia de los anteriores planes de estabilización, el *Plan Real* se caracterizó por su transparencia en cuanto a medidas y la secuencia temporal de las mismas, descartándose en forma explícita la congelación de precios, la intervención en los contratos y todo otro tipo de acción drástica o sorpresiva. El plan se concretó en tres etapas, las que fueron anunciadas y descritas en forma oportuna, en diciembre de 1993. La primera correspondió a un ajuste fiscal orientado a conseguir un presupuesto equilibrado en 1994, para lo cual se redujeron las asignaciones obligatorias de impuestos y contribuciones sociales, dando mayor fuerza y flexibilidad al uso de recursos fiscales.

En marzo de 1994 se inició la segunda etapa, cuyo objetivo era la coordinación de los precios de la economía, para lo cual se creó un *indizador básico*, la *Unidad Real de Valor (URV)*, cuyo nivel se iría ajustando a diario y que fue calculado en forma retroactiva, con el propósito de determinar los valores reales históricos de los diferentes precios. Los primeros que se sometieron a esta dinámica fueron los salarios, cuyo monto en URV se hizo equivalente al valor medio efectivamente pagado en los cuatro meses anteriores. Asimismo, el Banco Central pasó a usar como referencia para el tipo de cambio el valor diario de la URV (1 dólar equivalía a 1 URV). En el trascurso del segundo trimestre se hizo otro tanto con las tarifas y precios públicos (...)

La tercera etapa del plan se inició en julio, con la introducción de una nueva moneda, el *real*, la sexta desde 1986. Se estableció un nuevo régimen monetario, sustituyéndose la moneda antigua en circulación a razón de un real por una URV, o sea 2,750 cruzeiros reales, que era la cotización al 30 de junio. Se determinaron, además, los mecanismos para la emisión de la nueva moneda, en virtud de los cuales el Banco Central deberá mantener reservas internacionales por un monto equivalente a los reales en circulación, al tipo de cambio de un real por dólar y se estipularon límites trimestrales a la base monetaria (Cepal, 1994, p. 23)".

La estructuración de un nuevo plan económico de estabilización de la economía, que indica el documento de CEPAL, comenzó por lo tanto a fines del gobierno de Franco, e intentó hacer aterrizar un conjunto de medidas para mediados del año de 1994, a tres meses de las elecciones, sin proponer medidas excesivamente fuertes, como las utilizadas antes, y cuyo ejemplo más significativo fue la congelación de cuentas bancarias.

La idea básica del plan radicaba en el estricto control del gasto público, estableciendo una medida común para los precios y salarios, así como una unidad monetaria atada al valor del dólar, lo que en la práctica significaba asumir al dólar como moneda y con esto importar la inflación estadounidense para la economía brasileña. Con este programa no sólo se intentaba disminuir la inflación sino, al mismo tiempo, proponer una nueva base para el crecimiento de la economía. Como se observa en el siguiente cuadro, de un grupo de países latinoamericanos, Brasil y Argentina mostraban niveles de crecimiento mucho menores que otros países, como Chile y Colombia, cuyos promedios de crecimiento eran de más del doble con respecto a Brasil, México y Argentina, los cuales estaban en la media

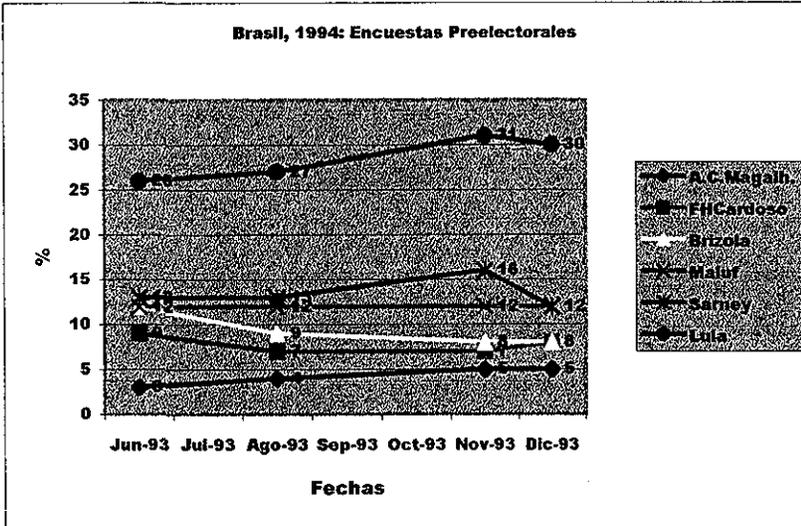
latinoamericana de estos últimos catorce años; es decir, 1.9% de crecimiento anual, cantidad muy insatisfactoria para los niveles de crecimiento de su población, deuda externa e inflación.

Cuadro 7. Evolución del PIB, en algunos países de América Latina									
Variación acumulada (1982-1991)									
País	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1989	1990	1991
A. Latina	.8	1.0	.3	3.5	3.0	3.2	3.7	12.9	14.0
Argentina	-2.1	-6.2	-1	8.9	8.7	6.0	6.0	-8.7	32.8
Colombia	4.2	3.5	4.0	1.8	3.6	4.9	5.0	43.6	16.2
Brasil	-.1	3.2	-4.4	.2	-.8	4.1	4.5	18.0	8.2
Chile	7.0	9.6	2.8	5.7	9.8	5.6	4.5	31.2	27.8
México	1.2	3.3	4.4	3.6	2.8	.6	3.0	17.9	10.5

Fuente: *op. cit.* p. 40

El Plan Real se aplicó en varias fases para asegurar su éxito. Sin embargo, a inicios de 1994 sus efectos aún no eran visibles, lo cual determinó la necesidad de probar a distintos prospectos de candidatos que pudieran concurrir con "Lula", quien en ese entonces se perfilaba como el más probable ganador de las elecciones de octubre, aunque los miembros de su partido, el PT, esperaban que la victoria definitiva vendría en el segundo turno, hasta noviembre de 1994.

Gráfica V



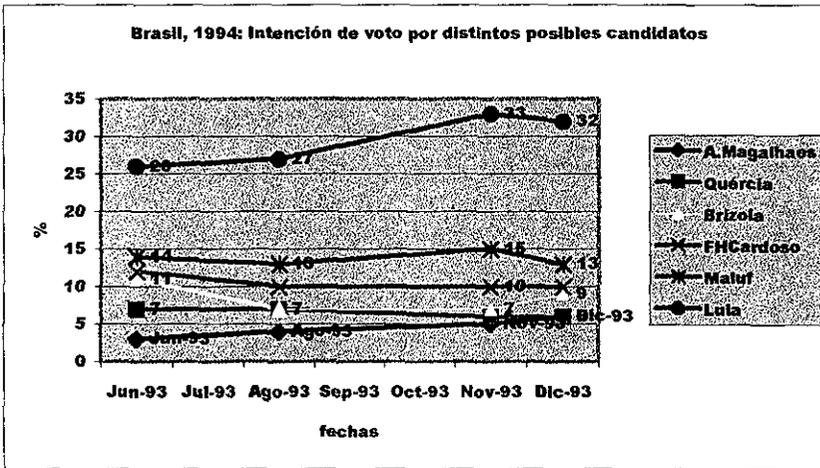
Fuente: *Folha de São Paulo*, domingo 2 de enero de 1994.

Nota metodológica: muestra 2,500 electores; no hay nivel de confianza ni error estándar, ignoramos si el levantamiento fue hecho en el domicilio de los encuestados o en la vía pública. El último levantamiento en el ámbito nacional se realizó el 14 y 15 de diciembre de 1993.

Como se observa, era importante para todos los partidos políticos más sobresalientes de Brasil encontrar entre sus líderes a un candidato que pudiera competir con Lula. Estos partidos eran: el Partido Progresista Renovador (PPR) del presidente municipal de São Paulo Paulo Maluf; el Partido Democrático de los Trabajadores de Leonel Brizola (PDT); el Partido del Movimento Democrático Brasileño (PMDB), que tenía dos cartas: el ex gobernador de São Paulo, Orestes Quércia y el ministro del Trabajo, Antonio Brito; el Partido Socialdemócrata Brasileño (PSDB), que jugaba con Cardoso o su ex candidato en 1989, Mário Covas; el ex presidente Sarney quien, aunque no se encontraba mal colocado en los sondeos de opinión, andaba a la caza de un partido político que lo postulara y, por último, el Partido del Frente Liberal que apostaba en su líder Antonio Carlos Magalhães.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Gráfica VI

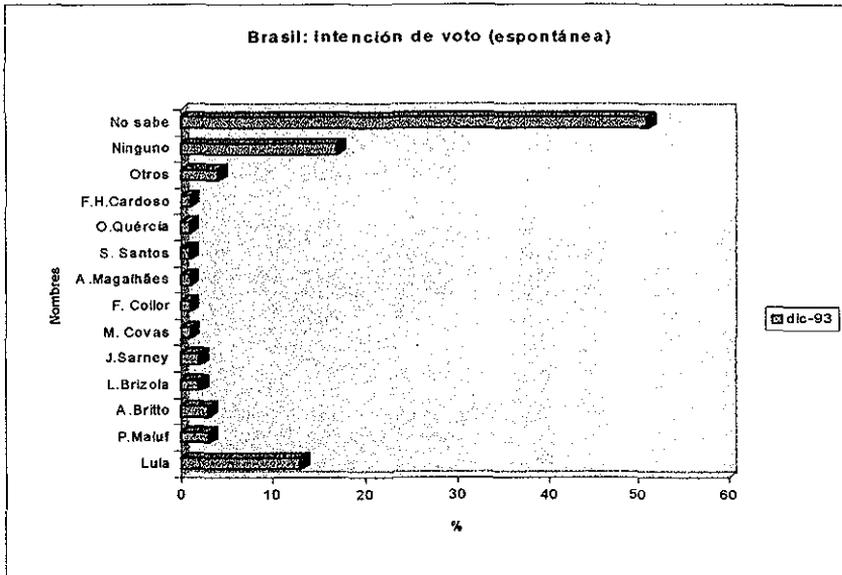


Fuente: *Folha de São Paulo*, domingo 2 de enero de 1994.

Sin embargo, era necesario presentarse como un "antiLula", como lo sugirió Maluf y al mismo tiempo plantear la necesidad de constituir una amplia alianza de varios partidos para poder derrotar al PT. El PSDB comenzaba a apostar en la candidatura de Cardoso, dada su participación en el gobierno y su plan de estabilización, ya que su otra opción, el senador Covas, intentaba obtener la gubernatura del estado de São Paulo. Por lo tanto, estas encuestas mostraban un escenario en que si las condiciones no cambiaban de manera radical, la victoria de Lula era prácticamente inevitable, sin importar los candidatos que contra él fueran postulados. Sin embargo, en este tétrico panorama para muchos de los grupos de poder del Brasil, y muy halagüeño para el PT, existían algunos problemas que ya señalaban las encuestas: Lula iba en primer lugar ya que, al haber sido el candidato perdedor en la última contienda presidencial, era muy conocido por la mayoría de los entrevistados, y el ex presidente Sarney era mencionado en algunos sondeos en segundo lugar, al igual que Maluf, que era más conocido en São Paulo. Esta situación podría tener muchos significados, pero una lectura posible es que pese a su popularidad, la candidatura de Lula podía sufrir mella con un contrincante que fuera muy conocido o que recibiera una promoción inusitada.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Gráfica VII



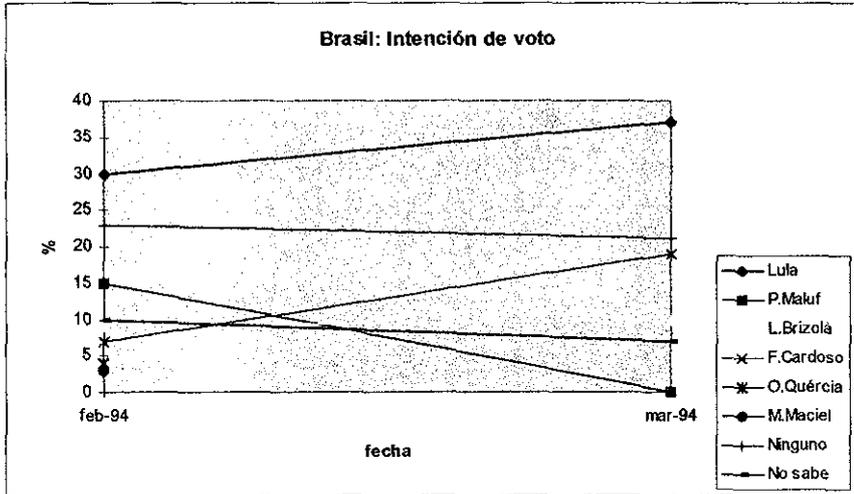
Fuente: *Folha de São Paulo*, 2 de enero de 1994.

En esta última encuesta se observa lo que se afirmábamos con anterioridad. Lula era el más conocido, pues al pedir a los encuestados que buscaran en una lista al candidato de su predilección, Lula se situaba en el primer lugar de los recordados. Sin embargo, la cantidad de los "ninguno" y "no sabe" reunía casi 70% de los encuestados. Es decir, en diciembre de 1993 existía un bajo nivel de identificación de los posibles candidatos y la mayoría de la población no sabía o no tenía idea por quién votaría. Una situación de este tipo en una campaña electoral es probablemente la mejor, ya que el electorado no tiene una preferencia muy marcada por un candidato o por un partido, cosa muy distinta a la que Lazarsfeld (1960) encontró en su famoso estudio, *The People's Choice*, en el que una gran cantidad de electores ya se definía con mucha anticipación al proceso electoral por un partido u otro. Esto demuestra la escasa importancia y adhesión del público a los partidos políticos y sus plataformas que existe en Brasil.

A partir del lanzamiento del plan económico de estabilización y tomando en cuenta que, entre los meses de enero y febrero son las vacaciones de verano y el carnaval, y que el inicio de clases es hasta el mes de marzo, la actividad política fue mínima. Sin embargo, fue suficiente para que las encuestas fueran decantando a los candidatos y que uno de los más importantes de todos, Maluf, desistiera a finales del mes de marzo de su candidatura. En estas fechas comenzaría a

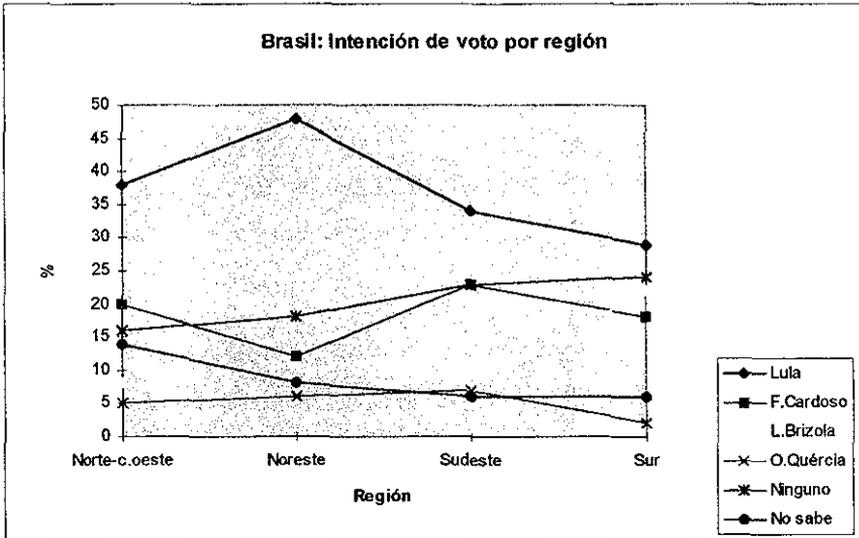
articulase el establecimiento del candidato "anti Lula", que con anterioridad el propio Maluf había propuesto, y que fue posible a partir de la alianza que crearon el PFL y el PSDB a fin de apoyar la candidatura de Cardoso. Maluf no participó en este grupo, ya que él había buscado articular las fuerzas de varios partidos alrededor suyo para poder contener a Lula, cuya posición, a fines de marzo de 1994 era casi inalcanzable.

Gráfica VIII



Fuente: IBOPE, *O Globo*, 1º de abril de 1994.

Gráfica IX



Fuente: IBOPE, *O Globo* 1 de abril de 1994.

Si antes del mes de abril había posibilidades de buscar a otros candidatos opcionales para intentar competir contra Lula, como el PFL que propuso a su líder Marcos Maciel, luego compañero de Cardoso, como candidato a la vicepresidencia, y Orestes Quéricia como el candidato del PMDB y otros más, era visible que el anterior ministro de Relaciones Exteriores y posterior articulador del plan "Real" era el único candidato que podría representar a las fuerzas de centro izquierda y derecha y que, con un buen apoyo y sin otro contrincante que le restara votos como lo haría Brizola, podría derrotar a Lula. Como se observa en la gráfica, IX, en aquel entonces Lula tenía buen posicionamiento en todas las regiones del país, pero penetraba con mayor éxito en el norte y nordeste, así como en el sureste y en el sur. Sin embargo, Fernando Henrique tenía posibilidades de alcanzarlo en cada una de estas regiones con apoyos adecuados, principalmente de los políticos, como Antonio Carlos Magalhães, amo y señor del Nordeste. Además, Fernando Henrique tenía los menores niveles de rechazo en la misma encuesta hecha por IBOPE: 16%, contra 26% de Lula.

