

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA*

*Stephen Morris**
César Morones Servín*

Sobre las elecciones locales para presidentes municipales y diputados, realizadas en Jalisco el 9 de febrero de 1992, el Instituto de Estudios Económicos y Regionales (INESER), a través de su Centro de Estudios de Opinión, levantó dos encuestas en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

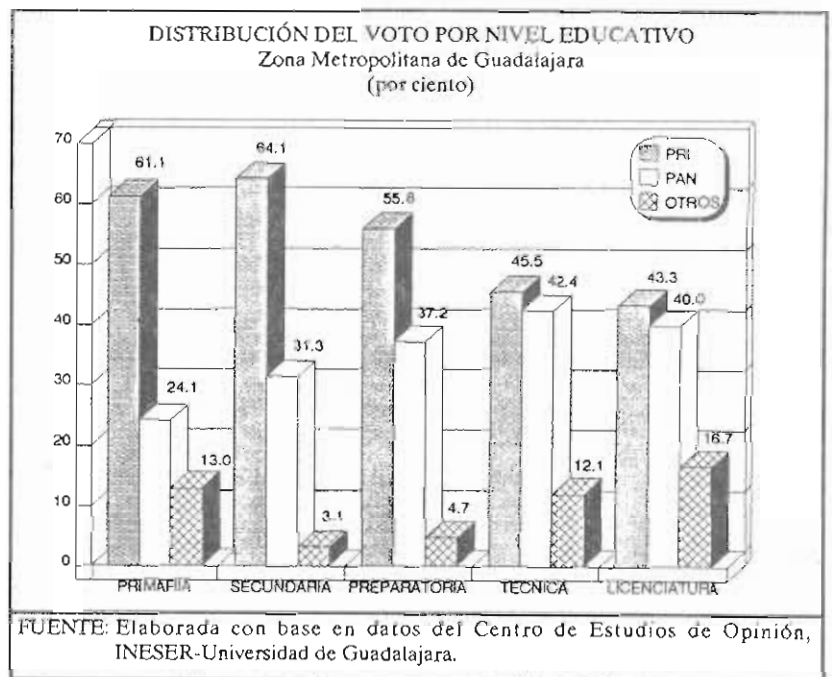
Primeramente, se aplicó una encuesta pre-electoral los días 14, 15 y 16 de enero; esto es, tres semanas antes de las elecciones. La muestra estuvo formada por 502 individuos, a quienes se les hicieron preguntas sobre cinco temas: la intención de votar, la distribución de preferencias entre los partidos, las razones de votar por el PRI, el voto en comparación al sufragio de agosto de 1991, y evaluaciones sobre el gobierno y el proceso electoral.

La segunda encuesta, de tipo post-electoral, se levantó los días 12 y 13 de febrero, tres días después de los comicios. También en este caso la muestra estuvo constituida por 502 personas, y permitió medir el abstencionismo, la distribución del voto, las razones y la manera de decidir el voto, así como la campaña política.

El análisis de los resultados de estas encuestas que se presenta a continuación, permite observar algunas características del sufragio, así como las tendencias políticas y la naturaleza de esa jornada electoral. Y no obstante que las encuestas se aplicaron exclusivamente en la ZMG, sus resultados ofrecen indicadores que permiten evaluar la recuperación electoral que ha experimentado el PRI a nivel nacional en los últimos años.

