

**El género en las encuestas
de opinión pública: una exploración**

Alejandra Massolo

**EDAD, SEXO Y POLÍTICA.
PREFERENCIAS ELECTORALES
EN MÉXICO**

ANNA M. FERNÁNDEZ PONCELA

**Significados políticos
y participación femenina**

Beatriz Gómez Barrenechea

**PLATAFORMAS ELECTORALES
Y COMPROMISOS CON
LAS MUJERES**

MA. CANDELARIA OCHOA ÁVALOS

El género en las encuestas de opinión pública: una exploración

Alejandra Massolo

Introducción

Entre los cambios y novedades de los últimos tiempos en México, las encuestas de opinión pública sobre asuntos de la vida política y social han adquirido destacada presencia y resonancia. No obstante las resistencias, rechazos y suspicacias, la aplicación de encuestas y la difusión de sus resultados a través de los medios de comunicación, se han colocado como parte de la normalidad de una sociedad que se moderniza y transforma. Estimular, recabar y ventilar la opinión pública de la ciudadanía acerca de los procesos electorales, los partidos políticos, el gobierno, el presidente, las instituciones, las condiciones de vida, las expectativas y los acontecimientos son valores y prácticas que distinguen el funcionamiento de los regímenes democráticos modernos. La libre opinión pública de la ciudadanía, diversa y controvertida, importa y se reconoce.

No ha sido esa la tradición del sistema político y de la cultura política de México. Por el contrario, el monopolio del poder político ejercido por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante tantas décadas, el presidencialismo autoritario y paternalista, la po-

lítica de masas y el corporativismo, y la falta de elecciones competidas inhibieron la formación de públicos ciudadanos capaces de manifestar opiniones sobre intereses públicos, con independencia del gobierno y los actores políticos dominantes. La esfera de la vida pú-

¹ Aguilar Villanueva, Luis. "Rasgos de la vida pública mexicana", en *Sociológica*, núm.11, septiembre-diciembre de 1989.

blica de la sociedad fue "devorada por la esfera estatal-gubernamental", ¹ que monopolizó la voz pública y saturó los espacios de la polis.

Gracias a diversos cambios y acontecimientos durante la década de los años ochenta, las acciones y opiniones de diversos grupos y sectores de la sociedad civil han abierto y conquistado sus propios espacios de expresión e influencia en la escena pública. La incitativa de promover, realizar y difundir encuestas sobre preferencias partidarias, intenciones del voto y otros temas de actualidad, se inscribe en los nuevos espacios abiertos para las libertades democráticas de la ciudadanía. Como dice Miguel Basáñez:

A pesar de que las características del sistema político mexicano hicieron la investigación de la opinión pública innecesaria duran-

² Basáñez, Miguel. "Encuestas y resultados de la elección en 1994", en *Este país*, núm.43, octubre de 1994, p.13.

te 55 años, en los últimos seis se ha recuperado con rapidez el tiempo que se había perdido". ²

Sin duda las elecciones federales de 1994 detonaron el auge de las encuestas. Se estima que se levantaron y difundieron cerca de 100 encuestas sobre intención del voto, unas 20 de cobertura nacional, otras de alcance local, otras sobre eventos relevantes como el debate entre los tres principales candidatos; estas encuestas se recogie-

ron en las viviendas, la vía pública o por teléfono.³

Además de la irritación y controversia que suscitan

los resultados tanto en el gobierno y el PRI como entre los partidos de oposición, el ejercicio de encuestar la opinión pública suscita cuestionamientos y discusiones especializadas en torno al origen y metodología (patrocinio de las encuestas, el muestreo, las técnicas de las entrevistas y la interpretación).⁴

³ De la Peña, Ricardo. "Las encuestas electorales", en *El cotidiano*, núm. 65, noviembre de 1994.

