

## Un México cauteloso mira hacia Europa con esperanza

DANIEL LUND

Entre los países encuestados en el primer LATI-NOBAROMETRO coordinado, México se muestra como los demás países de Latinoamérica en la mayoría de sus problemas; las variaciones que se presentan parecen ser un asunto de grados solamente. Sin embargo, observando más cuidadosamente, México resalta en cuanto a la consistente apreciación moderada de sus ciudadanos.

Los mexicanos ven la situación económica de una manera más sobria que los demás, sin tomar posiciones extremistas. Pregunta tras pregunta, México se posiciona en las respuestas mesuradas. Esto se confirma a través de todos los niveles políticos y sociales del país —la visión general tiene un eco similar a cada grupo.

Esta tendencia a evitar las soluciones fáciles a problemas difíciles, de ver el mundo sin ilusiones, se refleja en la manera en que México ve a los grandes mercados y centro de poder económico: Estados Unidos, la Unión Europea, Japón.

En la pregunta: "¿Cuál es su opinión general sobre Estados Unidos, la Unión Europea y Japón?", el 49% de los mexicanos encuestados tienen una favorable o muy positiva opinión de Estados Unidos; el 47% opina así de Japón, y el 41% de la misma manera sobre Europa. El 40% de los mexicanos parece modesto al compararse con el 79% de los paraguayos respecto a Japón, o con el 69% de los peruanos acerca de Estados Unidos, o bien con el 63% de los chilenos sobre Europa.

No obstante, comparado con los otros países latinoamericanos, México tiende a sostener una opinión "regular" más alta respecto a los tres centros extranjeros principales, pregunta 47; 33% hacia Europa, 31% hacia Estados Unidos, y 30% hacia Japón. Finalmente, México tiende a sostener una "opinión negativa" muy baja de Europa (5%), y Japón (6%). La opinión negativa es un poco más alta hacia Estados Unidos (15%).

Una explicación interna de la encuesta, para las opiniones sobre Europa, es que los mexicanos reconocen que tienen poca información sobre ella. En la pregunta: "¿Ha oído usted hablar en los medios de comunicación acerca de las acciones de la Unión Europea hacia América Latina y hacia México?", sólo el 25% responde que sí, y un sonoro 60% que no.

Los porcentajes se revierten cuando la pregunta es: "¿Ha oído usted hablar en los medios de comunicación acerca de las acciones de Estados Unidos hacia América Latina y hacia México?", 65% responde que sí, y el 26% que no.

Se desvela un gran reto al interpretar las tendencias respecto a Europa. En la pregunta 42: "¿Cree usted que sabe lo suficiente de la Unión Europea y sus actividades o necesita saber más?", solamente el 2% siente que sabe lo suficiente, y el 71% la necesidad de saber más. Tal necesidad de "saber más" es especialmente fuerte entre los mexicanos jóvenes, los de clase media educados en universidades y aquellos identificados generalmente con una orientación política hacia el centro —un perfil atractivo para una audiencia potencial.

Después de la pregunta sobre la información acerca de Europa, está una de las más interesantes de la encuesta: "Independientemente de cuánta información tenga usted, ¿cuál es su impresión acerca de las acciones de la Unión Europea (o de Estados Unidos) hacia

México?", el 51% tiene una actitud positiva hacia la Unión Europea, y sólo el 3% actitud negativa. La calificación general es 48% (restando el porcentaje negativo del positivo).

Mientras tanto, 40% tiene una actitud positiva hacia Estados Unidos, y el 22% negativa. La calificación general es de 18% (restando el porcentaje negativo del positivo). La Unión Europea parece tener una posición favorable de cara a la opinión pública mexicana, pues la gente se muestra ansiosa por mayor información y, al mismo tiempo, tiene una opinión general positiva de la Unión Europea. Los altos porcentajes positivos combinados con los muy bajos porcentajes negativos, cuentan mucho para quienes leen encuestas. La pregunta sobre quién se percibe como el más proteccionista entre Europa, Estados Unidos o Japón, es otro punto interesante. Estados Unidos es uniformemente visto como el más proteccionista (Chile 49% y México 48%, por ejemplo). Tomando el promedio de todos los países que intervinieron en la encuesta, Estados Unidos recibe un 38% de calificación como proteccionista (ver Anexo F).