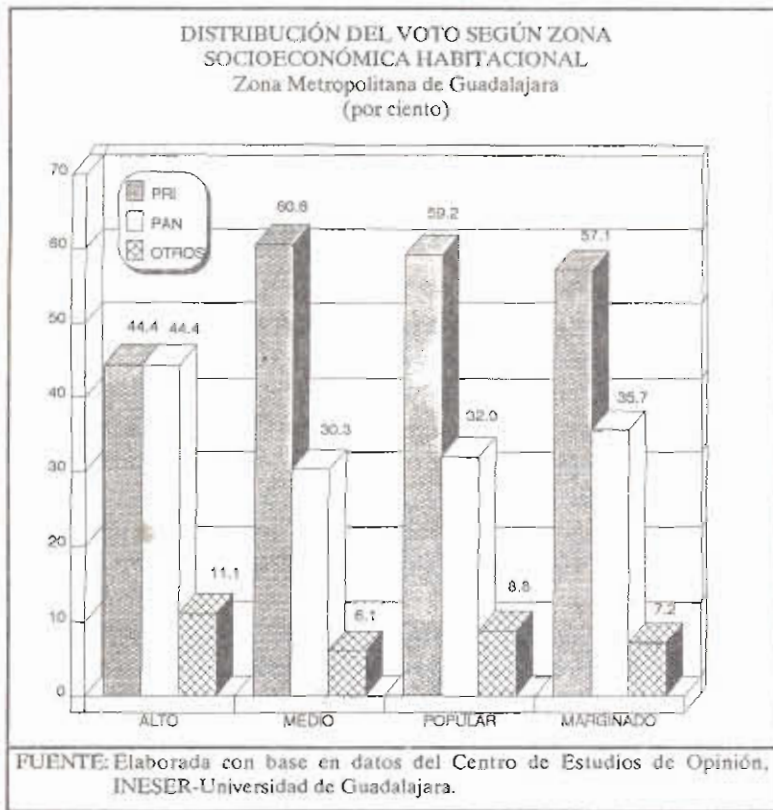
Las preferencias electorales detectadas en el sondeo pre-electoral y la distribución del voto efectivo que arrojó la encuesta post-electoral, permiten apreciar semejanza entre ambos resultados. Asimismo, los datos del muestreo post-electoral son similares a los resultados oficiales, excepto en lo que corresponde a los votos por el PRD. La encuesta encontró que la votación por este partido político fue menor mientras que el voto por el PRI y el PAN fue mayor.

Lo anterior se puede explicar, en parte, por el hecho de que mucha gente que definió su voto en el último momento decidió votar por el PAN o por el PRI. Esta población corresponde, principalmente, a la que contestó "no sabe" en la encuesta pre-electoral.



* Este artículo presenta un avance del proyecto de investigación sobre alfabetización y cultura política del Occidente que llevan a cabo los autores y el Dr. Jesús Arroyo Alejandro.

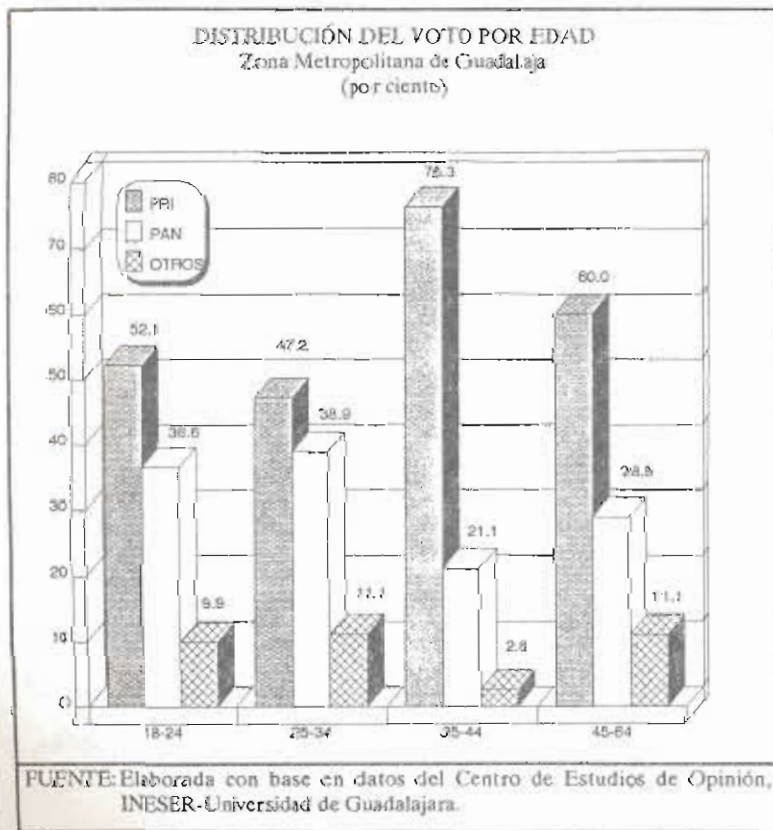
** Profesor-Visitante Fulbright en el Instituto de Estudios Económicos y Regionales de la Universidad de Guadalajara.