⁴ Basáñez, Miguel. "Encuestas y resultados de la elección en 1994", *op. cit.*

Desde el campo de los estudios de la mujer se le agrega otro cuestionamiento y elemento de discusión, dado que la mayoría de las encuestas proporciona resultados que no identifican las opiniones de acuerdo al sexo de las personas entrevistadas (si bien todas, para ser representativas, incluyen al sexo femenino). Los datos "neutros" impiden conocer y discutir la tendencia de las diferencias y/o similitudes entre el género femenino y el masculino respecto a los asuntos que tratan las encuestas. El problema de la neutralidad es de género, porque las personas entrevistadas del sexo masculino y femenino son seres sociales cuyos distintos roles, posiciones, relaciones y experiencias están social y culturalmente determinadas. La variable sexo es sociológica; entonces, las opiniones derivan no del sexo biológico sino de las divisiones y relaciones sociales de género. Las encuestas de los estudios políticos académicos también suelen presentar resultados neutros, aunque dan más lugar a la diferenciación sexual en algunos de sus datos, cuadros e interpretaciones.

El hecho de que a través de sondeos y encuestas salgan a la luz pública las opiniones femeninas es, a mi juicio, importante y necesario, a pesar de las limitaciones de estas técnicas de investigación.

Es importante y necesario no sólo para darle visibilidad a la presencia de las mujeres en las encuestas sino porque éstas son una fuente que provee pistas de conocimiento sobre percepciones, actitudes, orientaciones y expectativas de las mexicanas, y porque son un medio que ayuda a evitar la perpetuación del monopolio masculino de la opinión sobre temas de la vida pública.

Este artículo es un ejercicio exploratorio de búsqueda y descripción de opiniones femeninas que se encuentran en algunas encuestas llevadas a cabo por empresas, medios de prensa e investigadores(as) de los ámbitos académicos. Mi especial agradecimiento a Ana Cristina Covarrubias, de Covarrubias y Asociados, que elabora las encuestas para la revista *Voz y Voto*; a Rafael Jiménez, coordinador del Departamento de Investigación de los periódicos *Reforma* y *El Norte*, y a Rosario Toledo, del Gabinete de Estudios de Opinión (GEO), que

⁵ Agradezco también la ayuda de Cristina Morales, asistente del Área de Estudios Rurales y Urbanos del Departamento de Sociología de la UN-IZTAPALAPA, para recoger las encuestas y procesar los cuadros.

elabora las encuestas para el semanario *etcétera*, por la colaboración que me brindaron para obtener las tabulaciones de las respuestas por sexo de las encuestas solicitadas.⁵

Se pretende con este trabajo contribuir a despejar incógnitas y desarrollar reflexiones acerca de las opiniones que expresan las mujeres en torno a ciertos asuntos de la vida política y social de México. El alcance es nada más que exploratorio, ya que implica incursionar en la lectura de resultados que provienen de una técnica de investigación que nunca he utilizado en mis estudios sobre la participación pública de las mujeres y la problemática de género. Me siento más cómoda con y he preferido la metodología cualitativa

(como es la preferencia mayoritaria de los estudios feministas), pero considero bienvenida la investigación seria y profesional de la opinión pública mediante el instrumento de las encuestas,⁶ en el entendido de que son como una fotografía, "impresión momentánea de un fluir social complejo y dinámico".⁷

Al borde de las urnas: electoras y clientelas

La inferioridad social y la marginación política acompañan a las mujeres en la ruta que las conduce a ejercer el derecho al sufragio para elegir gobernantes. Tal condición de inferioridad y marginación tiene consecuencias políticas que no se deben a la supuesta "natural" indiferencia y apatía de las mujeres respecto a las actividades y responsabilidades cívicas. Presagio cumplido, la mayoría de las electoras mexicanas sigue la flecha del PRI hacia las urnas. Parece el camino seguro. En las elecciones federales de 1994 representaron 51.8% del padrón (23 millones 688 mil 227 mujeres) ante 48.2% de hombres, y como nunca antes se encontraron con un intenso proceso electoral competido entre las dos principales opciones políticas de oposición (el Partido Acción Nacional -PAN- y el Partido de la Revolución Democrática -PRD- y el PRI. Sin embargo, a la pregunta de las encuestas preelectorales de "por cuál partido votaría si hoy fueran las elecciones", respondieron así (porcentajes):