Por otra parte, Japón obtiene un promedio de 16% en la percepción de proteccionista, y la Unión Europea es quien más favorablemente es vista como tal, con un 13% de promedio. Nuevamente, los bajos porcentajes negativos de Europa son una condición favorable para el desarrollo de una estrategia de información a largo plazo.

LATINOBAROMETRO es un instrumento de medición de opinión pública en América Latina, que se inaugura con la presentación de esta primera medición realizada en mayo-junio de 1995, en ocho países: Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

La Corporación Latinobarómetro que realiza las mediciones de la encuesta llamada LATINOBAROMETRO tiene su sede en Santiago de Chile. Esta Corporación coordina la encuesta latinoamericana y es la única responsable de la producción e interpretación de los datos. Este programa cuenta con el patrocinio de la Unión Europea, teniendo como contraparte (europea) a la Fundación Cipie.

La Corporación Latinobarómetro está compuesta por un directorio presidido por Héctor Casanueva, por un consejo asesor internacional y por los institutos asociados en cada país, que forman parte del comité académico. La dirección ejecutiva está a cargo de Marta Lagos.

Asimismo este programa cuenta con la asistencia técnica directa de los ejecutores del Eurobarómetro, que es el instrumento de medición de opinión pública de la Unión Europea, y se viene realizando desde 1973. LATINOBAROMETRO recoge la vasta experiencia acumulada del Eurobarómetro y quiere servir como instrumento de opinión pública para los decisores públicos y privados.

El consejo asesor internacional está integrado por destacados especialistas en la materia: Ronald Cayrol, CSA, Francia.

Ronald Inglehart, Universidad de Michigan, Ann Arbor, EEUU.

Max Kaase, Wissenschaftszentrum, Berlín, Alemania. Seymour Martin Lipset, George Mason University, EEUU. Juan J. Linz, Universidad de Yale, EEUU.

Rafael López Pintor, Universidad Autónoma de Madrid, España.

Anna Melich, EUROBAROMETRO, Bélgica.

Dieter Nohlen, Universidad de Heidelberg, Alemania. Robert W. Worcester, London School of Economics, Gran Bretaña.

Los ejecutores del proyecto en América Latina tienen una larga experiencia en opinión pública y se encuentran entre las más importantes empresas e institutos en cada país:

Argentina: MORI-Argentina, María Braun.

Brasil: IDESP, Bolívar Lamounier/ CBPA-MORI.

Chile: MORI-Chile, Marta Lagos.

México: MORI de México, Miguel Basáñez.

Perú: APOYO, Alfredo Torres.

Uruguay: Ayuda Línea MORI, Agustín Canzani.

Venezuela: DOXA, Gustavo Méndez.

El estudio abarca la población de ocho países con un total de 365,696,000 habitantes, que representan el 76% del total de la población de América Latina.

En cada país se aplicaron muestras nacionales de alrededor de 1,200 casos que representan la población urbana, salvo en Paraguay, donde se muestreó solamente la capital. En total, se realizaron 9,077 entrevistas (ver Anexo Metodológico), que representan al 82% de la población urbana de América Latina.

El objetivo del LATINOBAROMETRO, al igual que el EUROBAROMETRO, es servir de instrumento para la toma de decisiones en el proceso de integración de América Latina, y en la creciente internacionalización de las relaciones culturales y sociales dentro de la región.

#### Nota técnica

Fecha del levantamiento: 19-30 de mayo de 1995. Patrocinador: Unión Europea. Responsable de la investigación: MORI de México. Método de muestreo: aleatorio por conglomerados. Tamaño de la muestra: 1,204. Confiabilidad estadística: 95%

Margen de error: total +/- 2.6%

Tipo de entrevista: personal en domicilio

Población entrevistada: 61 localidades a nivel nacional