Las preferencias electorales en relación con las características de los individuos entrevistados permiten apreciar los siguientes patrones:

- 1) La gente de niveles de educación de primaria y secundaria tendieron a votar más por el PRI que aquellos que tienen educación superior. Como lo han detectado encuestas anteriores, mientras más alto sea el nivel de estudios, existe mayor probabilidad de voto en favor del PRD y, hasta cierto punto, del PAN.

- 2) En cuanto a clase social, determinada aquí por el tipo de zona habitacional donde reside el entrevistado, se pudo notar un patrón similar. El PRI contaba con más apoyo entre los sectores medio y popular y menos en el nivel alto, y el PAN recibió su más alto nivel de votación dentro del sector social elevado, 3) Con respecto a la edad, los resultados de la encuesta indican que la población de 35 a 64 años tendió a votar más por el PRI que la gente más joven, mientras que el PAN atrajo más votos dentro de las edades menores.



Además de identificar la influencia que los aspectos antes citados tuvieron en la determinación del voto, la encuesta post-electoral inquirió específicamente sobre las razones de votar por el PRI o por la oposición. Las principales razones que los entrevistados tuvieron para votar por el PRI fueron 1) estar "convencidos por la campaña" y 2) por presentar "candidatos idóneos". Por otra parte, la razón que más se mencionó para justificar los votos por la oposición era "para votar contra el PRI".

En relación con la decisión de no votar (abstencionismo), la encuesta pre-electoral encontró que 9.7 por ciento de los entrevistados no pensaba votar, mientras 10.5 por ciento no sabía si votaría. No obstante, en la encuesta post-electoral se logró detectar que 32.1 por ciento efectivamente no votaron; la razón principal para no votar fue la falta de credencial de elector. Sobre este aspecto, la encuesta pre-electoral ya había descubierto que 13.5 por ciento de las personas en muestra no contaba con dicha credencial. La misma encuesta también mostró que el grupo de personas sin cre-

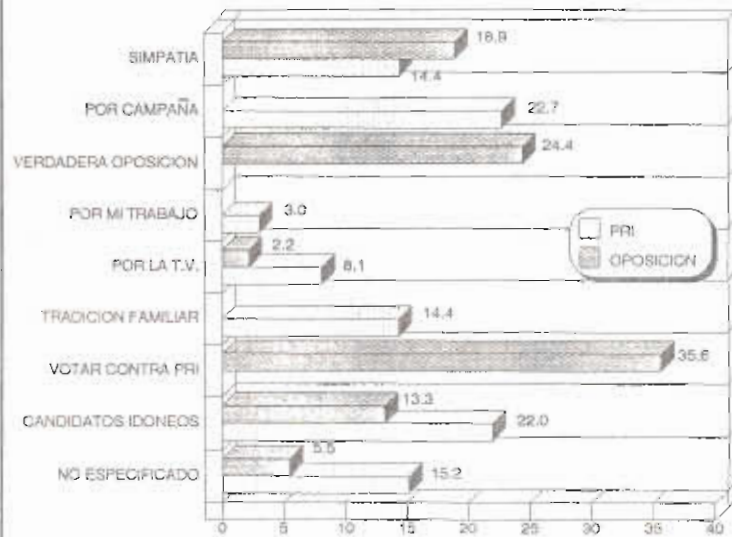
dencial tenía una preferencia ligera para votar por la oposición.