⁶ La crítica epistemológica del feminismo puso en duda y rechazó la equivalencia entre cuantificación-medición de los fenómenos de la vida social y "objetividad" -que produciría el conocimiento "válido" y "legítimo"- y la dicotomía entre sujeto y objeto. Una consecuencia de la aplicación de esos supuestos es que la mujer queda objetivizada como "dato", además de las distorsiones sexistas que subyacen a la definición de categorías estadísticas. Otra crítica es que niega y deslegitima la validez de la subjetividad del conocimiento y comprensión que tiene la mujer de su propia experiencia humana, ya que se refiere al nivel de lo particular, lo emocional, lo "no racional", lo íntimo y cotidiano. Véase: Massolo, Alejandra. *Por amor y coraje. Mujeres en movimientos urbanos de la ciudad de México*, IIM, El Colegio de México, México, 1992.

⁷ Centro de Comunicación Científica. *La opinión pública frente a las elecciones de 1994 (las encuestas y los encuestadores)*, Centro de Comunicación Científica, México, 1994.

⁸ Segunda Encuesta Nacional Preelectoral, levantada en marzo de 1994; resultados publicados en *etcétera* el 14 de abril de 1994.

⁹ Primera Encuesta sobre Preferencias Electorales, levantada en el Distrito Federal en marzo de 1994; resultados publicados en *Voz y Voto*, núm. 14, abril de 1994.

¹⁰ Segunda Encuesta Nacional Preelectoral, levantada en julio de 1994, resultados publicados en *Reforma* el 11 de agosto de 1994. En esta encuesta, las mujeres fueron el 54.8% de la muestra, 67.5% de ellas eran amas de casa.

	GEO/ <i>etcétera</i> ⁸		Covarrubias /Voz y Voto ⁹		Reforma ¹⁰	
	H	M	H	M	H	M
PAN	10.1	9.2	12	13	20.1	18.4
PRI	45.5	51.8	40	50	44.4	54
PRD	14.8	9	18	11	11.4	6.2
N/S	8.7	11.4	10	13	7.6	9.5

Como se ve en estas encuestas, las intenciones del voto femenino favorecen al PRI más que las intenciones del voto de los hombres.

De manera similar, en la Encuesta Nacional Preelectoral de Belden

¹¹ Levantada entre el 23 de julio y 1 de agosto de 1994; sus resultados se publicaron en *Este país*, Folios, núm. 44, noviembre de 1994.

& Russonello y Ciencia Aplicada,¹¹ 50% de las mujeres votarían por el PRI (los hombres 42%), por el PAN 16% (los hombres 22%) y 8% por el PRD (los hombres 10%). Aunque la Encuesta Nacional de Preferencia Electoral de MRI/*Excelsior*, levantada entre el 25 de julio y 1 de agosto de 1994 y publicada el 12 de agosto en ese periódico, da un empate entre hombres y mujeres respecto a la preferencia por el candidato del PRI, Ernesto Zedillo (38%), también indica la menor preferencia de las mujeres por el PAN y el PRD: 22% nunca votarían por el PRD (los hombres 20%) y 10% nunca votarían por el PAN (los hombres 9%)

En la encuesta de *Reforma*, ante la pregunta de si "cambiaría de partido", 70.4% de las mujeres respondió que seguiría con el mismo (los hombres 66.4%), y sólo 20.6 estaría dispuesto a cambiar (los

hombres 26.7%) En la misma encuesta, 61.8% de las mujeres dijo que había votado por el PRI en la elección anterior (52.3% los hombres), por el PAN 9.6% (14.7% los hombres), y por el PRD 5.4% (7.5% los hombres).

Cuando en la encuesta del GEO se preguntó si "cree conveniente o inconveniente para México tener un presidente surgido de la oposición", las mujeres tendieron más que los hombres a percibirlo como inconveniente (32.4%; los hombres 29.6%) mientras que 40.7% lo consideró conveniente (los hombres 48.6%), pero 26.9% no supo contestar (los hombres 21.8%). Sobre el asunto "tabú" de la reelección presidencial, en una encuesta nacional de opinión sobre la reelección,¹² las mujeres entrevistadas estuvieron once puntos por debajo de la oposición que los hombres (52% y 63%, respectivamente), y 27% se manifestó a favor de la reelección (22% los hombres). Respecto a la alternancia política, una investigación sobre cultura política en la ciudad de México que preguntó si es deseable o no la alternancia, revela que 44% de las mujeres entrevistadas estimó que sí (51% los hombres) y 22.4% que no (19% los hombres).¹³