¿Cómo logró Cardoso deshacer la preeminencia que llevaba Lula? Fueron tres los factores que modificaron esta preferencia y que finalmente significó la derrota de Lula. En primer lugar, el factor económico, ya que, como ministro de Hacienda, Cardoso logró controlar el monstruo inflacionario; en segundo lugar encontramos los factores derivados de la escasa participación política de los brasileños en asuntos públicos, y por último, la casi ausencia de adhesión a los partidos políticos. En el caso específico del PT, por ejemplo, que era una nueva organización política, sus bases estaban centradas alrededor de la ciudad de São Paulo. Si bien el PT había ganado la presidencia municipal de esa ciudad y la ciudad de Porto Alegre, capital del estado de Río Grande do Sul, en las elecciones

de 1994 no tenía ninguna gobernatura en los principales estados brasileños (en 1994 ganó la gobernatura del Distrito Federal y la del pequeño estado de Espírito Santo). Por otra parte, la política brasileña no se centraba alrededor de partidos políticos, sino de líderes locales y caciques regionales. Para poder ganar elecciones se necesita hacer todo tipo de alianzas y compromisos, lo cual permite acceso a la estructura de influencias y a los "cabos" electorales, que son los que tienen acceso directo a los votantes. Estos "cabos electorales" son los que hacen las ofertas en las regiones más pobres del país, en las barriadas miserables de las grandes capitales y en las ciudades del interior para traficar con el voto.

De allí que para las elecciones de 1998, cuando Cardoso se nominó para un segundo periodo, los partidos de izquierda, como el PT y el PDT de Brizola, pretendieron lanzar una candidatura común. También fueron importantes las negociaciones con los medios masivos de comunicación: con los grandes consorcios televisivos *Rede Globo*, la mayor del país, y *Rede Manchete*; además del apoyo de alguno de los periódicos nacionales como *Jornal do Brasil*, *Folha de São Paulo*, *O Globo* y las revistas *Veja* e *Isto É/ Senhor*. Estas organizaciones, principalmente los diarios y las revistas, apoyaban un cambio y una elección democrática. Sin embargo, debido a que temían la posibilidad de un cambio hacia la izquierda, no veían con malos ojos la aparición de un candidato que no fuera a polarizar la ya de por sí complicada coyuntura política brasileña y la gran desconfianza y descrédito que tenían los electores hacia la democracia, la cual no había logrado resolver el eterno problema de la inflación, la mala distribución de la riqueza y la corrupción, misma que se había incrementado exactamente en el gobierno que había sido electo con la promesa de acabar con ella: es decir, bajo la presidencia de Collor de Mello.

No podemos describir lo que sucedió en la televisión, pero sí lo que sucedía principalmente en los periódicos que, como hemos mostrado mediante las encuestas desde 1993, no hacían hincapié en la invencibilidad de Lula, sino en la incapacidad de los demás partidos para encontrar a alguien que lo superara. De allí que el problema para los medios no era cómo ganaría Lula, sino quién podría ganarle y en qué condiciones. Este conjunto de condiciones hacen posible la derrota de Lula en octubre de 1994. No es cuestión descalificar el proceso político brasileño, sino únicamente señalar con mucha claridad la inequidad del proceso en el momento en que la mayoría de las fuerzas se congregaron en un solo esfuerzo: encontrar alguna alternativa frente a Lula.

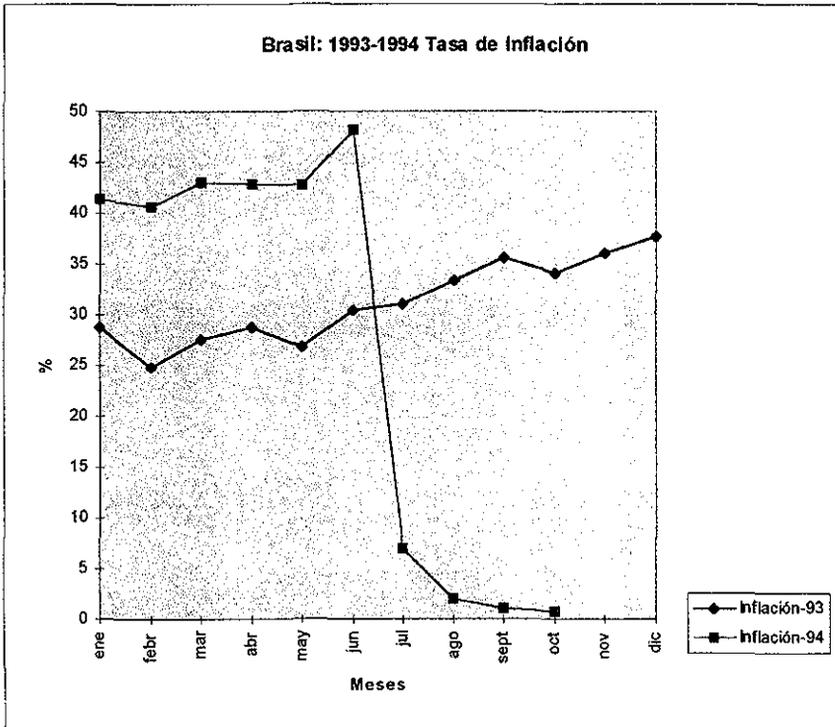
b) Las condiciones de la victoria

Esta posibilidad comenzó a gestarse en el momento en que Fernando Henrique se hizo cargo del importante ministerio de Hacienda y fraguó, junto con importantes integrantes de su equipo económico, un plan que permitiera disminuir la tasa de inflación, que a inicios del año de 1994 era de 41.3%, mientras que la acumulada en el año de 1993 había sido de 2,497%, según un informe de la CEPAL (1994).

El plan de estabilización económico, "Plan Real", entró en actividad en junio de 1994 y logró que la tasa inflacionaria descendiera gradualmente de 48.2% en junio; sólo 6.95% en julio; 1.95% en agosto y 1% en septiembre y a menos de 1%

en octubre, mes de la elección. Así, uno de los elementos fundamentales para el arribo de Fernando Henrique a la presidencia fueron la buena imagen que se había granjeado de honestidad, eficiencia y de persona capacitada para resolver los problemas nacionales por sus méritos políticos y económicos y académicos, y su plan económico. Con respecto al presidente anterior, Collor de Mello, más bien frívolo, y a los propios candidatos, principalmente Lula, Fernando Henrique presentó muchas características positivas, ya que fue un opositor al régimen militar, perseguido y exiliado político, fundador de un partido político, candidato a presidente municipal de São Paulo, senador por este mismo estado, además de

Gráfica X



Fuente: CEPAL, 1994, Folha de São Paulo, noviembre de 1994.

Intelectual importante y gozar de fama internacional.

Al iniciar su campaña, a principios del mes de abril de 1994, según algunas encuestas, como la realizada por el IBOPE, por ejemplo, Lula mantenía el liderazgo con el 37% de la preferencia y Fernando Henrique tenía el 19%, aunque era el candidato que mostraba el menor rechazo.

Cuadro 8. Brasil, 1994:Rechazo a los candidatos a la Presidencia de la República

¿Por cuál de estos candidatos a la Presidencia de la República no votaría usted de ninguna manera?

Candidatos	Regiones de Brasil				
	Norte	Centro/Oeste	Nordeste	Sudeste	Sur
Lula	28	30	19	32	32
L.Brizola	39	34	34	46	32
P.Maluf	32	23	32	34	33
F.H.Cardoso	16	15	19	15	17
O.Quércia	33	30	31	25	26
A.Magalhães	27	24	31	25	26
F.Rocha	26	24	34	21	27
A. Brito	19	18	30	15	15
J.Sarney	32	22	37	32	30
No sabe	11	18	10	10	8

Fuente: *Jornal do Brasil*, 1 de abril de 1994.

Esta situación significó que el apoyo de los partidos de la derecha⁴, el hecho de que Maluf desistiera de su candidatura y el propio anuncio de la puesta en marcha del Plan Real hicieron posible que la candidatura de Fernando Henrique se aproximara a Lula entre mayo, junio y a mediados de julio, después de finalizado el Mundial de Fútbol (en el cual Brasil se coronó tetracampeón), y que prácticamente llegaran al empate. Así, al finalizar el mes de julio, varios analistas políticos, como Clóvis Rossi de *Folha de São Paulo* y el propio equipo editorial de este periódico, intentaron explicar los cambios en la preferencia electoral. ¿Qué explicaba tal cambio? Según la editorial de dicho periódico:

Los factores que influyeron en tales cambios ya han sido comentados de manera extensa y aún se encuentran presentes. El principal de ellos es la introducción del Real. El hecho de que la economía se estabilizara tuvo, en varios países, incluyendo al Brasil del Plan Cruzado, un efecto electoral innegable. Ahora, aunque esta estabilización sea una expectativa y no un hecho consolidado, tiene ya un importante papel en las elecciones.(...)

El segundo factor de importancia que ha influido con mucha seguridad en el resultado de las encuestas electorales ha sido el caso Bisol, que ha paralizado al PT (*Folha de São Paulo*, p. 2, 28 de julio de 1994).

La estabilización de la economía favoreció sobremanera a la candidatura de Cardoso, mientras que las disputas al interior del PT y el caso Bisol (nombre del candidato a vicepresidente por el PT) determinaron un gran desprestigio para Lula

⁴ Uno de los elementos claves para la victoria de Cardoso fue el apoyo que le brindó el líder del Partido da Frente Liberal (PFL), Antonio Carlos Magalhães.

y para su candidatura, además de las propias críticas que Lula hizo al Plan Real, el cual representaba la esperanza que tenían todos los brasileños de acabar con la inflación. Ya Rossi (1994) había dicho:

La sapiencia política convencional dicta que una campaña electoral tiene dos momentos realmente decisivos, al menos en circunstancias normales y previsible. Uno es el horario gratuito de propaganda electoral, que permite masificar a la campaña. El otro es la presencia del candidato en la calle; el contacto directo con los electores.

Empero, ni la campaña electoral por la radio y la televisión ha comenzado, ni Fernando Henrique ha ido a las calles de manera sistemática, ni Lula ha dejado de hacer sus caravanas, pese a la parálisis que tomó cuenta del frente político que lo apoya en función del acontecimiento Bisol.

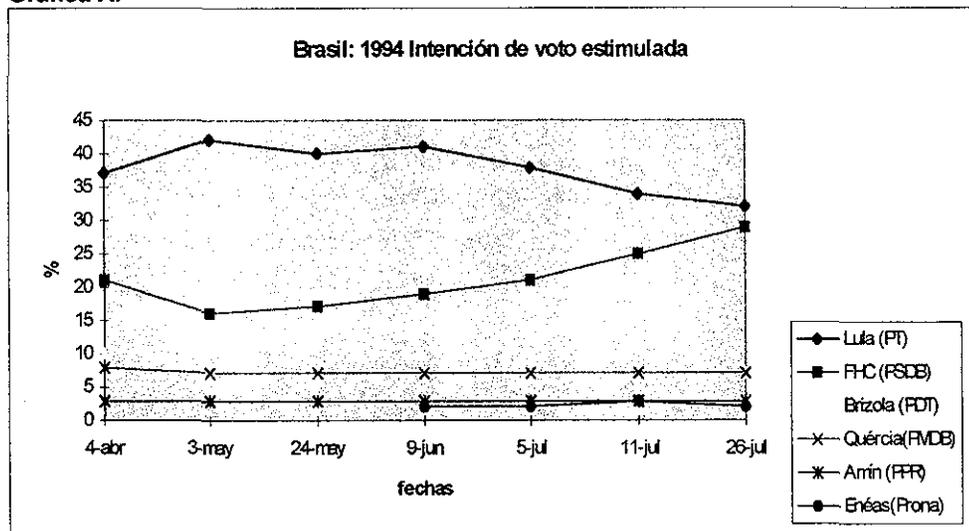
Y aún así, el escenario electoral ha cambiado enormemente. De los 22 puntos porcentuales de ventaja que tenía Lula sobre FHC, en las encuestas del 9 al 13 de junio llegamos en la práctica a un empate estadístico.

Es evidente que el país no vive circunstancias electorales perfectamente normales, y que no todos los días se cambia de moneda en la época de elecciones. Han habido experiencias en Bolivia, Argentina y en el propio Brasil (Plan Cruzado) en que la estabilización económica ha producido dividendos electorales enormes para quien la implementa. (*Folha de São Paulo*, 28 de julio de 1994, p. 2)

Lo que fascinaba a muchos analistas políticos era que el país no había alcanzado la tan anhelada estabilidad económica. Por lo tanto, el experimento futuro -Lula-, que en muchos casos podía significar llevar al país por rumbos muy peligrosos, el aumento en la lucha entre patrones y trabajadores, la ruptura del país con los Estados Unidos y el regreso de los militares, representaba para los electores temores que no estaban presentes con la figura de Cardoso. De allí que si antes de julio había posibilidades de esperar para tomar una decisión, después del Mundial de Fútbol ya no hubo ningún tipo de distracción en Brasil para llegar a una decisión electoral.

Así, a finales del mes de julio de 1994, Lula tenía 32% de la preferencia electoral, mientras que el candidato del PSDB alcanzó el 29% y, en la posibilidad de que ambos fueron a una segunda vuelta, el candidato tucán (el símbolo del PSDB) obtuvo 47% de la intención de voto, frente a 40% del candidato del PT.

Gráfica XI

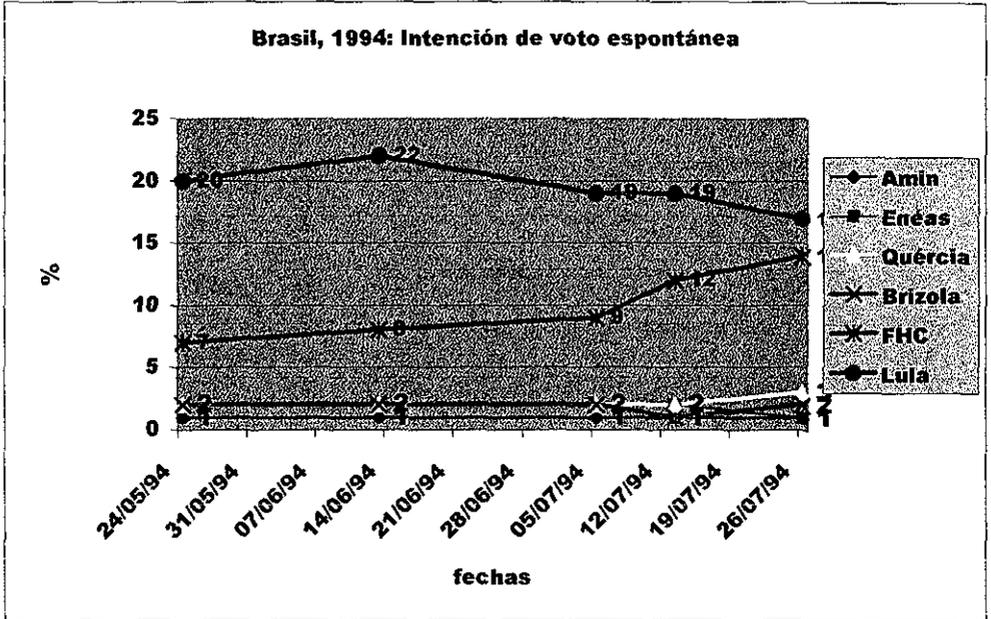


Fuente: Folha de São Paulo, 29 de julio de 1994.

En la encuesta que reproduce la Gráfica XI se habían definido prácticamente los candidatos de los partidos contendientes. Sin embargo pese a su cantidad, la lucha se libraba sobre todo entre varias fuerzas de izquierda y centro izquierda: Lula del PT, Fernando Henrique del PSDB, con tendencia de centro izquierda aunque ya era apoyado por un partido de la derecha, el PFL; Brizola del PDT, y Orestes Quéricia del PMDB, en aquel entonces aún el mayor partido de Brasil pese a no haber tenido en las elecciones anteriores un candidato fuerte y con representación nacional. En el espectro de la derecha estaba el senador Espiridião Amin, miembro del PRP (*Partido Renovador Progresista*), partido de Paulo Maluf que, junto con el de Enéas, PRONA (*Projeto da Reedificação Nacional*), cerraban el bloque de las organizaciones de derecha con alguna posibilidad electoral.

Esta situación mostraba el enrarecido espectro político de Brasil y el rechazo a los partidos ligados a la política tradicional, a la derecha. Por esta razón, quienes habían apoyado a Collor no tuvieron más posibilidad de unirse alrededor de Cardoso quien a finales de julio se encontraba prácticamente empatado con Lula en lo general, aunque lo superaba en la intención de voto en los tres colegios electorales más importantes del país: São Paulo, Río de Janeiro y Minas Gerais.

Gráfica XII



Fuente: *Folha de São Paulo*, 28 de julio de 1994.

Una forma de medir la preferencia electoral durante el citado proceso fue la recordación espontánea del nombre de los candidatos, en la que se preguntaron las preferencias políticas con respecto a los candidatos, sin nombrarlos, ó utilizando un estímulo para así determinar la intención de voto. Otro tipo de cuestionamiento fue el nivel del rechazo hacia algunos de los candidatos o la pregunta de por quiénes votarían en caso de una segunda vuelta. En la Gráfica XII se observa que a finales del mes de julio, la disputa era entre Lula del PT y el ministro de Hacienda y líder de centro izquierda Cardoso del PSDB.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cuadro 9. Intención de voto en diferentes Estados de Brasil												
Candidatos	ESTADOS %											
	To t	SP	RJ	MG	RS	PR	SC	BA	PE	CE	DF	MS
LulaPT	32	29	28	29	37	29	25	40	42	33	38	32
FHCardoso,PSDB	29	35	28	34	18	35	20	25	23	29	28	35
L.Brizola,PDT	7	2	16	6	18	8	9	4	5	10	7	6
O. Quércia, PMDB	7	12	3	7	2	4	3	6	5	3	4	6
Enéas PRONA	2	3	6	2	2	2	2	2	1	1	5	3
E. Amín, PPR	2	2	2	1	7	3	25	0	0	0	1	1
F.Rocha, PL	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	2
W.Queiróz, PRN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1
C.Matanó, PtdoB	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
A.Fortuna,PSC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Ninguno	7	8	10	6	6	5	6	6	9	5	7	5
No sabe	11	8	7	12	6	11	8	14	12	16	8	9

Fuente: *Folha de São Paulo*, 28 de julio de 1994.

Abreviaturas del nombre de los estados: São Paulo (SP), Río de Janeiro (RJ), Minas Gerais (MG), Paraná (PR), Santa Catarina (SC), Bahía (BA), Pernambuco (PE), Ceará (CE), Distrito Federal (DF), Mato Grosso do Sul (MS).