Al explorar más a fondo la decisión individual de votar o abstenerse, no se logró detectar ninguna correlación directa entre el voto y la situación socioeconómica o el nivel educativo; puesto que no existe relación entre el voto y la zona habitacional o la educación. No obstante, es posible observar una correlación entre el abstencionismo y las opiniones de que la competencia en la campaña electoral era injusta. Esto es, la gente que consideraba que la campaña electoral era justa, votó más; mientras que 42 por ciento de la gente que no votó, expresó la opinión de que el PRI recurría al apoyo del gobierno para su campaña.

Sobre la evaluación que los entrevistados hacían del gobierno y la situación económica del país, los resultados de ambas encuestas revelan, en general, poca confianza en el proceso electoral y una opinión no muy positiva sobre la administración municipal que se encontraba en funciones en ese momento. En la encuesta pre-electoral una mayoría, 52.5 por ciento, expresó no tener confianza en la transparencia de las elecciones, mientras que sólo 30.3 por ciento opinaron que el presidente municipal había cumplido con lo prometido en su campaña electoral.

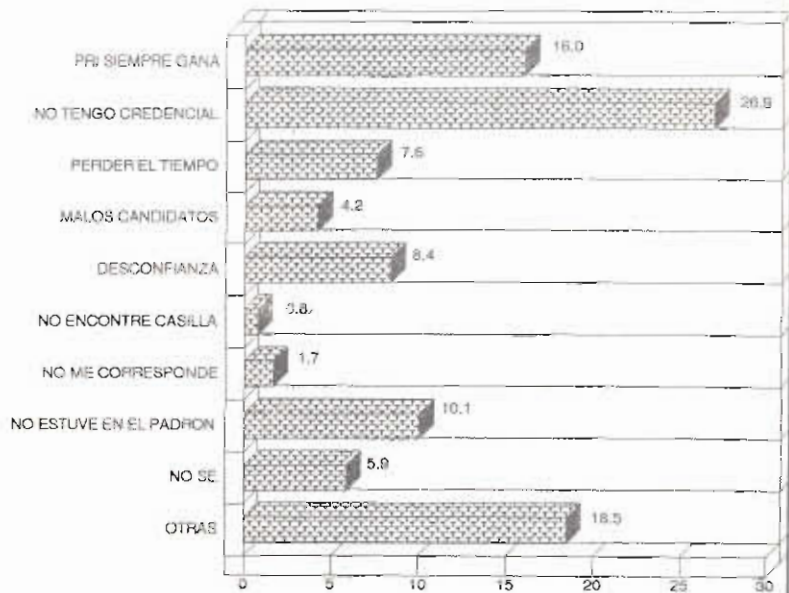
Por otra parte, las evaluaciones de la situación económica familiar de los entrevistados en relación con el voto, realizadas en la encuesta post-electoral, ofrecen diversos resultados. Por un lado, la distribución del voto, según la opinión que se tiene sobre la situación económica familiar en los últimos tres años muestra una relación positiva entre el voto por el PRI y un cambio en dicha situación (ya sea mejorada o empeorada). Sin embargo, al analizar el voto según la opinión sobre la situación económica familiar que se tendrá en los próximos tres años, se advirtió mayor votación por el PRI de personas que esperan un empeoramiento de su situación familiar, y una tendencia de votos

¿PORQUÉ VOTO POR EL PRI O POR LA OPOSICIÓN?
Zona Metropolitana de Guadalajara
(por ciento)