"Defender el orden actual" es la perspectiva de 32.8% de las mujeres contempladas en la encuesta del GEO y "26.5% de los hombres) frente a opciones para el cambio; 57.1% de las mujeres prefiere ver cambios realizados mediante "reformas graduales" (62.1% los hombres) y 6.4% mediante una "revolución" (9.6% los hombres).¹⁴

¹² Realizada por el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP), por encargo de la revista *Este país*; levantada en julio de 1991, en la vía pública. Cfr. Bazáñez, Miguel "Elecciones, popularidad y reelección", en *Este país*, núm. 6, septiembre de 1991.

¹³ Constantino, Mario y R. Winocur. "Cultura política y elecciones: algunos inógenos de la sucesión presidencial", en *El cotidiano*, núm. 58, octubre de 1993.

¹⁴ Segunda Encuesta Nacional Preelectoral, *etcétera*, 14 de abril de 1994.

Lamentablemente en México carecemos de estudios dedicados a investigar la formación de las opiniones públicas y las preferencias electorales de las mujeres, así como bajo qué influencias y condicio-

¹⁵ Los estudios de Guillermo de la Peña, Dalia Barrera Bassols y Lilia Venegas son creativos aportes en el conocimiento de la formación de opiniones y preferencias políticas de las mujeres. Véanse: De la Peña, Guillermo. "La cultura política entre sectores populares de Guadalajara", en *Nueva Antropología*, núm. 38, octubre de 1990, y "¿Una nueva cultura política?", en Jorge Alonso (coord.), *El nuevo Estado mexicano*, vol. IV, Nueva Imagen, México, 1992. Barrera Bassols, Dalia. "Ser panista: mujeres de las colonias populares de Ciudad Juárez, Chihuahua", en Alejandra Massolo (comp.), *Los medios y los modos. Participación política y acción colectiva de las mujeres*, pp. 111-114. El Colegio de México, México, 1994. Venegas, Lilia. "Mujeres en la militancia blanquiazul", en Alejandra Massolo (comp.), *Los medios y los modos*, op. cit.

nes familiares y ambientales las elaboran, las mantienen o las cambian.¹⁵

Una suposición, que no se verifica en los análisis de opinión en México, es que la preferencia partidaria y la intención del voto de las mujeres depende de la autoridad masculina con la que conviven. Si bien en otros países se ha comprobado la dependencia y seguimiento de las mujeres de la opinión y pertenencia política de los hombres de la familia, también se ha comprobado que éste no es un patrón de todas las mujeres sino más bien de las amas de casa, mujeres adultas y de baja escolaridad. Pero no sabemos cómo

funciona y cambia ese patrón en México. Lo cierto es que, según las evidencias de las encuestas de opinión de 1994 y los estudios electorales anteriores, las mujeres constituyen clientelas "históricas" del

¹⁶ Reyes del Campillo, Juan y V. Vázquez M. "¿Ciudadanos en ciernes? La cultura política en el distrito XVII del DF", en *El cotidiano*, núm. 54, mayo de 1993.

PRI: voto duro femenino, también acompañado del voto arcaico campesino. Las amas de casa "manifiestan mayoritariamente su confianza en el PRI".¹⁶

La relativa reticencia al cambio del orden político que expresan las respuestas de las mujeres en las encuestas preelectorales mencionadas, parece confirmar en México el perfil femenino políticamente más conservador que el de los hombres. ¿Conservadoras del sistema? Los estudios sobre la participación femenina en apoyo al

sistema político de la ex Unión Soviética concluyeron que las mujeres tendían a ser “mantenedoras del sistema” más que doctrinariamente conservadoras.¹⁷ ¿Será esa misma tendencia la que caracteriza a las electoras del PRI? Es una hipótesis, que junto con otras, hay que averiguar para explicar –con una perspectiva de género– la arraigada votación femenina por el sistema de partido hegemónico, según unos, o de Estado, según otros. Paradójicamente, el partido político al que por tradición se le ha asociado al conservadurismo –el PAN– no ejerce mayor atracción en el electorado femenino y, de acuerdo a los resultados de las encuestas citadas, capta menos votos de mujeres que de hombres. Habrá que detectar en las elecciones estatales y municipales ganadas por el PAN el peso de la votación femenina en los triunfos de este partido.