Pero como afirmaban algunos críticos, como Frias Filho:

¿Qué es el Partido da *Social-Democracia Brasileira*? Es un grupo de políticos, muchos de ellos de origen universitario, que debieron formar un partido porque estaban siendo exterminados por el PT, a la izquierda, y por los chambistas a la derecha.

Ya se decía que ellos desaparecerían cuando una serie de escándalos acabó con todos los demás, menos con ellos y con el PT. Fueron entonces lanzados por un presidente (Itamar Franco) buena gente y débil que se ha abstenido de gobernar.

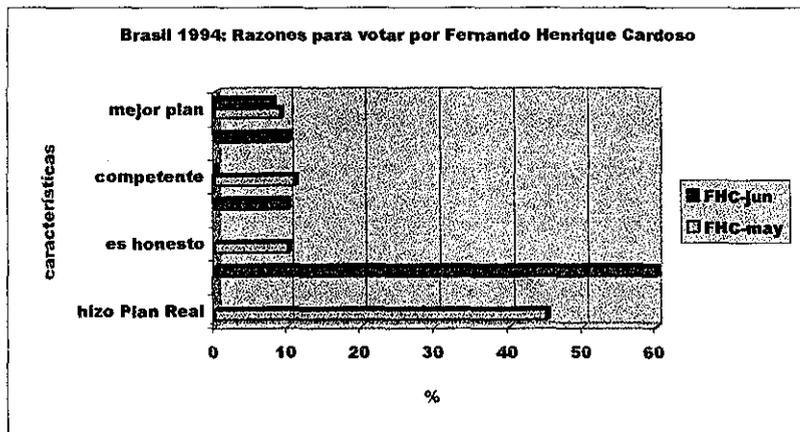
Con la sartén por el mango, los nuevos dueños del poder trataran de forjar, desde el control del gobierno, las bases de un respaldo popular que injustamente nunca habían tenido. Si en el caso del Plan Cruzado hubo sorpresa y culpa, en el caso del Real hubo método e intención.

El movimiento de campaña de FHC parece claro. Arregló el reloj de las expectativas ajustando el calendario económico al electoral. Llegó a un acuerdo con los más tradicionales núcleos del poder, con el oligopolio de la televisión y los coroneles del noreste. Ahora nada más falta lo más (o menos) importante: recolectar los votos" (*Folha de São Paulo*, 1994, p., 2).

De esta manera, al finalizar el mes de julio de 1994, los analistas de algunos de los periódicos brasileños y las encuestas en general, apuntaban lo que se confirmaría en octubre: la inminente elección de un intelectual, miembro de una organización política recién llegada al terreno de la política brasileña. Cardoso,

antiguo maestro de Sociología en la Universidad de São Paulo, fue perseguido por la dictadura militar y salió del país de 1964 a 1967, jubilado por el gobierno militar que le impidió seguir con su trabajo universitario. Con su esposa, la antropóloga Ruth Cardoso, creó el CEBRAP (*Centro Brasileiro de Planejamento e Análise*), al tiempo que se deslindó de los grupos de izquierda que intentaban derrocar a la dictadura por medio de la lucha guerrillera. En 1977, se incorporó a la lucha política al ingresar al MDB (*Movimiento Democrático Brasileiro*) y fue electo como suplente del senador Franco Montoro. Y al ser éste electo gobernador de São Paulo en 1982, Cardoso llegó al Senado. En 1984 participó del movimiento por las elecciones directas y ayudó a implementar la *Aliança Democrática* que eligió a Tancredo Neves como presidente de la República. En 1988, fue senador y formó parte de la Constituyente que reincorporó a Brasil a la democracia, al tiempo que creó el PSDB. El PSDB participó en la elección de 1989, teniendo como su candidato a Mário Covas, quien perdió con Collor. Con la defenestración de Collor en 1992 y la llegada a la presidencia de Itamar Franco, Cardoso ocupó los cargos de ministro de Relaciones Exteriores (1992-1993) y de Hacienda (1993-1994), para finalmente ser lanzado como candidato a la presidencia de la República en alianza con el PFL y el PTB.

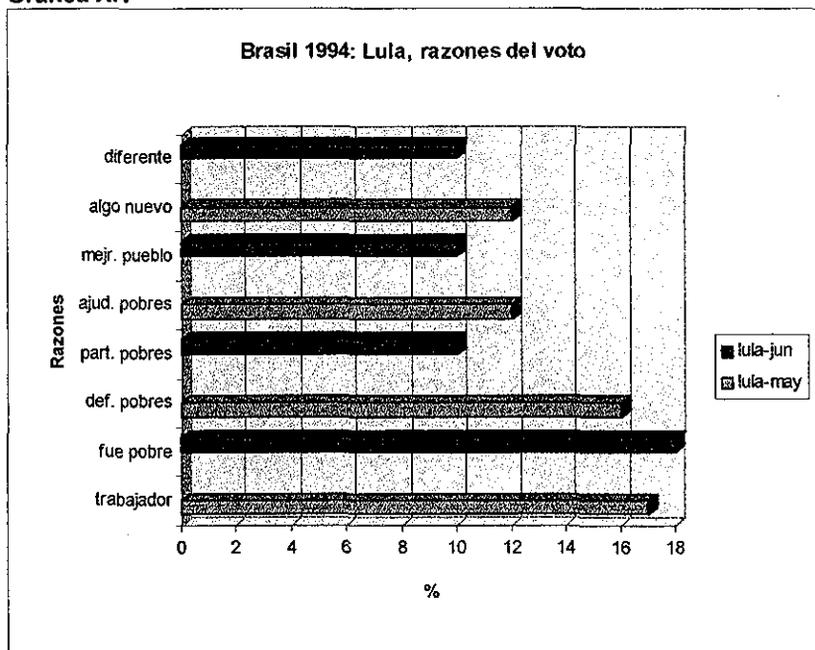
Gráfica XIII



Fuente: *Folha de São Paulo*, 4 de agosto de 1994.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Gráfica XIV



Fuente: *Folha de São Paulo*, 4 de agosto de 1994.

Esta encuesta, junto a la anterior, muestra los elementos negativos según la apreciación de los entrevistados, y expone aspectos importantes que a la larga fueron definitivos para ambos aspirantes, principalmente para Lula, como es el hecho de que no tenía estudios profesionales ni "cultura", (algo que le restaba capacidad para gobernar), que favorecía a las huelgas, pertenecía a un partido "comunista" y era "socialista". En el caso de Cardoso obraba en su contra el hecho de ser "oportunista", en el sentido de haber hecho el Plan Real con este objetivo; sus alianzas con la derecha, etcétera. Sin embargo, en el caso de Cardoso el elector fue mucho más pragmático que con Lula, como se observa en la Gráfica XIV, pues no se le juzgaba por ser demasiado popular, lo que pudiera interpretarse como la visión popular que se tiene de un presidente o una autoridad, de acuerdo con la cual, el lugar que ocupa éste debe ser superior que el ciudadano común y corriente, ser más sabio y experimentado, y estar en una posición más elevada.

Se advierte que algunas de las razones de la elección de Collor en 1989 se repitieron en la de Cardoso en 1994: Collor era más atractivo, más culto y más joven que Lula. En esta ocasión también aparecieron razones similares para elegir a Cardoso: más culto, más capaz, más preparado, con mayor cultura, etcétera. En aquel momento también se libraba una contienda alrededor de la figura del candidato para vicepresidente, resultando postulado el senador Marcos Maciel del

PFL (Partido da Frente Liberal). Pese a que este político había estado ligado a la dictadura, ello no fue determinante en la carrera ascendente de Cardoso a la presidencia, quizás debido a que la dictadura y sus aspectos negativos – corrupción, represión, tortura, ausencia de democracia-, ya habían sido borrados con los dos últimos gobiernos democráticos que mostraban iguales o peores síntomas de corrupción, con la agravante de que, por lo menos uno de ellos, había sido electo por el pueblo. Así, al iniciar el mes de agosto, y a escasos dos meses del proceso electoral, Fernando Henrique no sólo había dejado atrás a Lula, según varias encuestas de opinión, sino que ya eran claras las razones tanto objetivas como subjetivas para votar por el candidato del PSDB.

Mientras tanto, la campaña llegaba a su fase más importante. A finales del mes de julio ya comenzaban a prepararse los distintos partidos políticos para utilizar el tiempo que el Tribunal Federal Electoral les otorgaba⁵. Por otra parte, las encuestas de opinión se habían tornado en uno de los medios para impactar a la opinión pública. En su edición del 28 de julio de 1994, *Folha de São Paulo* intentaba explicar al público en general los aspectos técnicos de la elaboración de una encuesta de opinión:

¿Qué es una muestra?

La mejor manera de comprender qué es una muestra es tomar un ejemplo de la vida cotidiana. Al preparar una sopa para los clientes de su restaurante, un cocinero no precisa probar todo lo que está en la olla para saber si la sazón es la adecuada; basta una soía probada. El concepto de muestra sigue el mismo razonamiento. Para conocer lo que una determinada población (universo) opina con respecto a algo o cómo se comporta frente a algún fenómeno, el investigador puede observar una pequeña parcela con características representativas de esta población. Cuando se hace una encuesta de opinión para conocer la intención de voto de un grupo de electores, el investigador puede entrevistar a un pequeño grupo de personas (muestra), cuyas características (edad, sexo, escolaridad distribución regional) traducen el conjunto de cerca de 100 millones de electores (universo). ¿Qué es el margen de error? Las encuestas buscan obtener información de un universo determinado (los electores, por ejemplo) a través del análisis de una muestra (parcela del universo). Los resultados obtenidos con este análisis pueden ser generalizados para todo el universo con ciertas limitaciones. Estos límites, dentro de los cuales el error es admitido, constituyen el margen de error. Este margen existe, ya que la muestra es siempre menor que el universo.

Regresando al caso de la sopa, al tomar una cucharada, el cocinero puede no ingerir uno de los ingredientes usados (un pedazo de ajo, por ejemplo), que es el margen de error, pero él sabrá distinguir si la sazón es correcta o no. La investigación de *DataFolha* (la empresa de *Folha de São Paulo*) se hace con un margen de error de dos puntos porcentuales

⁵ El PT tuvo 3 minutos y 25 segundos de tiempo gratuito en televisión, mientras que Cardoso recibió más del doble.

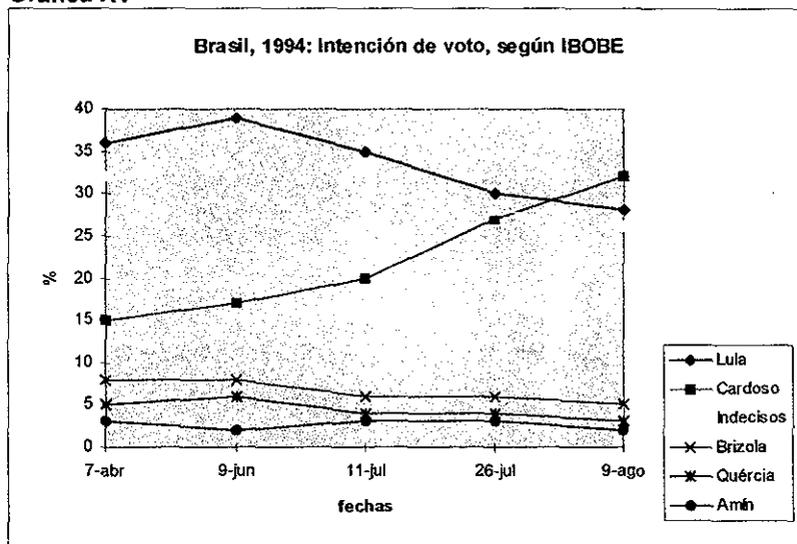
para más o para menos. Esto significa que cada una de las frecuencias (porcentajes) observados en la muestra puede sufrir variaciones en la población de más o menos dos puntos porcentuales. En el caso de que un candidato obtenga, por ejemplo, 25% de las intenciones de voto, este valor puede leerse como que el político tiene en el público elector entre 23% a 27% de los votos.

¿Qué es el intervalo de confianza? Es un cálculo estadístico que muestra cuán representativa es la muestra del universo. Regresando al ejemplo del cocinero, si el intervalo de confianza de su cucharada (muestra) fuera, por ejemplo, de 95%, ello significa que él podría probar la sopa 95 de 100 veces y comería siempre los mismos ingredientes.
(*Folha de São Paulo*, 28 de julio de 1994)

La legitimidad de los sondeos de opinión y la propia credibilidad de los resultados que planteaba este periódico se basaban, fundamentalmente en un método estadístico. Por lo tanto, los candidatos, los partidos políticos y la propia opinión pública no tenían otro medio para obtener una idea de la marcha de las campañas políticas, aunque los electores pudieran ser coaccionados con regalos, por la compra de votos o por los “*cabos eleitorais*” (individuos utilizados por los partidos políticos en las grandes capitales y en las pequeñas ciudades del interior para organizar grupos de electores a partir del intercambio de dádivas). Sin embargo, como hemos sostenido en este trabajo, a medida en que ha crecido el electorado brasileño, de la misma manera que en México y en los demás países de América Latina, el voto se ha generalizado en su modalidad de voto individual y secreto. Al tiempo que, con el crecimiento de las ciudades y de los grupos medios, las modalidades tradicionales de acarreo, compra de votos y de coacción que habían sido utilizadas por los partidos hasta la época del populismo (cuando los controles políticos partidarios y, principalmente, de las organizaciones sindicales, campesinas y comunitarias, eran mucho más férreas y la población urbana mucho más diminutas), redujo de manera drástica su eficiencia. Por lo tanto, la idea que hemos manejado es que la inducción y dirección del voto ya no pudo realizarse de manera directa, pues fue necesario adoptar modalidades hasta cierto punto indirectas; es decir, con la utilización de los medios masivos de comunicación.

El seguimiento de las campañas políticas a través los medios y el monitoreo y el conocimiento de ellas por intermedio de los periódicos y de los sondeos de opinión ocasionó que además de la *Folha de São Paulo*, los periódicos *O Globo*, *Jornal do Brasil*, y el *Estado de São Paulo*, comenzaran a presentar en sus páginas resultados de las distintas encuestas de opinión que diversas empresas realizaban. Según IBOPE, en un estudio publicado por *O Globo* al iniciar el mes de agosto, Cardoso no sólo había alcanzado a Lula, sino que lo había superado con el 32% de la preferencia electoral.

Gráfica XV



Fuente: *O Globo*, 10 de agosto de 1994.

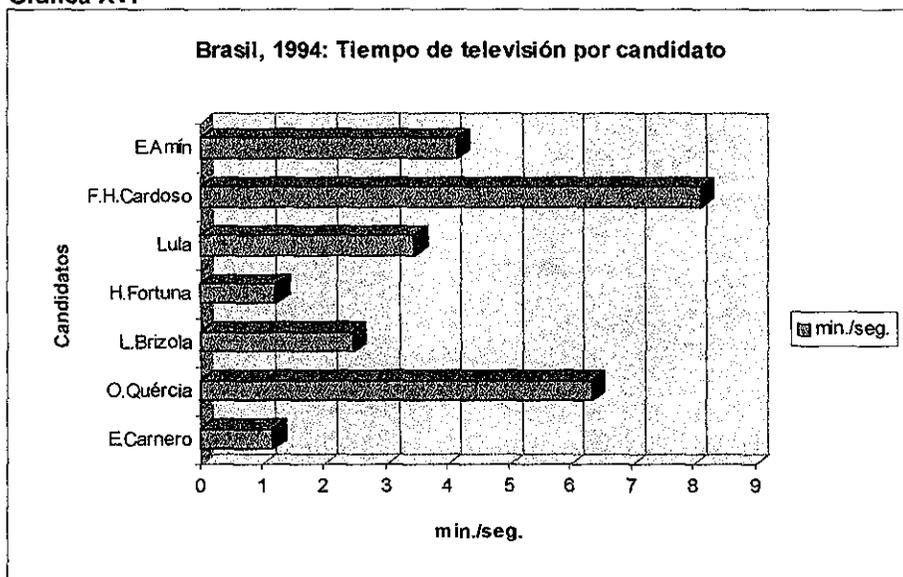
El influyente periódico, *O Estado de São Paulo* no sólo reproducía en sus páginas las encuestas de varias empresas, sino que, dando cuenta del nivel de importancia que a ellas asignaban partidos y candidatos, en uno de sus titulares señalaba: "Caída en las encuestas provoca pleitos al interior del PT" (*Estado de São Paulo*, 1994). En la nota se indicaba que a partir de la caída del candidato en los sondeos de opinión, el partido ya no sabía cómo enderezar la campaña, al tiempo que buscaban todo tipo de culpables y averiguaban nuevos elementos para su estrategia de campaña. Lo anterior se daba sin mostrar desconfianza en los resultados de los sondeos y sin desconocerlos. Es decir, en Brasil, así como en la mayoría de los países sudamericanos -a diferencia de México-, los resultados de las encuestas de opinión no eran objeto de tanta desconfianza; y si ésta existía, los partidos encargaban sus propios sondeos.

Cuadro 10. Brasil:1994, Intención de voto, Presidente				
Empresas Encuestadoras(Fechas de realización de encuestas)				
	Vox Populi	Bransmarket	IBOPE	Gallup
Candidatos	05/7	03/8	10/8	16/8
F.H. Cardoso (PSDB)	20%	33.9%	32.0%	36.3%
Lula (PT)	34%	29.1%	28.0%	25.8%
O. Quércia (PMDB)	5.0%	4.4%	3.0%	5.1%
Enéas (PRONA)	2.0%	3.6%	3.0%	3.4%
E. Amin (PPR)	3.0%	3.4%	2.0%	1.8%
A. Fortuna (PSC)	---	.4%	---	---
Ninguno	14.0%	19.0%	10.0%	10.6%
No sabe	16.0%	----	16.0%	12.7%

Fuente: O Estado de São Paulo, 21 de agosto de 1994.