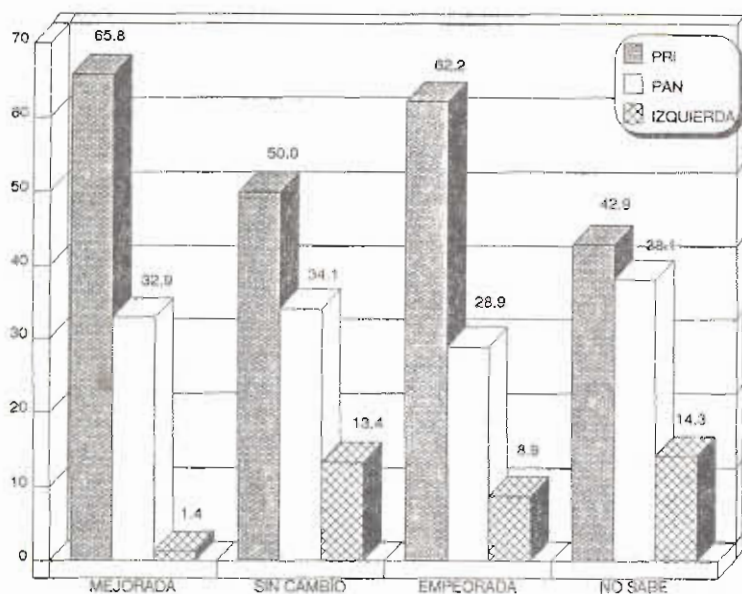
FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.

¿PORQUÉ NO VOTO?
Zona Metropolitana de Guadalajara
(por ciento)



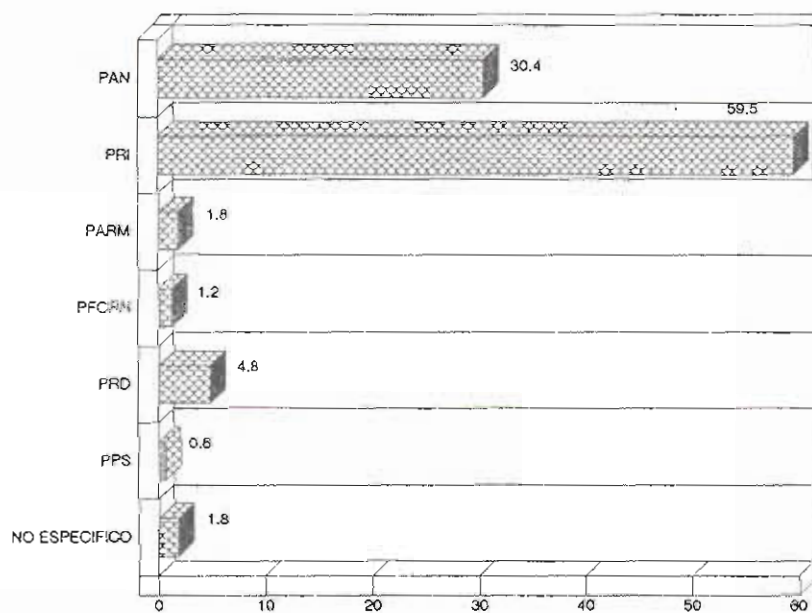
FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.

DISTRIBUCIÓN DEL VOTO SEGÚN OPINIÓN DE SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS
Zona Metropolitana de Guadalajara
(por ciento)



FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.

DISTRIBUCIÓN DEL VOTO
Guadalajara
(por ciento)



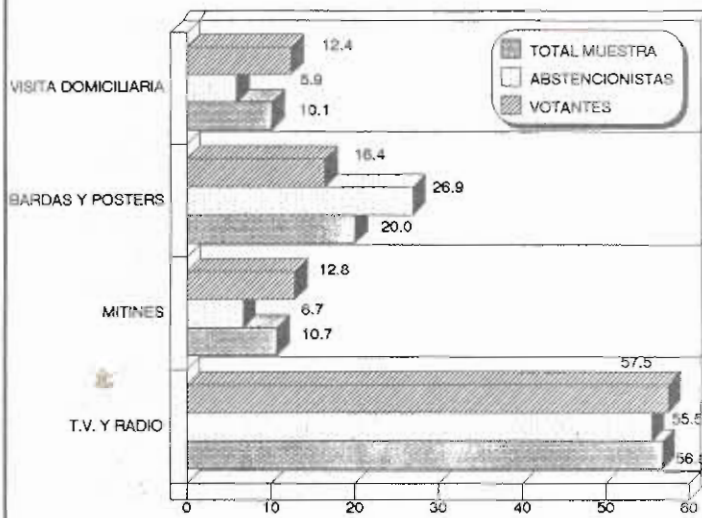
FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.

por el PAN entre quienes ven en el futuro un mejoramiento a su situación económica familiar.