Las encuestas realizadas entre julio y agosto de 1994, mostraban el descenso de Lula y el ascenso de Cardoso, quien comenzaba a tomar una ventaja que ya no perdería hasta la finalización de la campaña. Así, al iniciarse agosto, Cardoso y Lula eran finalmente los únicos candidatos con posibilidades de ganar la presidencia, ya que todos los demás, incluido Orestes Quércia de PMDB, ya no tenían capacidad para alcanzar a los dos punteros. Sin embargo, como se advierte en las propias encuestas divulgadas en el mes de julio, Lula tenía el 34% de la intención y Cardoso el 20%. Sin embargo, en agosto, Cardoso brincó a la posición de Lula (34%), mientras que este último bajó a 29%, dándose un empate técnico entre ambos que, con los sondeos subsiguientes, se fue definiendo a favor del candidato del PSDB, hasta alcanzar el 36% de la intención de voto, que provendría fundamentalmente de la reducción de los indecisos. En agosto además comenzó a utilizarse el tiempo al que los partidos tenían derecho en los medios masivos de comunicación y que duró los meses de agosto y septiembre.

Gráfica XVI



Fuente: *O Estado de São Paulo*, 21 de agosto de 1994, p. 22.

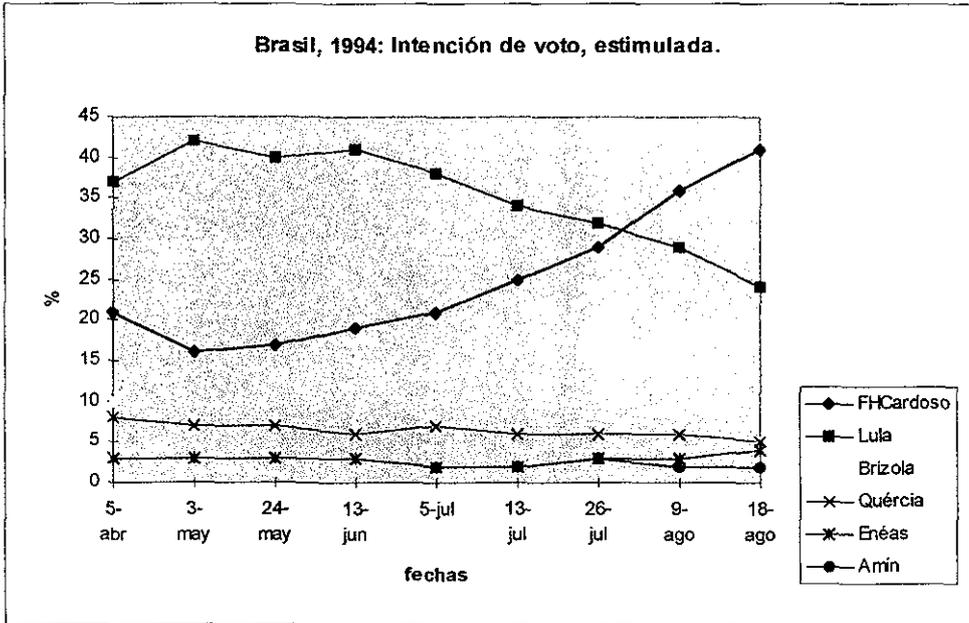
A partir de los resultados electorales en las elecciones inmediatas anteriores se dividió el tiempo del horario gratuito de televisión para cada uno de los candidatos y sus respectivos partidos, en función de las coaliciones que habían realizado. Como vemos en el cuadro anterior, Cardoso, por pertenecer al PSDB y por su alianza con el PFL y el PTB, tuvo la posibilidad de hacer un programa de 8 minutos y 12 segundos; el PMDB con su candidato Quercia también obtuvo más de seis minutos, mientras que el tiempo para Esperidião Amín fue de 4 minutos y 15 segundos y, finalmente, Lula, quien a pesar de ocupar a finales de julio el primer sitio en las encuestas, sólo tuvo derecho a cerca de 4 minutos en programas de media hora de duración que en horario triple "A" las empresas televisoras deben ceder a los partidos políticos. Al mismo tiempo se comenzaron a realizar los primeros debates entre los candidatos, como el llevado a cabo el día 24 de agosto de 1994 en la televisión *Manchete* de la ciudad de São Paulo.

Por lo tanto, al finalizar el mes de agosto y antes de comenzar el último tramo de la campaña política en septiembre, los principales diarios, como la *Folha de São Paulo*, comenzaron a presentar resultados de los distintos sondeos que se llevaban a cabo. Este periódico publicó el día 21 de agosto los resultados de una encuesta de opinión que se levantó el 16, 17 y 18 de agosto, con una muestra bastante amplia de 10,459 entrevistados en las principales ciudades del país. Los resultados no sólo fueron presentados de forma general, sino con varios niveles

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

de segmentación del electorado por regiones del país, tamaños de ciudades, escolaridad e ingreso económico.

Gráfica XVII



Fuente, *Folha de São Paulo*, 21 de agosto de 1994 p.1.

En esta encuesta, al igual que en muchas más de las que ya hemos reseñado, el periódico no presentó el número de preguntas que realizó a los encuestados, ni la redacción de éstas, el orden de las mismas y la cantidad de encuestas que realizó en cada una de las plazas donde se llevaron a cabo los levantamientos. En otro gráfico presentó también la intención de voto, pero recogida de manera espontánea, y se encontró un 54% de indecisos, mientras que los que pensaban votar por Fernando Henrique eran apenas el 23% y por Lula 14%, indicando todavía un amplio margen, pues aun cuando Lula ya había perdido gran parte de la delantera que tuvo al inicio de la campaña, había recibido una gran cantidad de probables electores.

Si tomamos en cuenta que la primera vuelta se celebraría en los primeros días de octubre, era posible que, mediante el propio desarrollo final de la campaña, se logaran modificar estos números. Sin embargo, fue imposible alterar esta situación, y finalmente se fraguó la victoria de Cardoso. Ya habíamos planteado una respuesta que gira en torno al problema de la estabilización económica. Stephanie Monclaire, maestra de *La Sorbonne* de París y connotada

**TESIS CON
TALLA DE ORIGEN**

estudiosa de los problemas brasileños, determinó cuatro razones para el desempeño de Cardoso (1994):

1) El plan de estabilización y la nueva moneda fraguados por el equipo del candidato, además del hecho de que gran parte de los brasileños creía en un futuro sin inflación ni recesión.

2) La acción de los medios masivos de comunicación que apoyaron a Cardoso y fueron contrarios a Lula, además del hecho de que Cardoso fuese un gran intelectual y que su trayectoria política e intelectual se asemejara a la que habían tenido varios pensadores y periodistas en los últimos años.

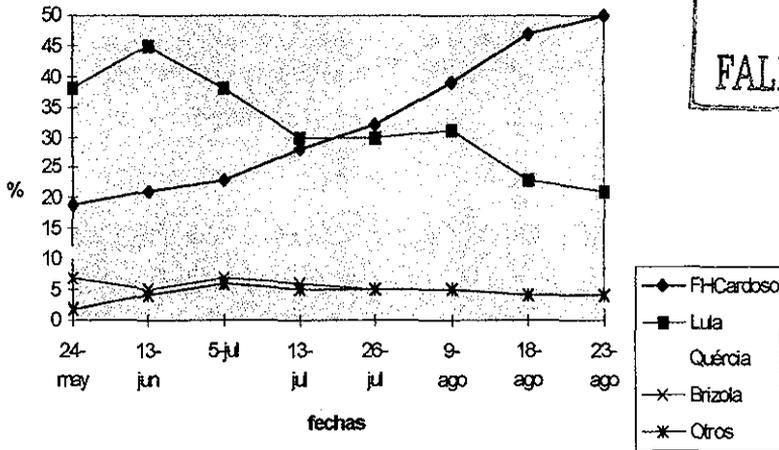
3) Las adhesiones que provocó la evolución de las intenciones de voto, ya que mientras más se aproximaba la fecha de la elección, mayor era el apoyo de las encuestas de opinión para la definición de un probable ganador, lo cual disminuía la incertidumbre y aumentaba la cantidad de los que desean apoyar su candidatura. Así, a mayor número de adhesiones, más apoyos recibió Fernando Henrique en los distintos estados del país, políticos, financieros y simbólicos que le posibilitaron atraer a más electores aún indecisos. Tales intenciones de voto fueron registradas rápidamente por los sondeos de opinión e hicieron que apareciera con mayor solidez la candidatura de Cardoso.

4) La cuarta dinámica fue resultado de las alianzas intra y extrapartidarias. Por el carácter más bien doctrinario del PT, le fue más difícil hacer alianzas con otros grupos políticos en gran parte de las regiones del país. Por otro lado, donde los candidatos de este partido tenían pocas posibilidades de triunfar en los demás procesos electorales (gobernadores, diputados y senadores), su incidencia fue baja en las encuestas, lo que tampoco ayudó a mejorar la posición de Lula (*Folha de São Paulo*, 18 de septiembre de 1994 p. 14).

De esta forma, las encuestas ya mostraban la preferencia electoral según las distintas regiones del país, tamaño y características de las ciudades (grandes, medianas y pequeñas), así como las características socioeconómicas de los encuestados, asumiendo que la preferencia electoral, como variable independiente, podía encontrar la explicación para este conjunto de variables dependientes, procurando ya no sólo mostrar preferencia electoral sino razones para las mismas. También para las mismas fechas (tercera semana del mes de agosto) había comenzado el horario gratuito en la televisión, así como la realización del primer debate televisado, que si bien fue cubierto por la cadena de televisión de São Paulo –*Manchete*–, no alteró las posiciones en las encuestas de opinión. Las encuestas que realizaba fundamentalmente *Datafolha*, empresa del rotativo *Folha de São Paulo*, se basaron en poco más de 10,000 entrevistas en 256 ciudades del país, con un margen error muestral del orden de 2%. Esta cantidad de encuestas, al tiempo que disminuía el error, permitió desagregar la información y mantener un buen nivel de confiabilidad en los resultados.

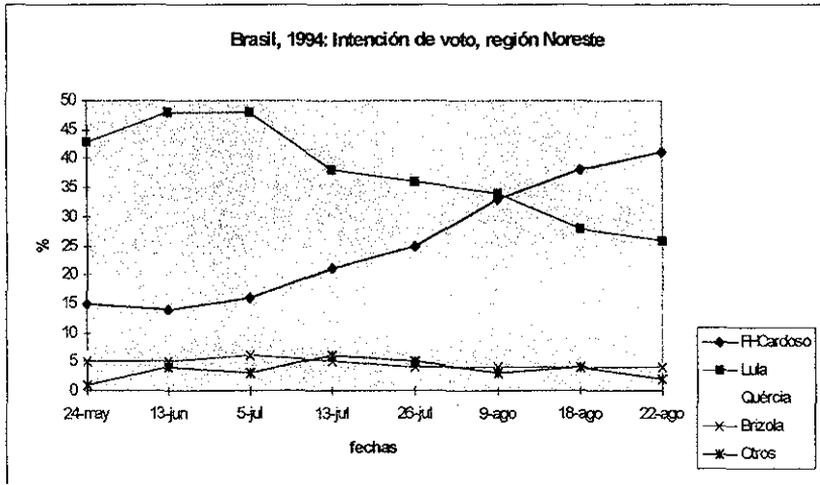
Grafica XVIII

Brasil, 1994: Intención de voto, región Norte



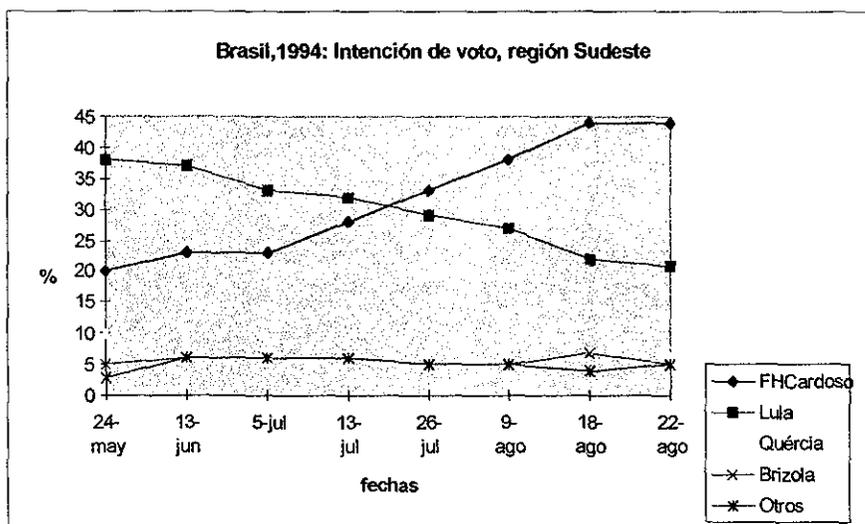
Fuente: *Folha de São Paulo*, 21 de agosto de 1994, p. 3.

Gráfica XVIII a



Fuente: *op. cit.*, p. 3.

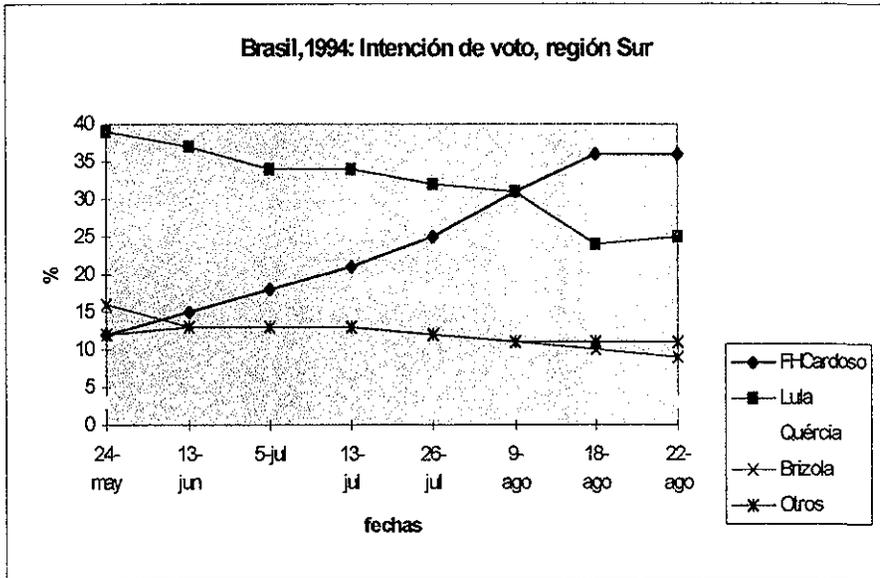
Gráfica XVIII b



Fuente: *op. cit.*, p.3.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Gráfica XVIII c



Fuente: *Folha de São Paulo*, 21 y 23 de agosto de 1994.

Este conjunto de encuestas, en que la intención de voto fue variable independiente, fue puesta a prueba en función de las cuatro regiones del país: norte y centro-oeste, noreste, sudeste y sur. La región norte comprende los estados de Acre, Roraima, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Goiás, Tocantins, Mato Grosso y Mato Grosso del Sur, y constituye más de la mitad del territorio brasileño, aunque no reúne ni la tercera parte de la población del país. Es muy vasta y poco poblada, y con mucha relevancia económica. Allí se encuentra la mayor reserva forestal del mundo, el río más caudaloso del planeta, y en esta zona se localiza la capital del país, Brasilia, que si bien concentra los poderes políticos formales del país, no concentra el poder real, el cual se asienta entre las regiones sudeste y sur.

El nordeste, por su parte, debido a su gran densidad poblacional y sus antiguos cacicazgos, fue muy importante cuando se constituyeron alianzas entre los distintos partidos y grupos políticos.

Como se observa en las gráficas anteriores, aunque Fernando Henrique lideraba en todas las regiones del país, Lula se le acercaba en el Nordeste -región de donde es originario-, y en el Sur, donde su partido, el PT, tenía una muy fuerte influencia. De la misma forma, el otro candidato de la izquierda, Brizola ocupaba el tercer puesto, pese a que el PT, se originara en el rico estado de São Paulo en la región Sudeste, mismo lugar en donde hizo su carrera política su principal

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

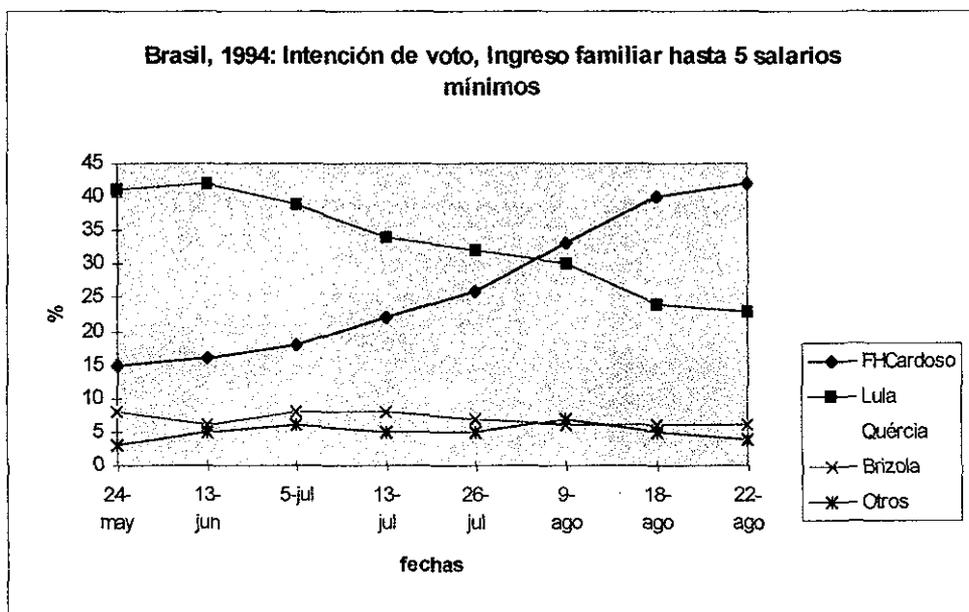
contrincante Cardoso. Sin embargo, su fortaleza se encontraba en la propia ciudad de São Paulo y las ciudades satélites (Santo Amaro, San Bernardo, San Cayetano y Diadema) y disminuía en el interior del estado.

La pregunta que surge es ¿por qué un partido de centro izquierda, como el PSDB, no se alió con el PT y sí con el PFL? Y, ¿por qué este último partido no tuvo su propio candidato? En primer lugar, si bien el PSDB y el PT son de tendencia de izquierda, el PT apostó en contra del gobierno de Collor y de Franco, mientras que el PSDB, a pesar de haber ocasionado la destitución del primero, entró en el gobierno de Franco ocupando distintos puestos. Por otra parte, esta alianza (PT-PSDB) fue muy cuestionada, por un lado, por los grandes grupos políticos del país que articulaban campañas de tipo anticomunista y, por el otro, debido a que aunque pudiera ganar la presidencia de la República, no tendría fortaleza en el Congreso y sería imposible para ellos gobernar. Sin embargo, lo que más pesó entre estos dos partidos fue el carácter más bien doctrinario y la ideología de izquierda del PT, así como la visión más pragmática del PSDB al momento de hacer alianzas.

Por otra parte, sobre el PFL pesaba la pertenencia de gran parte de sus miembros a las filas del extinto partido que apoyaba a la dictadura (ARENA) y el hecho de que su fuerza se centraba principalmente en la región Nordeste. En virtud de que los partidos políticos en Brasil tienen influencias regionales, de ahí la importancia de las alianzas en el ámbito nacional, o bien, la imagen de salvadores de la Patria que ha tenido gran parte de los candidatos victoriosos en elecciones nacionales.

Destaca el hecho de que en Brasil no cuentan los partidos, sino los candidatos carismáticos y con imagen de "redentores", una especie de Mesías con la capacidad de salvar al país, y esta fue la imagen que consiguió transmitir Fernando Henrique, ya que salvó al país de la inflación, mientras que Lula solo tenía la imagen del obrero que había luchado contra la dictadura, pero que no había hecho nada para ayudar a las clases medias a mejorar sus condiciones de vida y principalmente su ingreso. Sin embargo, Lula era un candidato muy competitivo en los grupos de menores ingresos (hasta 5 salarios mínimos), en los grupos medio y alto, y la distancia que había entre ambos candidatos aumentaba cada vez más; como siempre, la percepción de la situación económica superaba cualquier afinidad ideológica.

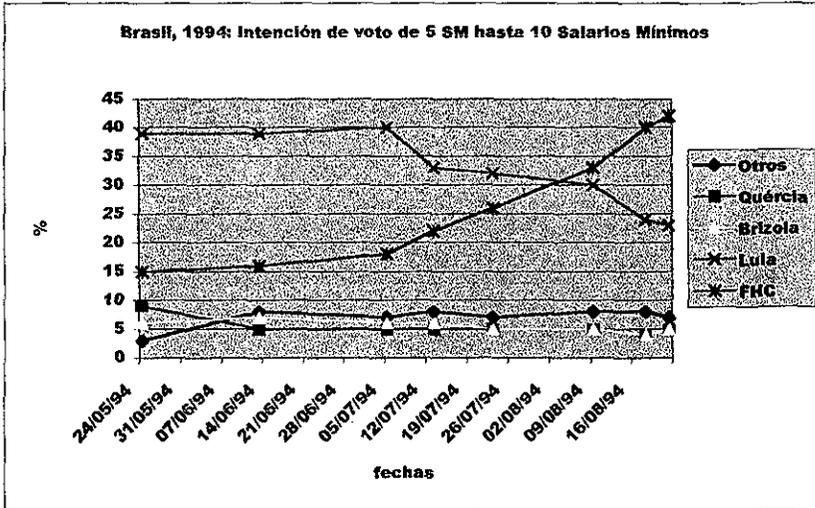
Gráfica XIX a



Fuente: *Folha de São Paulo*, 21 y 23 de agosto de 1994 p. 1.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

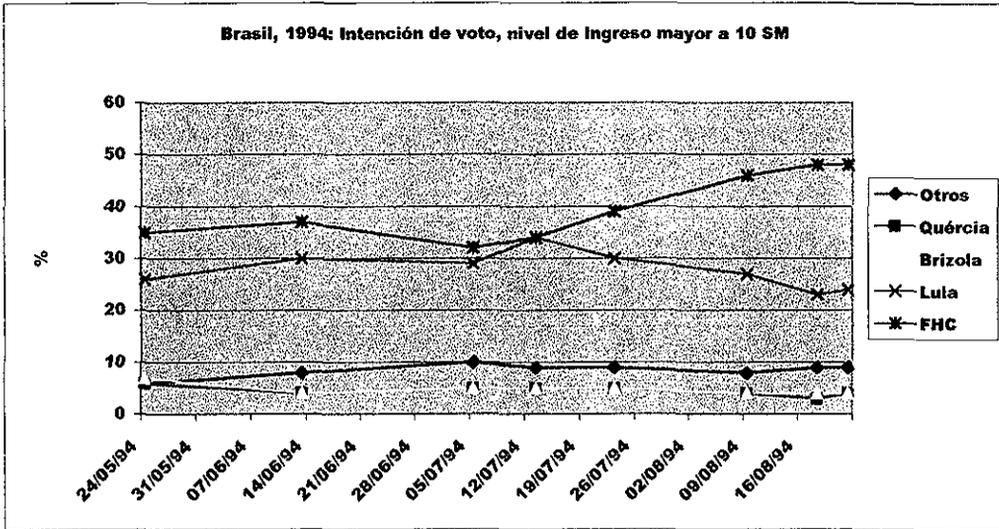
Gráfica XIX b



Fuente: *Folha de São Paulo*, 22 y 23 de agosto de 1994, p.1.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Gráfica XIXc



Fuente: *Folha de São Paulo*, 22 y 23 de agosto de 1994, p.1.

A diferencia de la intención de voto en las diferentes regiones del país, se puede observar cómo cada uno de los candidatos tuvo un mejor desempeño en las regiones de donde eran originarios, si bien Lula arrancó siempre adelante y logró mantener algún tiempo una mayor o menor diferencia, al igual que Oreste Quéricia originario de São Paulo, o Brizola, originario del sur del país. Sin embargo, esta diferencia no se mantuvo hasta las elecciones.

En el caso de la variable ingreso familiar, el nicho de Lula eran las personas más pobres con ingreso menor de cinco salarios mínimos. En este rubro Lula mantuvo la delantera sobre Cardoso, ya que era el grupo menos permeable a la publicidad que se le hizo a este último por su participación en la constitución del Plan Real, hasta que algunos efectos del Plan se hicieron sentir en la población, hecho que coincidió con el inicio de la publicidad en el horario gratuito de la televisión.

En el siguiente grupo de ingreso, de hasta 10 salarios mínimos, la ventaja que tenía Lula descendió, ya que el 13 de julio ambos candidatos estaban prácticamente empatados. Después, con el inicio de la campaña en la televisión, Lula perdió definitivamente la delantera. En el grupo de ingresos, de más de 10 salarios mínimos, que cuenta con mejor nivel educativo y con mayor acceso a la información, Cardoso comenzó adelante. Sin embargo, dadas las características

de este mismo grupo, sus opiniones oscilaban en mayor grado por la influencia de los medios masivos de comunicación, que este grupo consume en mayor cantidad que los otros. Esto contribuyó a que el candidato del PT lograra un empate en el mes de julio, para luego ser superado por Cardoso.

Aunque una campaña electoral aparentemente es una sola actividad, no es lo mismo la acción que se desplegó en las distintas regiones del país, ni las ofertas que se hicieron a los distintos grupos de la población: hombres, mujeres, grupos de edades, escolaridad, ingreso, etcétera. Pese a que Lula se proyectaba como un candidato con mucho apoyo, éste no era homogéneo en todo el país, ya que no impactaba de la misma manera a todos los grupos. Al mostrar la intención de voto con respecto a otros indicadores, como sexo, edad, escolaridad y tamaño de ciudad; se advierte que este candidato era competitivo con las personas de sexo masculino, pero que su penetración descendía con las mujeres; era poco atractivo para los votantes más jóvenes (16 a 24 años), pero aumentaba en el siguiente grupo (25 a 34 años) e iba en descenso en los grupos de mayor edad. Con respecto a la escolaridad, la simpatía procedía en sentido inverso: descendía en primaria y secundaria y se incrementaba en quienes habían estudiado el bachillerato y la universidad. En las ciudades grandes era un candidato bien visto, con fuerza, pero su penetración disminuía en las ciudades medianas y pequeñas, puesto que en un país como Brasil, con más de 5,000 municipios, es imposible visitar todos. Por lo tanto, la buena imagen en radio, televisión y la prensa en general formó parte fundamental de la campaña electoral, sobre todo la televisión por su enorme penetración, muy marcada influencia, y el hecho de que no apoyaba a Lula, cuyos intereses no coincidían con los del gran capital.

c) La finalización de la campaña electoral

Una vez más el PT veía cómo se le escapaba de las manos una victoria que al inicio del año de 1994 parecía imposible que alguien le arrebatara. Sin embargo, la labor conjunta del "Plan Real", de los medios de comunicación y el propio aislamiento del PT, que no intentó aliarse a otras fuerzas políticas, influyeron en la derrota de Lula. El primero de septiembre de 1994 -día en que se celebra la Independencia de Brasil-, el periódico *Folha de São Paulo* ya daba a Cardoso como el ganador y publicaba una fotografía del candidato, visto de abajo hacia arriba, que lo mostraba con la estatura de un gigante. Además de esto, la última encuesta le daba una ventaja de más de 23 puntos porcentuales; mientras que su editorial apuntaba a una cómoda victoria en el primer turno de la elección, lo que haría innecesaria una segunda vuelta.

Para finales del mes de agosto e inicio del mes de septiembre, por lo menos la *Folha de São Paulo* estaba realizando una encuesta nacional por semana, en 646 municipios (Brasil tiene poco más de 5,000) y con muestras de poco más de 20,000 entrevistados, pero sin hacer ningún comentario acerca de la metodología como niveles de confianza, márgenes de error, la modalidad bajo la cual se hizo el levantamiento y la selección de los entrevistados.

Sin embargo, especificaban que en la enorme cantidad de entrevistas (20,383 para ser exactos), se hacía una segmentación por ciertas características

de los electores como ingreso, escolaridad y región del país, a partir de la cual posicionaban a los candidatos frente a sus posibles electores.

Debido a la cercanía de la elección, esta publicación aumentó su periodicidad de entregas de resultados de encuestas. El 1º de septiembre de 1994, este diario incluyó un suplemento, en cuyo encabezado se anunciaba la ventaja de 22 puntos que tenía Cardoso sobre Lula. Aunque la cifra se apoyaba principalmente en el resultado de la encuesta, no asumía una actitud de total apoyo ni daba como hecho la elección de Fernando Henrique. Sin embargo en la edición del 24 de septiembre, a poco más de 10 días para los comicios, su encabezado sentenciaba : "*FHC articula 'presidencia imperial'; SDB pode ser o partido do presidente*", apuntando a la creación de un nuevo partido político, el *SDB (Social Democracia Brasileira)*, a las pautas fundamentales del próximo gobierno y a los posibles nominados para ocupar los puestos más importantes al interior del gabinete del presidente. También señalaba los problemas de la alianza entre el PSDB de Cardoso y el PFL del líder del estado de Bahía, Antonio Carlos Magalhães, partidos ideológicamente distantes, y cómo dentro del partido del futuro presidente se intentaba deshacer esta alianza y hacer un trato con el partido de Lula -PT-, al tiempo que se pretendía incorporar al gobierno a Leonel Brizola, líder y candidato a la presidencia por parte del PDT. Alianzas como éstas no fueron posibles, pero mostraron que, aun cuando Cardoso ganaría la presidencia, esto le significaría asumir el programa y las propuestas de la derecha, como finalmente ocurrió.

Al mismo tiempo, *Folha de São Paulo*, *O Globo* y *Jornal do Brasil*, mostraban mediante encuestas la inexorable victoria de Cardoso, debido principalmente al buen desempeño del Plan Real que, al inicio del mes de septiembre, cumplía dos meses con una inflación acumulada de 11.87%. Por otra parte, conforme a una encuesta publicada por *Folha de São Paulo* (26 de septiembre de 1994), 77% de los entrevistados consideraba que la evolución del plan económico era buena. Por lo tanto, el factor primordial para la victoria de Cardoso fue, fundamentalmente, producto de la evolución de la economía y el control de la inflación, cuestión que trascendió los aspectos partidistas o las condiciones ideológicas en que ambos candidatos estaban situados, así como y las cuestiones ideológicas que entrañaban definiciones en la forma y en el contenido del proyecto político de cada organización: PSDB y PT.

El domingo 2 de octubre, *Folha de São Paulo* hacía la siguiente afirmación: "Éxito del real explica fenómeno FHC: Plan económico hace la inflación caer, cambia la campaña electoral, une adversarios y abate a la oposición". Eleonora Lucena, reportera de este medio, afirmaba: "En el núcleo de esta elección se encuentra el Plan Real, el cual, lanzado hace tres meses, ha producido resultados económicos y políticos avasalladores, siendo FHC el más beneficiado, ya que se transformó de probable candidato "antiLula" "en virtual presidente electo" (*Folha de São Paulo*, 2 de octubre de 1994).

Más allá de la explicación estructural que coloca la victoria de FHC en el ámbito macroeconómico, la victoria de Cardoso y la derrota de Lula se cifraron en la continuidad de la administración de Itamar Franco, el presidente que sustituyó al defenestrado Collor de Mello.

Lula y Collor tenían algo en común en 1989. Ambos representaban un cambio. Las ansias reformista del elector de entonces hizo que rivalizasen hasta el último segundo. En este sentido, Lula es el Collor de 94; únicamente el candidato del PT simboliza el cambio. Por esto perdió terreno. A partir del lanzamiento del real, el elector pasó a ser un discípulo de la estabilidad. Una conducta comprensible, se puede decir. En un país en eterna tempestad, nada como la sensación de que se logró finalmente la bonanza. Ya no importan las realidades.

La casualidad fue desleal con Lula. Dio a Fernando Henrique la oportunidad de comenzar con anticipación el nuevo gobierno, reiniciando una antigua gestión.

Si las encuestas están en lo cierto, el elector está optando no por un nuevo gobierno, sino por una administración que por falta de tiempo dejó todo a la mitad.

El regreso de la inflación devolverá al elector el sentimiento de cambio. Fernando Henrique encarna hoy la perspectiva de bonanza. Basta un pequeño temporal para que, electo, se le adviertan los defectos" (Souza, J., p. 5, 1994).

Esta reflexión encierra la conclusión más importante de estas elecciones, Franco gobernó con el total apoyo de Congreso, de donde tomó a sus principales aliados, como Cardoso. Por otra parte, el "Plan Real", entre otras medidas, fue mostrando a la población, a través de los medios, cómo un gobierno más medurado, con menor corrupción y con Cardoso al frente, podría dar continuidad a esta administración. Un día antes de las elecciones, el domingo 2 de octubre de 1994, *Folha de São Paulo* presentó una encuesta en que mostraba que 32% de los entrevistados creía que el gobierno del presidente Franco era "óptimo o bueno", mientras que 49% de los encuestados señalaban que este gobierno era "regular". Por lo tanto, la victoria de Cardoso también obedeció a la imagen de buen gobierno de Franco, y a la expectativa de que como presidente continuaría la buena obra que había comenzado Franco, la cual no había podido ser finalizada.

Al hacer una breve recapitulación de lo presentado, hemos planteado la preponderancia de la opinión pública de los estudios de opinión, en la actualidad, como la modalidad para tomar el pulso del sentir público. Sin confundir la investigación con la opinión pública, en Brasil, como en gran parte de los países de América Latina, las encuestas se han transformado en la modalidad para comprender el sentir público, y en una de las formas para influir, modificar y transformar la opinión

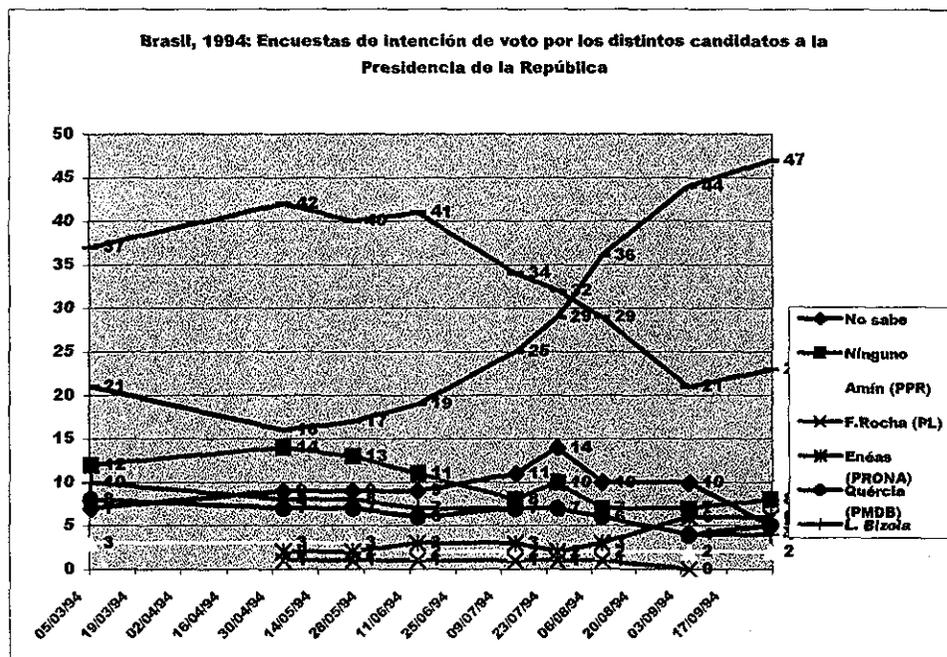
Por lo tanto, estos intentos de influir en un proceso poco sofisticado, con grandes diferencias entre los dos candidatos, además de la inequidad en el acceso a los medios y los recursos económicos y el acceso a la publicidad en medios entre Lula y Cardoso, ocasionaron que este último obtuviera poco más del 54% de los votos, mientras que Lula recibió 27%.