Otro aspecto novedoso que se incluyó en estas encuestas fue la comparación con el voto de agosto de 1991. Respecto del porcentaje de electores en 1992 que dieron su voto al mismo partido que en 1991, se puede apreciar que el PAN tuvo el más alto nivel de estabilidad, ya que contó con el apoyo de 87.3 por ciento de sus votantes del año pasado; en cambio el PRI obtuvo indicadores de estabilidad de 76.6 por ciento y el PRD de 65.2 por ciento. Asimismo, se puede observar que el nuevo voto en favor del PRD provino de un grupo que anteriormente votó por el PRI; mientras el voto nuevo del PAN se atrajo de la categoría de otro partido. Dado su porcentaje en el voto nacional de 1991, el PRI no contó con muchos votos nuevos en 1992. Este resultado coincide con la estabilidad del voto por el PAN que se ha observado a nivel nacional.

Finalmente, la encuesta post-eleitoral hizo una serie de preguntas sobre la campaña electoral. Los resultados muestran que la gente considera que la campaña consiste principalmente de anuncios en radio y televisión, así como en bardas y posters. Ello demuestra que posiblemente los aspectos "tradicionales" de la campaña, como los mítines, han reducido su importancia y que las campañas electorales de hoy son menos participativas o "de masas". La encuesta reveló que los anuncios en las bardas y los posters fue lo que llamó más la atención de la campaña del PRI. Asimismo, detectó que muy poca gente participa dentro de una campaña electoral; entre los que participaron, la manera más destacada de hacerlo fue asistiendo a mítines.

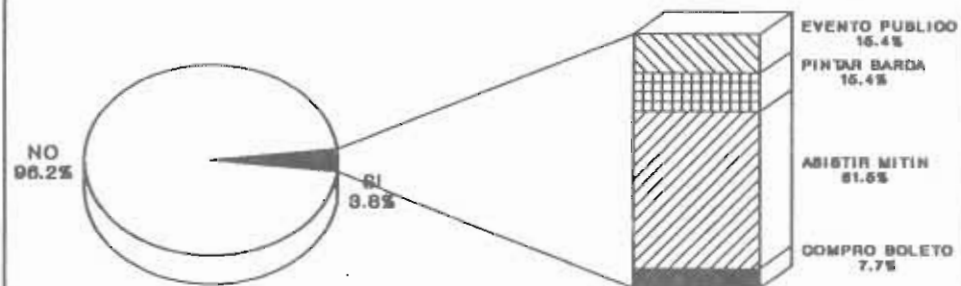
¿EN SU OPINIÓN LA CAMPAÑA ELECTORAL CONSISTIÓ EN?
Zona Metropolitana de Guadalajara
(por ciento)



FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.

Los resultados de estas dos encuestas revelan la existencia de una combinación de tendencias entre una política de corte tradicional y otra novedosa. Por un lado, el PRI atrae votos de los sectores y niveles educativos bajos a pesar de su mala situación familiar. Ello ha sido ya observado: los menos favorecidos por la política del gobierno tienden a votar por el partido del gobierno. Asimismo, el PRI también gana votos por mejorar la imagen del proceso electoral. Junto a estas tendencias, tradicionales en la política mexicana, se puede anotar también los cambios en la naturaleza de las campañas y la importancia de ellas en determinar el voto. Como en muchas elecciones "modernas", el ciudadano se hace más pasivo: no milita en ningún partido, ni participa en ninguna campaña, sino que decide su voto influido por la técnica de crear imágenes visuales por televisión o en las bardas. α

¿PARTICIPÓ EN LA CAMPAÑA DE ALGÚN PARTIDO POLÍTICO?
Zona Metropolitana de Guadalajara
(por ciento)



FUENTE: Elaborada con base en datos del Centro de Estudios de Opinión, INESER-Universidad de Guadalajara.