En el caso de la segunda elección democrática realizada en Brasil, los sondeos de opinión fueron útiles para dar cuenta del nivel de la competencia, y sirvieron a las distintas élites para encontrar cuál candidato podría disputarle a Lula la elección, ya que en las primeras encuestas de 1994, este candidato se había

mostrado invencible. Empero, al iniciarse el "Plan Real", la necesidad de cambio que la ciudadanía había manifestado al mostrar su interés de votar por Lula fue modificada por una política de continuidad en Cardoso. ¿Esto significa manipulación o intentar influenciar al electorado? Es muy probable que sí. Sin embargo, ningún partido, candidato o grupo en el poder dejaría de actuar, ya que ésta es la condición fundamental y primordial del acontecer político: la acción política a fin de lograr los objetivos que han sido previamente establecidos. En virtud de que el objetivo de algunos grupos era ganar la elección e impedir que Lula llegase a la presidencia de Brasil, la puesta en marcha del "Plan Real" no fue casual. Ni casual fue el hecho de que Cardoso, al ser relacionado con el Plan, haya sido señalado como el candidato más viable para competir con Lula, y esto fue lo que las encuestas señalaban. Por otra parte, el hecho de que gran parte de los medios de comunicación brasileños apoyasen al candidato del PSDB y no a Lula concordaba con sus principios, su ética y sus intereses.

¿Fueron entonces las encuestas de opinión un factor para determinar la victoria del Cardoso? Como decíamos con anterioridad, la finalidad de las encuestas como auxiliar en las democracias modernas es aproximarse a la opinión pública, lograr medirla y poder, frente a un conjunto de limitaciones, establecer, a partir de mecanismos estadísticos, los posibles y probables comportamientos de los electores. Por lo tanto, las encuestas permiten establecer el panorama de la contienda y ayudar a los distintos participantes a tomar decisiones, que pueden ser correctas o incorrectas, desde la de utilizar los resultados para una nueva estrategia o utilizar a la propia encuesta como medio de influencia o propaganda, generando datos y resultados falsos a fin de convencer, persuadir y engañar a la opinión pública. Es claro que este uso tiene un costo tanto con respecto al prestigio y al desprestigio de quien lo usa. En el caso de la elección de Brasil, las encuestas desempeñaron un importante papel para establecer los candidatos que le disputarían a Lula la presidencia de la República, y sirvieron para agendar los temas, los problemas, el nivel de la discusión y, con más de tres meses de anticipación, vislumbrar quién sería el triunfador. Aunque no podemos medir la trascendencia de este hecho, en el sentido de cuántos electores cambiaron su intención de voto (de Lula para Cardoso), a partir de los resultados publicados de las encuestas, el clima que fue generándose antes de las elecciones, el sucesivo ascenso de Cardoso y la imposibilidad del candidato del PT de mantenerse al frente, del gobierno, contribuyeron a la esperanza de un mañana mejor que el hoy o que el ayer. Las encuestas no construyen castillos de naipes, pero ayudan a sostenerlos.

Gráfica XX



Fuente: *Folha de Sao Paulo*, 3 de octubre de 1994, p. 7.

La Gráfica XX muestra la actuación de los distintos candidatos durante la toda la campaña, y resumimos para finalizar, parte de la plataforma de los dos principales candidatos. Cardoso proponía la privatización de la economía y la terminación del Estado benefactor (*Folha de São Paulo*, 2 de octubre de 1994), así como el control de la inflación y la disminución del déficit público, un conjunto de medidas económicas que más adelante fueron bautizadas de neoliberales. Por otra parte, el programa de Lula iba en sentido contrario: apoyo para los grupos populares en materia de salud, educación y empleo, oposición a la privatización de la economía, así como un mayor impulso a la Reforma Agraria. Empero, pese a que estos programas eran distintos y tenían consecuencias directas en la economía de los más pobres, Lula no había infundido suficiente credibilidad y confianza y no intervino en los efectos inmediatos del control de la inflación. Las encuestas publicadas en los grandes diarios brasileños mostraban además el impresionante ascenso que tuvo Cardoso hasta su victoria final. Y aun cuando Lula obtuvo casi una tercera parte de la votación nacional, no contó con el apoyo de

organizaciones políticas ni los medios masivos de comunicación que, junto con la publicidad del control de la inflación, generaron una imagen favorable de Cardoso y otra no tan favorable de Lula.

Las dos elecciones presidenciales consideradas, especialmente la segunda, muestran el escaso nivel de institucionalización de los partidos políticos en Brasil. El PRN, que en 1989 postuló a Fernando Collor, que obtuvo en un proceso más de 20 millones de votos en la primera vuelta, ganó la elección con 35 millones de votos. Empero, en la elección de 1994, su candidato Carlos Antonio Gomes no alcanzó ni 400 mil votos. Por otra parte, el candidato del PSDB, triunfador en 1994 con poco más de 34 millones de votos, obtuvo siete millones de votos en 1989, mientras que Leonel Brizola, candidato del PDT, quien en la primera elección estaba prácticamente empatado con Lula en el segundo lugar, descendió hasta

Cuadro 11. Resultados de las elecciones presidenciales de Brasil 1989-1994

Candidatos	Partidos	Votos	%
1989:PrimerVuelta			
F. Collor de Mello	PRN	20,611,011	30.5%
Luis I."Lula"da Silva	PT	11,622,673	17.2%
Leonel Brizola	PDT	11,168,228	16.5%
Mario Cova	PSDB	7,790,392	11.5%
Paulo S. Maluf	PDS	5,986,575	8.9%
G. Afif Domingos	PL	3,272,462	4.8%
Ulysses Guimarães	PMDB	3,204,932	4.7%
Roberto Freyre	PCB	769,123	1.1%
Aureliano Chaves	PFL	600,838	.9%
Ronaldo Caiado	PSD	488,846	.8%
Afonso Camargo	PTB	379,283	.6%
Otros		1,732,283	2.6%
Segunda Vuelta			
F. Collor de Mello	PRN	35,089,998	53.0%
Luis I."Lula"da Silva	PT	31,076,364	47.0%
1994:PrimeraVuelta			
F. Enrique Cardoso	PSDB	34,350,217	54.2%
Luis I."Lula"da Silva	PT	17,112,255	27.0%
Enea F. Carneiro	PRONA	4,670,894	7.3%
Orestes Quércia	PMDB	2,771,788	4.3%
Leonel Brizola	PDT	2,015,284	3.1%
E. Amin Helou	PPR	1,739,458	2.7%
Carlos A. Gomes	PRN	387,611	.6%
Hernan G. Fortuna	PSC	283,126	.3%

Fuente: Tribunal Superior Eleitoral do Brasil, 2000.

la quinta posición en 1994, cuando no rescató más de dos millones de votos. Aunque el PT ocupaba el segundo lugar en estas elecciones y también en la de 1998 (que no hemos considerado en este trabajo), no logró posicionarse como el segundo partido político del país. Si bien pudo situarse en la elección presidencial, no tuvo éxito en elecciones locales, ni en el Congreso brasileño. Lo mismo sucedió con el PSDB, que aunque ganó la Presidencia de la República, lo hizo en virtud de alianzas realizadas con el PFL, PTB y otros partidos menores.

En el caso de Brasil son más importantes los candidatos, la imagen que se les crea, su penetración en los medios masivos de comunicación y la posibilidad de que los medios los relacionen como personajes capaces de salvar y conducir el país, por su preparación, carácter e inteligencia.

Aun cuando las encuestas de opinión no crean personajes ni ganan elecciones, fueron un importante apoyo en las elecciones aquí relatadas y no sólo mostraron la competencia, sino que apoyaron a grandes contingentes de electores, principalmente a los indecisos, a tomar finalmente una opción, cuando ya era irremediable la victoria de Cardoso, quien, como muestra el cuadro 11, no necesitó para llegar a la presidencia la segunda vuelta y prácticamente aplastó a Lula y a sus demás contrincantes.

Capítulo V

Conclusiones

Uno de los objetivos centrales del presente trabajo consiste en mostrar cómo el proceso de transformación, democratización y modernización de la sociedad mexicana y brasileña ha permitido transitar desde una estructura política marcada por el autoritarismo y corporativismo, hacia una en que el proceso político ha incluido la posibilidad de la liberalización, ciudadanización y democratización de sus estructuras políticas. En el caso mexicano, hasta antes de 1988 era casi imposible que un partido político diferente al PRI aspirara a ganar más allá de algunas posiciones en el Congreso, lo que significaba que la participación política de otros partidos políticos era fundamentalmente testimonial. Al mismo tiempo, con la existencia de la dictadura militar en Brasil se interrumpió el proceso de elección presidencial de manera directa, y los partidos y personalidades políticas se enfrentaron a grandes dificultades para participar en los procesos políticos y electorales, además de los distintos decretos y las actas institucionales que la dictadura utilizó para suprimir y desaparecer agrupaciones políticas que no le eran gratas, usando medios legales e ilegales para tales propósitos (Kuschick, 1998). Por lo tanto, sólo con la finalización del gobierno militar en Brasil y de la transformación de las instituciones políticas en México se ha podido transitar hacia un sistema político democrático.

Sin embargo, es importante recalcar que la modernización, transformación y transición a procesos democráticos de ninguna manera son sucesos que dependen únicamente de la evolución de la estructura y del sistema político, al tiempo que tampoco son producto exclusivo de los distintos contingentes sociales que tanto en México como en Brasil confrontaron a los regímenes autoritarios bajo diferentes modalidades. La idea de modernidad se ha utilizado como concepto para yuxtaponer las distintas transformaciones y cambios experimentados en la estructura política, implicando también la modificación, separación y aparición de la figura del ciudadano, que como individuo tiene el derecho al voto, es libre de emitirlo y cuyo voto debe ser respetada y contabilizada para que participe de la victoria o derrota de un partido político o candidato. Este individuo tiene así mismo la posibilidad de que la expresión de su voz o sus opiniones no le signifique privación de su libertad, ni que se le sea condicionada mediante la destitución de su empleo o de otro tipo de derechos, por el hecho de no coincidir con un líder político o una organización política. Esta nueva situación ha entrañado la posibilidad de que la opinión pública pueda manifestarse con libertad frente al poder político, en contraposición al periodo dominado por el Estado y sus organizaciones corporativas, que asediaban y limitaban no sólo las expresiones de grupos y movimientos sociales emergentes, sino también las de la prensa y todo medio masivo de comunicación que se arriesgara a adoptar una posición diferente a la del régimen.

Sin embargo, aun con la transición hacia una democracia formal y, con ello, la separación entre el aparato del Estado, la sociedad, el ciudadano, las organizaciones sociales, los medios masivos de comunicación, los partidos políticos y organismos electorales, no se ha arribado a una nueva sociedad. En este trabajo se planteó que la modificación del modelo bajo el cual funcionaba la mayor parte de los Estados latinoamericanos no sólo logró en gran parte crear nuevos organismos estatales, sino que posibilitó el desarrollo y la solidificación de instituciones básicas de países modernos. Empero, el costo que debió pagar la sociedad, como en el caso de México, por ejemplo, fue su subordinación a élites políticas que, además de apoderarse de la estructura del Estado, mediante monopolios, concesiones, amiguismo, clientelismo y paternalismo, desterró toda posibilidad de oposición e inconformidad, e impidió así mismo, a través de mecanismos adicionales, la existencia de medios masivos de comunicación y de partidos de oposición y autoridades electorales capaces de opinar, enjuiciar, criticar, juzgar y decidir libremente el resultado de los procesos electorales.

A partir de la urbanización creciente de los países latinoamericanos, la aparición de grupos medios con mayor educación dispuestos a disputar y arrebatar el control del Estado, aunado a las crisis económicas de consenso y legitimidad de la década de los sesenta, ocasionó que la élite política incorporara las fuerzas armadas para seguir gobernando, instaurando gobiernos militares mediante golpes de estado. En el caso del Brasil, con base en la promesa de la recuperación económica, no sólo se encarceló y mató a miles de prisioneros, sino que se acabó con los partidos políticos y se intentó terminar con la actividad política.

El proceso modernizador y la transición a la democracia se presentaron en varios países de la región, cuando los estados con gobiernos autoritarios ya no pudieron contener a los grupos de sus respectivas sociedades con falsas promesas de crecimiento económico y cuando la conducción autoritaria del proceso político, sin consenso, ya no fue posible, debido a las sucesivas crisis económicas y a la falta de legitimidad con que se mantenían el gobierno militar en el poder en Brasil y los gobiernos priístas en México que, por lo general, se sostenían en el poder gracias a elecciones generalmente tildadas como fraudulentas.

Por otra parte, la crisis que atravesó la Unión Soviética, y la caída del Muro de Berlín en 1989, significó el fin del socialismo real; los Estados Unidos de América no tuvieron más en su *hinterland* ni un competidor a su altura en el ámbito mundial, lo cual acarreó varias consecuencias. En primer lugar, el gobierno estadounidense ya no tenía la necesidad de apoyar a dictadores en América Latina y en otras partes del mundo, por el simple hecho de que estos países pudieran coquetear con la Unión Soviética. En segundo lugar, el establecimiento de un modelo democrático se realizó bajo una nueva idea de Estado, rompiendo con el estado benefactor, autoritario y populista que existió en América Latina hasta la crisis de los años ochenta. Dicho modelo no sólo era ya imposible en la práctica, sino que era totalmente ineficiente como generador de riquezas.

De esta forma, el Estado en Latinoamérica, sin la posibilidad de chantajear al poder estadounidense en la región y sin la posibilidad de controlar a los grupos de la sociedad, tuvo que abrir la competencia, posibilitando el regreso de las antiguas élites políticas desplazadas por los golpes militares en el Cono Sur y, en

el caso de México, permitiendo el establecimiento y la formación de nuevos partidos políticos, con integrantes que habían sido perseguidos años antes por abanderar movimientos subversivos. También fue necesario aceptar que los grandes capitales comenzaran a apoyar tanto a la derecha como a la izquierda, a partidos políticos distintos al PRI en México, así como el surgimiento de mayor libertad a los medios masivos de comunicación para discutir, criticar y plantear modelos económicos alternativos.

Ante esta nueva situación, y ya sin un Estado que controlara la mayor parte de las manifestaciones de los grupos sociales, se pudo manifestar de manera más abierta y con mayor espacio este ámbito que hemos denominado la *opinión pública*.

Esto no significa que la opinión y las expresiones públicas de los diferentes grupos de la sociedad no existieran con anterioridad, ya que este fenómeno político, sociológico y comunicativo se expresa a partir de opiniones, ideas, conceptos y percepciones que se yuxtaponen a favor o en contra de ciertas temáticas, como es el caso del aborto, pero también acerca de la conducción de la economía nacional o de la manera de lograr un mayor crecimiento.

Después de iniciada la transición a la democracia, ya no era tan obvio quién tenía el control del aparato político. Sin embargo, lo que sí resultaba muy claro era quién o quiénes controlaban o representaban la opinión mayoritaria. Si las organizaciones políticas, sociales, sindicales y populares no eran capaces de organizar, representar y liderar a los grandes contingentes sociales, no sólo era necesario incorporar y crear nuevas organizaciones que representaran a las nuevas opiniones sino, en virtud de la paz y de las propias posibilidades de lograr la continuidad del Estado, era necesario incorporar a las nuevas élites y darles espacio, además de recuperar la legitimidad y el consenso perdidos, aparentando apertura, democracia, pluralismo y liberalidad.

Los mecanismos tradicionales para recoger y conocer la opinión pública, como los canales oficiales, los medios masivos de comunicación, los periódicos, periodistas y comunicadores a sueldo, eran insatisfactorios, porque sólo con la incorporación de nuevos actores y nuevos liderazgos, partidos políticos, y el hecho de que la misma sociedad y los movimientos sociales se manifestaran se pueden conocer las temáticas y las posiciones frente a éstas, así como a sus líderes e interlocutores, ya que cuando se encuentran en la clandestinidad utilizan canales informales y subterráneos de expresión, lo que a la larga hace virtualmente imposible la continuidad y legitimidad de las autoridades constituidas. Esta situación de estado de guerra civil, zozobra y enfrentamiento entre los grupos del país, impide la concordia y la convivencia pacífica, al tiempo que coloca el control del Estado bajo el abrigo de las Fuerzas Armadas de otros grupos y de otras élites. Frente a esto, es necesario reconstituir y recrear el sistema democrático, con una amnistía política, incorporando nuevos partidos políticos y abriendo los medios masivos de comunicación; en pocas palabras, destruyendo el viejo aparato corporativo de poder y control.

Todas estas transformaciones implican modificaciones y la incorporación de la palabra, opinión y los temas del interés de los nuevos grupos políticos y sociales, conllevando una radical transformación en la opinión pública, ya que las mismas élites, los nuevos grupos políticos y los propios medios masivos de

comunicación deben entonces determinar hacia dónde se dirigirán las nuevas fidelidades. Ésta sería una explicación satisfactoria para la aparición tan tardía en democracias como las latinoamericanas de las encuestas de opinión que, en algunos casos, como el mexicano, ha tenido elecciones prácticamente todo el siglo XX sin contar con el apoyo las encuestas para conocer y anticipar el rumbo probable de la opinión pública.

Si bien las encuestas de opinión, como afirma Habermas (1998), no son la opinión pública, sino un medio para aproximarse a la misma, al perder el aparato estatal el control omnímodo y al suscitarse esta dispersión de las opiniones (que en México ya no se encuentran asociadas de manera directa a los grupos y partidos ligados al Estado, o a los partidos asociados con la derecha o el *establishment*), provoca, por un lado, que no sólo el gobierno, sino las élites y los medios masivos de comunicación, quieran determinar cómo se van a generar nuevas identidades, para así restablecer, o por lo menos lograr, nuevos mecanismos de mediatización, dominación y manipulación de los grupos sociales. Este proceso cada vez pasará más por los medios masivos de comunicación y los nuevos conductores de las masas necesitadas de guías, animadores y representantes en los publicistas, artistas y especialistas en *marketing*.

Una de las funciones principales y fundamentales de las encuestas y sondeos de opinión consiste en mostrar, en este primer momento, los niveles de popularidad de los programas, animadores y conductores de la televisión, y dar cuenta del nivel de aceptación y rechazo de los candidatos.

En Brasil, por ejemplo, donde después de más de 25 años de dictadura militar no existía una memoria histórica acerca de la trayectoria de los partidos políticos, únicamente queda la imagen de los nuevos políticos que afanosamente buscan ser los más críticos y acérrimos enemigos de la dictadura. Después de la muerte de Tancredo Neves, quien fue una suerte de patriarca que había encabezado la lucha contra la dictadura desde la oposición, José Sarney, que ocupó su lugar, al ser miembro de los grupos ligados a la dictadura militar, encabezó un gobierno sin apoyo popular que, al perder a su líder, se lanzó en brazos del nuevo liderazgo de la izquierda doctrinaria que luchaba contra la dictadura bajo el mando del *Partido do Trabalho* (PT) y de su líder Lula da Silva. Sin embargo, pese al éxito de Lula en las encuestas, la derecha y los medios masivos de comunicación apoyaron a Collor de Mello, un joven político capaz de llenar las mentes de las clases populares saturadas de televisión y de telenovelas que veía en este político no sólo a un buen actor, sino a un personificador de los anhelos populares en un gobernante que, como personaje mítico, lograría barrer y limpiar a la corrupción que usualmente se encuentra ligada al funcionamiento del aparato del Estado.

Esta lucha en la que participó el mediático candidato Collor de Mello personificaba las glorias de un pasado populista que las nuevas generaciones no habían conocido después de 25 años de dictaduras militares, en contra de los distintos líderes de la izquierda, como Leonel Brizola, Ulysses Guimarães y el propio Lula da Silva, quienes habían protagonizado en el exterior y en el Congreso así como en las calles, fábricas y demás barricadas, la lucha por la democracia y el final de la dictadura. Sin embargo, como ha demostrado la historia reciente de América Latina, las luchas contra las dictaduras militares han sido encabezadas

por pequeños grupos, los viejos políticos que habían sido relegados y las izquierdas radicales y democráticas, pero sin contacto con las grandes masas, que no tenían acceso a los grandes medios masivos de comunicación, hecho que permitió que los grandes grupos mediáticos en Brasil, temerosos de la victoria de una izquierda más radical, apoyaran a Fernando Collor.

Las primeras elecciones presidenciales de 1989 revelaron las fisuras al interior de las fuerzas que habían luchado en contra de la dictadura y que habían logrado unirse antes, pero con una experiencia frustrada de gobierno que había mostrado que estos grupos tenían pocas posibilidades de resolver los grandes problemas del país y que se necesitaba un "salvador", un antipolítico, que fue Collor de Mello. Sin embargo, pese a la vida democrática, el país seguía padeciendo la inflación y los problemas de corrupción que siempre lo habían aquejado y que los medios masivos de comunicación, ya sin represión y la censura, gustaban de mostrar en sus pantallas, pues les representaba prestigio y reconocimiento entre el público.

Bajo las nuevas modalidades de relación, aunque en las ciudades del interior del país y aun en las capitales se podía comerciar con el voto, las posibilidades de los políticos de llegar a la ciudadanía mediante las ofertas tradicionales se habían vuelto cada vez más limitadas. Por otra parte, al aumentar el número de partidos, candidatos y las características de la competencia, la televisión fue el único medio que se mantuvo y además creció, educó y sensibilizó a las masas analfabetas de un país con características gigantescas como Brasil.

Por ello, la campaña de 1989 y las sucesivas en Brasil, así como en los demás países de América Latina y México hasta el año 2000, se mostraron cada vez más como un carrusel de imágenes, como un *marketing* político-electoral, ya sin posibilidades para que los antiguos medios (el acarreo, la distribución de pequeñas dádivas y comida) fueran suficientes para disminuir la influencia de las campañas mediáticas, debido a que la televisión se ha tornado en el único lugar que puede llenar el espacio público y puede tener resultados frente a la opinión pública, movilizarla y presentar la política como un espectáculo. Por lo tanto, la transición a la democracia en Brasil y los demás países del Cono Sur, así como en México, ha significado la desaparición del modelo de la política tradicional, populista y corporativa, basada en relaciones clientelares, y la aparición de un nuevo modelo derivado de los medios masivos de comunicación y la incertidumbre del resultado electoral.

De esta manera se realizó en México la elección de 1988: una elección llevada a cabo aún bajo las características del viejo régimen mexicano, pero con la escisión de un político de las filas del PRI, Cuauhtémoc Cárdenas, quien se enfrentó al aparato gubernamental sin contar más que con el apoyo popular, sin posibilidades de llegar a los medios, y cuya campaña mostró la imposibilidad de mantener al partido de Estado y su gobierno en el poder.

Empero, en la campaña de 1988 se suscitó un fenómeno que ya se había dado antes: una elección competida, en la que el resultado y la victoria de Carlos Salinas de Gortari implicaron que, para seguir gobernado, el régimen tendría que ceder. Esto conllevó tal conjunto de transformaciones que a la postre no sólo significaron derrotas en el ámbito local, sino reconocimiento de victorias hacia la derecha moderada del PAN que, por apoyar al gobierno en el Congreso, cobró

peso en las gobernaturas, reformas a las leyes electorales y modificaciones en el ámbito de la antigua Comisión Federal Electoral, la cual se transformó en el Instituto Federal Electoral (Becerra, 2000).

Sin embargo, en esta elección de 1988 no hubo equidad ni posibilidades de que los partidos de oposición accedieran a más recursos y a campañas mediáticas, lo cual sucedió hasta 1994. Años más tarde, producto de la crisis económica y motivado por el desprestigio, la incapacidad y la nueva situación internacional (la desaparición de la Unión Soviética), México quedó como uno de los pocos países en el mundo bajo el gobierno de un solo partido. Por otra parte, ante la inconformidad de la población y el malestar interno y externo, se volvió muy difícil para el gobierno maniobrar y ganar las elecciones posteriores de forma fraudulenta, teniendo que aceptar a la competencia e ir a ella en condiciones más desventajosas.

Este conjunto de transformaciones y la propia modernización de Brasil y México, con sus semejanzas y diferencias, constituyeron el marco de este trabajo, cuyo propósito ha sido mostrar la aparición de las encuestas de opinión y la utilización de este instrumento como mecanismo para medir, predecir, conocer y manipular a la opinión pública, y la razón de su necesidad y aparición a finales del siglo XX en los países recién democratizados de América Latina

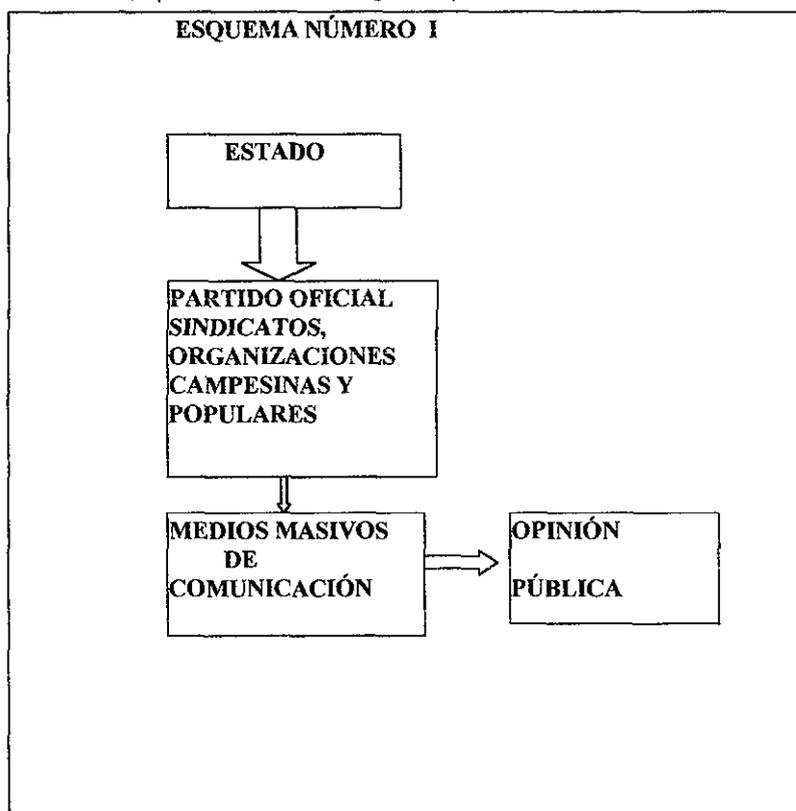
En la sociedad anterior, la opinión pública, entendida como el ámbito en donde los distintos grupos contienden a partir de posiciones distintas acerca de temas y problemas que le son comunes, tales discusiones se daban mediante flujos de información procedentes del Estado, principalmente canalizados vía los medios masivos de comunicación y a través de los distintos líderes de opinión.

Sin embargo, al hacerse el mundo más pequeño, fruto de la globalización, los gobiernos locales no tuvieron ya posibilidad de gobernar, de dirigir a las masas, de controlar el futuro del país y, mediante la represión, impedir que las voces discordantes se hicieran presentes. Ante ello fue necesario cambiar el modelo, de forma tal que el Estado no pudiera ser controlado, dirigido y articulado por una sola élite política, teniendo ésta que aceptar la participación de otros grupos. Por otra parte, la sociedad antes estaba constituida por grandes masas campesinas y grupos de obreros que debían su trabajo, seguro social, escuelas y demás beneficios al gobierno, el cual únicamente les exigía su obediencia y su voto, así como por las clases medias más inquietas y con posibilidades de cooptación mediante el empleo en el aparato gubernamental, las becas y los empleos en las universidades. Sin embargo, las crisis sucesivas, el propio crecimiento desmedido de las ciudades, el empobrecimiento en el campo, la incapacidad de que los sectores medios continuaran disfrutando del acceso ilimitado a los recursos del Estado y, principalmente, la disminución absoluta y relativa de la clase obrera y su sujeción a los mandos sindicales, hizo que perdiera viabilidad el modelo en que la opinión pública y la opinión del Estado era una y, por lo tanto, las élites políticas ya no podían representar a la totalidad de la sociedad y debieron que abrir la representación política a otros grupos, así como permitir su manifestación en los medios masivos de comunicación, a fin de buscar mecanismos de acceso a estos grupos para posicionarse frente a ellos y lograr una nueva legitimidad.

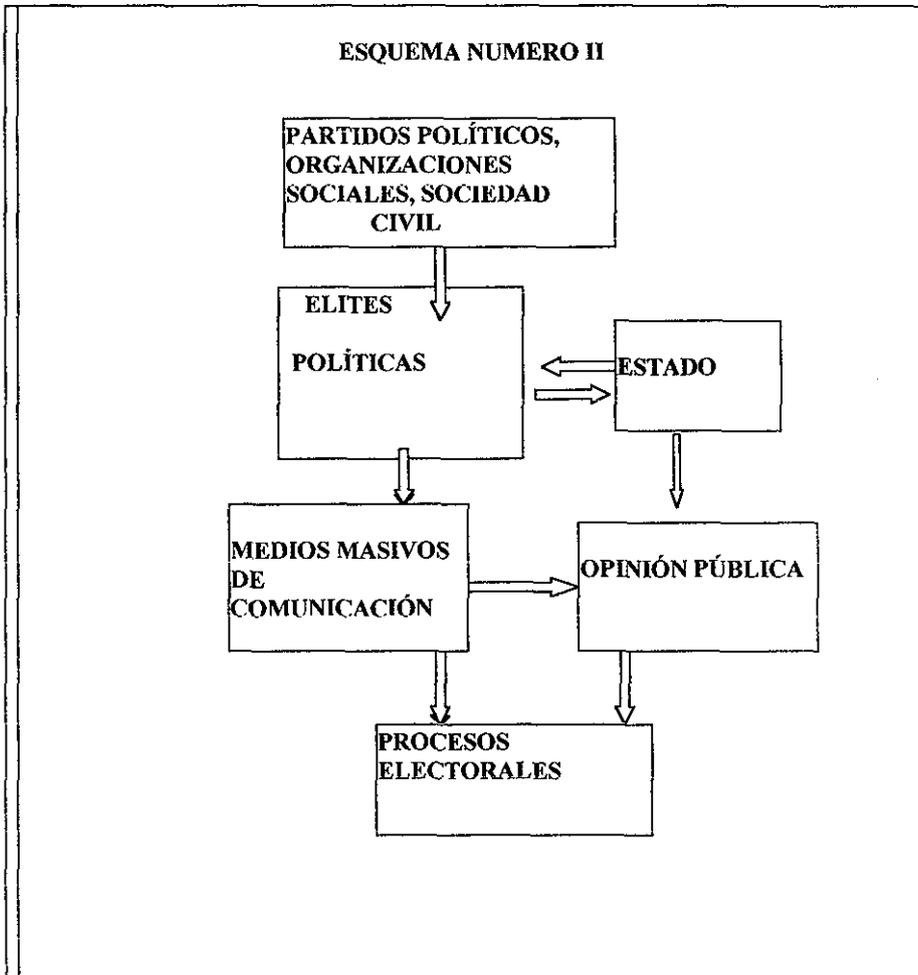
Cuando este modelo de una opinión pública controlada, dócil y dirigida se abrió, incorporó a distintos partidos políticos, grupos empresariales e intelectuales,

y posibilitó a todos ellos la disputa por el poder político desde distintas perspectivas y el acceso a los medios masivos de comunicación, los cuales se dirigen a grandes grupos que ya no se enfrentan a problemas, temas y controversias como clases sociales, sino como públicos. De esta manera, la opinión pública pasó a ser la gran arena donde la disputa por el control del Estado ha librado, a partir de la disputa por el favor de los públicos, mediante los medios masivos de comunicación.

Uno de los medios para comprobar los intereses y atenciones de los grandes públicos son los sondeos y las encuestas de opinión, mediante los cuales se determina quién y quiénes tienen acceso y pueden ejercer su influencia, no sólo en la época electoral, sino todo el tiempo frente a las grandes masas que pasaron de ser clases y grupos separados a grupos articulados, a través de los medios masivos de comunicación bajo la forma de **públicos**; es decir, grupos que no se articulan a partir de su relación con los medios de producción, sino a partir de intereses, opiniones temáticas, gustos y deseos.



En el esquema I se plantean los elementos que habían sostenido las relaciones del Estado con la opinión pública, principalmente su capacidad de dirección y control del partido oficial y de las organizaciones corporativizadas, sindicatos, grupos campesinos, organizaciones populares y el control de los medios masivos de comunicación, lo que permitió al Estado el control de las demandas sociales, y dirigir y organizar la oferta.



Como también se aprecia en el esquema II, la opinión pública y su espacio son el medio fundamental a través del cual los diferentes públicos, las propias élites políticas y sociales, así como el Estado, plantean, discuten y, en ocasiones, mediante los medios masivos de comunicación, hacen posible que los temas se inserten en la agenda del Estado. Si bien ningún grupo político, miembro de la sociedad y de los grupos de presión puede impedir que un tema o problema sea discutido, los medios masivos de comunicación son utilizados como uno de los canales más expeditos para que los problemas sean ventilados y colocados en la agenda pública. Sin embargo, uno de los mecanismos que permiten conocer los temas y determinar la magnitud, principalmente de los públicos que se encuentran articulados a ellos, son las *encuestas de opinión*. Como se planteó en este trabajo, las encuestas tiene múltiples y variadas funciones como:

- a) disminuir la incertidumbre en los procesos electorales al señalar a un posible y probable ganador de la contienda electoral;
- b) establecer cuáles públicos (segmentos sociales) son favorables a una posición política (partidos, candidatos), así como los que se encuentran alineados con los diferentes temas y problemas, y los que están a favor o en contra de las distintas soluciones por parte de los partidos y sus respectivos candidatos a las controversias discutidas en la opinión pública;
- c) informar a sus lectores, escuchas y televidentes, mediante la publicación o divulgación periódica de resultados de las encuestas y sondeos de opinión, de la situación en que se encuentra la contienda electoral; de la misma manera, los partidos y candidatos intentan por medio de la publicación de los resultados informar y formar opinión. Sin embargo, por otro lado, estos mismos medios, así como los partidos políticos, buscan influir en las decisiones de los electores señalando a partir de su prestigio, credibilidad e influencia, quiénes van al frente, quiénes se han ido rezagando y señalar la mejor opción para el electorado.

Nuestro objeto en este trabajo fue demostrar cómo a partir de los procesos de modernización y de transición a la democracia, los países de América Latina, en el caso concreto de Brasil y México, transitaron del autoritarismo a una democracia representativa.

Al reestablecerse la democracia no fue posible regresar al antiguo modelo de la democracia populista y autoritaria por el tipo de sociedad que se estaba produciendo: mayor urbanización y mayores niveles de educación, ingreso e independencia frente a los antiguos liderazgos de tipo corporativo y caciquil, que sólo podían imperar en la sociedad rural, al tiempo que una parte importante de las antiguas élites había perdido su poder e influencia. De ahí surgió la necesidad de generar nuevos liderazgos, los cuales mostraban su influencia mediante los medios masivos de comunicación. De tal suerte que en los países latinoamericanos, la opinión pública surgió ligada, formada e influida por los medios masivos de

comunicación como manera para informar, formar e influir a los grupos sociales, a los cuales hemos nombrado públicos.

Hasta las elecciones presidenciales de 1994, tanto en Brasil como en México, los medios cumplieron funciones de control, principalmente en México, ya que aún no había posibilidad de una derrota del partido oficial. Como se mostró en el análisis, las opciones de izquierda y derecha no aparecían como alternativas reales, al tiempo que las encuestas confirmaban al candidato y al partido oficial como primera opción política, legitimando la competencia y dando credibilidad al proceso, al mostrar que, pese a la mayor competencia y a la presencia de más partidos, el PRI continuaba en la delantera.

En el caso de Brasil, como se dijo, los años de la dictadura no sólo destruyeron partidos políticos, sino que las mismas élites políticas quedaron desarticuladas, aunque sin desaparecer. Empero, no era lo mismo elegir a un intelectual moderado de centro izquierda, como Cardoso, que a un ex obrero de la industria metalúrgica, como Lula. Pese a que ninguno de ellos representaba propiamente al *establishment*, había riesgos diferentes en elegir a uno o al otro. Por lo tanto, el caso brasileño muestra una de las características del proceso de la transición política; es decir, para que los grupos económicos más importantes continuaran manteniendo su respectiva fuerza e influencia frente al poder político era necesario arriesgar y apoyar a uno de los proyectos políticos, un centro izquierda moderado o una izquierda que algunas veces podía asumir la modalidad radical y que, por lo tanto, se volvía poco confiable para los poderes económicos, que no siempre se conformaban con el tono del discurso un tanto beligerante, retador y peligroso del Partido del Trabajo, lo cual hubiera llevado a los grupos más poderosos de Brasil a apoyar la candidatura, a la postre victoriosa, de Fernando Henrique Cardoso, quien, con el argumento de haber logrado salvar a Brasil de la inflación y derrotar a la izquierda radical, cuando Lula se encontraba en la delantera, representaba para importantes públicos de la clase media un problema, más que una solución.

Ante esta situación, las encuestas de opinión mostraron cómo a partir de la entrada en vigor del programa de control de la inflación, la intención de voto por Cardoso subió como espuma y fue desplazando a Lula entre las clases medias y los grupos urbanos y suburbanos que temían a un presidente más radical, como Lula, que podría poner en peligro las magras conquistas de estos grupos sociales.

En el caso mexicano, si bien existía un partido oficial que se había mantenido en el poder durante casi la totalidad del siglo XX, la población temía tomar una elección que implicaba la posibilidad de arriesgar una estabilidad que se había logrado en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari. Por otra parte, a pesar de las muestras de que la situación no estaba del todo bien, la aparición de la guerrilla del EZLN y la muerte del Luis Donaldo Colosio plantearon nubarrones a la aparente tranquilidad, prosperidad y crecimiento económico con que el gobierno de Salinas cerraba su administración. Salinas, muy afecto a la promoción personal y al *marketing* político, había montado un esquema de apoyo, como ningún otro presidente mexicano, que implicaba la publicación de resultados de encuestas en donde se mostraba su impresionante nivel de popularidad. Sin embargo, con los sucesos antes descritos, fue disminuyendo el apoyo a Salinas y comenzó a

desbancarse la impresionante popularidad y simpatía hacia su gobierno, lo cual permitió que se afanzara la candidatura de Ernesto Zedillo.

De acuerdo con Fernando Solís, una de las principales estrategias de dicho partido, la campaña de Zedillo se basó en las siguientes consideraciones:

(...) las encuestas, junto con el análisis interdisciplinario de la realidad, los grupos de enfoque y el conocimiento adquirido durante las giras de trabajo se convirtieron en un elemento básico para la concepción estratégica y táctica de la campaña:

Permitieron diagnosticar percepciones, expectativas y actitudes del electorado. Algunas de las principales características del entorno eran las siguientes: percepción de que México necesitaba de un líder fuerte que diera confianza; preocupación por la estabilidad política y la tranquilidad social; sentimiento de desunión e inseguridad; cuestionamiento de la situación social como consecuencia del conflicto de Chiapas; rechazo categórico a la violencia; exigencia de mejoría económica; demanda de que los logros macroeconómicos se convirtieran en mejor calidad de vida para las personas; sensación de crisis económica y demanda de más empleo y mejores ingresos, y alto grado de aceptación del presidente Salinas y de sus políticas.

Estas características se mantuvieron básicamente estables durante todo el proceso electoral.

Identificaron la estructura de valores de nuestra sociedad: la unidad nacional, la paz social y la estabilidad política, el cambio sin rupturas, la familia y el bienestar económico.

Permitieron segmentar al electorado de conformidad con sus características demográficas y valores políticos, con el propósito de establecer contacto con ellos de manera diferenciada a través de instrumentos de comunicación política; asimismo arrojaron importante información sociodemográfica de los potenciales votantes priistas, distinguiéndolos según su perfil psicográfico, localización geográfica, ocupación, sexo, edad, nivel socioeconómico y grado de apoyo al Partido (voto tradicional o blando).

Identificaron qué aspectos agradaban y cuáles desagradaban a la ciudadanía de los distintos candidatos y partidos participantes en la contienda electoral.

Hicieron posible la definición, primero, y la medición del impacto, después, del lema de campaña "Bienestar para tu familia". El lema transmitió el compromiso del candidato Ernesto Zedillo de elevar el nivel de vida de la población, y remitió a uno de los valores fundamentales de nuestra sociedad, la familia, por lo que logró gran aceptación entre la ciudadanía, y se constituyó en uno de los principales promotores del voto del PRI (Solís, F., 1994: 191-192).

Esta kilométrica cita da cuenta de uno de los aspectos fundamentales en el uso de las encuestas de opinión en el ámbito político electoral, ya que no sólo sirvió a la campaña del PRI para definir la intención de voto, sino que la propia estrategia, la definición de los temas y problemas que eran de interés para la

ciudadanía, fueron conocidos mediante los sondeos. De la misma manera también se determinaron las características y el perfil del presidente ideal, como "honestidad", "firmeza", "inteligencia", "conocimiento de los problemas del país", y "planes para el futuro" (*op. cit.*, 176).

De esta manera, aunque no establecimos en el presente trabajo el grado de influencia de las encuestas y de los sondeos de opinión en la intención de voto de los electores, se demostró que las encuestas son un instrumento de la propia campaña política y un apoyo fundamental al *marketing* electoral, ya que, como se señaló, sustentan eficazmente la definición de las necesidades, deseos de la sociedad y permiten medir las transformaciones en las expectativas de los electores y las posibles estrategias que las campañas establecerán en el transcurso de la contienda electoral, tal como sucedió en el caso de Brasil y en el de México.

Bibliografía

- Ai C. R., *La política en México*, Siglo XXI editores, México, 1995.
- Aguilar, C.H., "Compuerta" en: Cuadernos de Nexos, Revista Nexos, núm., 201, septiembre de 1994.
- Aguilar L.F., "Una reconstrucción del concepto de opinión pública", *Revista Mexicana de Sociología*, núm., 130, octubre-diciembre de 1987, México.
- Almond G., y Verba S., *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*, Princeton, 1963.
- Banamex-Accival, *México Social*, División de Estudios Económicos, Banamex, México, 1998.
- Basáñez M., *El pulso de los sexenios*, Siglo XXI, México, 1990.
"Encuestas y resultados de la elección de 1994", *Revista Este País*, núm. 43, octubre de 1994, México.
- Barbie E., *Métodos de investigación por encuesta*, Secretaria de Salud, FCE, México, s/f.
- Brasil Lima O., "As recentes eleições brasileiras: tendencias e dilemas de interpretação", en: *Sistema partidario e alternativas da oposição*, Rio de Janeiro, IUPERJ, Cardenos de Conjuntura núm. 27, 1993.
- Becerra R., Salazar P., Woldenberg J., *La mecánica del cambio en México: elecciones, partidos y reformas*, ediciones Cal y Arena, México, 2000.
- Bell D., *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza editorial, Madrid, 1982.
El advenimiento de la sociedad post-industrial, Alianza editorial, Madrid, 1986.
- Berman M., *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*, Siglo XXI, Madrid, 1988.
- Bobbio N., *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1986.
- Cámara F., "Encuestas, procesos electorales y campañas políticas", en: Argüelles A., y Villa M., *México: el voto por la democracia*, Miguel Angel Porrúa, México, 1994.

- Cavalari N.M., Olsen O., Straubhaar J., "O uso de pesquisas eleitorais em decisões de voto: As eleições brasileiras de 1989" *Opinião Pública*, año 1, vol. 1, núm. 2, Campinas, 1993.
- Campbell A., Converse P., Miller W.E., Stokes D.E., *The American Voter*, John Wiley and Sons, Nueva York, 1964.
- Campuzano I., "Una novedad: las encuestas preelectorales", en: González G. J., *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, IMEP-Diana, México, 1989.
- Carone E., *O sistema político y de partidos no Brasil*, Zahar editora, Río de Janeiro, 1969.
- CEPAL, *Informe económico para América Latina*, Santiago de Chile, 1994.
- Córdoba A., "Elecciones: una evaluación", en: Cuaderno de Nexos, *Revista Nexos*, núm. 201, México, septiembre de 1994.
- Dahl R., *La poliarquía: participación y oposición*, Rei, México, 1993.
- Davies N., *El Imperio Azteca*, Alianza editorial, México, 1992.
- Davidson P., en: *Encyclopoedia Británica*, tomo ocho, Londres 1988.
- De Fleur M., *Teorías de la comunicación masiva*, Paidós, Buenos Aires, 1970.
- De la Peña R., "Del impacto político de los sondeos de opinión", *Revista El Cotidiano*, núm., 25, UAM-Azcapotzalco, septiembre-octubre de 1988.
- De La Peña R., "Las encuestas electorales", *Revista El Cotidiano*, núm., 65, UAM-Azcapotzalco, noviembre de 1994.
- Domínguez J., McCaan J., *Democratizing México: public opinion and electoral choices*, The John Hopkins University Press, Baltimore, 1989.
- Donghi T., *Historia contemporánea de América Latina*, Alianza Editorial, 1975.
- Durkheim E., *Las formas elementales de la vida religiosa*, editorial Schapire, Buenos Aires, 1968.
- Duverger M., *Instituciones políticas y derecho constitucional*, editorial Ariel, Barcelona, 1992.
- Franco G., "El Plan Cruzado: diagnóstico, ejecución y perspectivas", *Estudios Económicos*, número extraordinario, octubre de 1987, El Colegio de México, México.

- Fernández F., *A revolução Burguesa no Brasil*, editorial PS, São Paulo, 1972.
- Freyre G., *Casa Grande e Senzala*, editora Nacional, São Paulo, 1955.
- Gallup G., *The Sophisticated Poll Watchers Guide*, Princeton Opinion Pres, Princeton, 1976.
- García C.H., *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1995.
- Germani G., *Sociología de la modernización*, Paidós, Buenos Aires, 1976.
- González G. J., *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, IMEP-Diana, México, 1989.
- Hansen R., *La política del desarrollo mexicano, Siglo XXI editores*, México, 1984.
- Habermas J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1986. *Teoría de la acción comunicativa*, editorial Taurus, Madrid, 1987.
- Herreros M., *Teoría y técnica de la propaganda electoral*, Escuela Superior de Relaciones Públicas, Barcelona, 1989.
- Hume D., *Essays, Moral, Political and Literature*, Oxford University Press, London, 1963.
- Huntington S., *La tercera ola*, Paidós, Buenos Aires, 1994.
- Ianni O. *El populismo en América Latina, Siglo XXI*, México, 1968.
- Instituto Federal Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, IFE, México, 1994, 1996.
- Jaguaribe H.(comp.), *La sociedad el Estado y los partidos en la actualidad brasileña I*, FCE; México, 1992.
- Kant E., *Filosofía de la historia*, FCE, México, 1985.
- Key V.O., *Partido, política y grupos de presión*, Instituto de Estudios Políticos, Madrid.
- Kuschick M., "Las elecciones municipales en Brasil", en: *Estudios Sociológicos*, Colegio de México, vol. XVI, núm., 47, mayo-agosto de 1998.

"Marketing político y electoral", en *Revista Gestión y Estrategia*, Departamento de Administración UAM-Azcapotzalco, núms. 11 y 12 enero-diciembre de 1997.

"El Marketing Político", *Zona Abierta de El Financiero*, lunes 4 de abril de 1994.

Lamonier B., *Partidos e Utopías*, editorial Loyola, São Paulo, 1984.

Lazarsfeld P., Berelson B. y Gaudet H., *El pueblo elige*, Paidós, Buenos Aires, 1960.

Locke J., *An essay concerning human understanding*, Oxford, 1961.

Lustig N., *Mexico: The remaking of an economy*, The Brookings Institutions, Washington, 1992.

Luhman N., *Poder*, Universidad Iberoamericana/Anthropos, México, 1995.

Luhman N., De Georgio R., *Teoría de la Sociedad*, Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana, Guadalajara, 1993.

Mainwaring S., "Democracia presidencialista multipartidaria", *Revista Lua Nova*, núm., 28/29, São Paulo, 1993.

Marx K., *El Capital: Crítica de la economía política*, Siglo XXI editores, 3 volúmenes, México, 1973.

McCarthy T., *La teoría crítica de Jurgen Habermas*, editorial Tecnos, Madrid, 1987.

McGuire W., "Theoretical foundation of campaigns", en: Rice R., and Paisley W., (ed.) *Public communications Campaigns* Sage Publications, Berkley Hills, 1982.

Merino M., "Cantando bajo la lluvia", *Revista Voz y Voto* núm., 19, septiembre de de 1994.

Meyer L., "La Revolución Mexicana y sus elecciones presidenciales", en: González C. P., *Las elecciones en México*, Siglo XXI, editores, México, 1982.

Molinar J., *El tiempo de la legitimidad: elecciones, autoritarismo y democracia en México*, editorial, Cal y Arena, México, 1991.

Moisés J.A., "Democratização e cultura política de masas no Brasil" en *Revista Lua Nova*, núm. 26, São Paulo, 1992.

"Eleições, participação e cultura política", en: *Lua Nova*, no. 22, diciembre de 1990, São Paulo.

Monzón C., *La opinión pública: teorías conceptos y métodos*, editorial Tecnos, Madrid 1990.

Moore D., *The Superpollsters: How they measure and manipulate public opinion in America*, Four Walls Eight Windows, New York, 1997.

Noelle-Neumann E., *La espiral del silencio, Opinión Pública: nuestra piel social*, editorial Paidós, 1995, Barcelona.

Nohlen D., *Sistema electorales y partidos políticos*, FCE, México, 1994.

O'Donnel G., Schmitter P., *Transitions from Authoritarian Rule: Tentative conclusions about uncertain democracies*, John Hopkins University Press, Baltimore, 1986.

Pacheco G., "Los resultados electorales de 1994", en: Pascual M. P., *Las elecciones de 1994*, editorial Cal y Arena, México, 1994.

Paoli B. J.F., "Legislación electoral y proceso político, 1917-1982", en: González C. P., (coord.) *Las elecciones en México: evolución y perspectivas*, Siglo XXI editores, México, 1982.

Paz O., *Corriente alterna*, Siglo XX editores, México, 1967.

Pérez Fernández C. G., (comp.), *Elecciones a debate 1994: testimonio y juicios de los observadores, los resultados finales*, editorial Diana, México, 1994.

Phillips W., "Opinión pública", *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, Editorial Aguilar, Madrid, 1988.

Popkin S., *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, The University of Chicago Press, Chigaco, 1980.

Price, V., *Opinión Pública*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992.

Przeworski A., *Democracia y mercado: Reformas políticas y económicas en la Europa del Este y América Latina*, Cambridge University Press, Cambridge, 1995.

Reynolds H.T., *Politics and the Common Man*, The Dorsey Press, Homewood, 1974.

- Ritzer G., *Teoría Sociológica Contemporánea*, Mc Graw Hill,
- Ross, R., *Persuasión. Comunicación y relaciones interpersonales*, Trillas, México, 1978.
- Sabag A., *El mexicano opina*, Laboratorio de Opinión Pública, México, 1994.
- Sallum B., Graeff E., Gomes L.E., "Eleições presidenciais e crise do sistema partidário", *Revista Lua Nova*, núm. 29, mayo de 1990, São Paulo.
- Sánchez A., (comp.), *Elecciones a debate: las actas electorales perdidas*, editorial Diana, México, 1994.
- Sartori G., *Partidos y sistemas de Partidos*, Alianza editorial, Madrid, 1987.
Teoría de la democracia 1. El debate contemporáneo, Alianza editorial, México, 1989.
Elementos de teoría política, editorial Taurus, Madrid, 1994.
- Schumpeter J. A., *Capitalismo, socialismo y democracia*, 2 volúmenes, ediciones Orbis, Barcelona, 1983.
- Sodré, W. N., *Introdução à Revolução Brasileira*, editorial Civilização Brasileira, São Paulo, 1984.
- Solís C. F., "Encuestas, procesos electorales y campañas políticas", en: Argüelles A., Villa M., *México: el voto por la democracia*, Miguel Angel Porrúa, México, 1994.
- Souza A., "El sistema de Partidos Políticos" en: Jaguaribe H., *La sociedad, el Estado y los partidos en la actualidad brasileña*, FCE, México, 1992.
- Smith A., *La Riqueza de las Naciones*, FCE, México, 1972.
- Stuart Mill, J. *On Liberty*, Oxford, 1987.
- Touraine A., *América Latina: Política y Sociedad*, Espasa Calpe, Madrid, 1989.
- Traugott M.W., Lavrakas P., *Encuestas: guía para electores*, Siglo XXI editores, México, 1997.
- Trejo D. R., "Analistas y tremendistas: el semi-fraude electoral" en: *Revista Este País*, núm. 44, noviembre de 1994.
- Zermeño S., *México: la Revolución Inconclusa*, Siglo XXI editores, México, 1992.

Weber M., *Economía y Sociedad: esbozo de sociología comprensiva*, FCE, México, 1983.

Worcester R., "Reflexiones sobre la opinión y las políticas públicas" en: *Revista Este País*, núm. 39, México, junio de 1994.