¹⁷ Jaquette, Jane S. “Introduction: Women in America Politics”, en Jane S. Jaquette (ed.), *Women in Politics*, John Wiley & Sons, Nueva York, 1974.

De salida de las urnas

En acartonada presentación televisada de los datos de una encuesta poselectoral, que se parecía a una ceremonia del politburó soviético, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRTV) dio a conocer que el PRI iba adelante apoyado por 55% de amas de casa, por votantes mayores de 45 años y de menor escolaridad.¹⁸

Finalmente, los resultados oficiales fueron: 50.2% por el candidato del PRI, Ernesto Zedillo; 26.7% por el del PAN, Diego Fernández de Ceballos; y 17.1% por el del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas. Las encuestas preelectorales nacionales tu-

¹⁸ *Reforma*, 6 de octubre de 1994; *El Financiero*, 22 de agosto de 1994.

vieron "una sorprendente compatibilidad en los resultados de los diferentes estudios, a pesar de las importantes diferencias de los métodos de muestreo adoptados y del número de observaciones incluidas".¹⁹

¹⁹ De la Peña, Ricardó. *Op. cit.*, p.126.

De una encuesta a la salida de casillas, aplicada por el GEO,²⁰ y de la encuesta nacional poselectoral del Reforma,²¹ las mujeres aparecen así, según el voto por partido (porcentajes):

²⁰ La encuesta se aplicó durante la jornada electoral y abarcó 2,400 casos, en 24 estados, 78 municipios y 117 casillas. La votación final registrada fue 48.5% para el PRI; 28.5% para el PAN; y 15.2% para el PRD. Los resultados se publicaron en *etósetera*, núm.83, 1994.

²¹ Levantada entre el 23 y 25 de agosto de 1994, abarcó 2,000 casos, en 23 estados, casi 300 secciones electorales y se entrevistó en las viviendas. Publicada en *Reforma* el 2 de septiembre de 1994.

	GEO		Reforma		
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
PRI	47	49	45.9	51.8	
PAN	28	28	22.8	15.7	
PRD	18	15	18.9	15.7	
			Otro	3.6	3.8
			N/C	8.8	13.4

En la encuesta del GEO, según la ocupación, del 21% que declaró ocuparse en las labores del hogar, 52% votó por el PRI, 30% por el PAN y 13% por el PRD. Y las mujeres votaron menos que los hombres: 44% de participación femenina frente a 56% de masculina. Respecto al abstencionismo, se pone en duda la eficacia de la pregunta sobre la intención de acudir a votar, ya que la gente suele contestar de manera formal que sí por sentido de "deber" (aunque el voto no es obligatorio en México) o por temor a perder el acceso a beneficios sociales, económicos o de otro tipo. En encuestas nacionales pre-electorales, las mujeres contestaron de manera afirmativa a la in-

tención de ir a votar, ligeramente por debajo de los hombres. De la alta participación electoral el día de la elección presidencial en agosto de 1994, calculada en 74%, no se conoce la proporción de mujeres que contribuyó a bajar la abstención. Cuando la elección de 1988, una investigación del COMECO en el Distrito Federal indica un poco de menor abstención de mujeres (13.3%) que de hombres (15.7%)²²

Y respecto a las razones de no votar, entre las mujeres a las de casa se expresa más la "indiferencia" (48%) que entre los hombres (43%), quienes en cambio manifiestan más el rechazo (38%) que las mujeres (23%); 26% de las mujeres "no contestó", mientras que así lo hizo 17% de los hombres. De lo anterior se interpreta que el comportamiento abstencionista asociado a la indiferencia "es propio de actitudes desmovilizadas" y de gente con bajo nivel de información.²³

Como dice Jacqueline Peschard, las razones del voto "penetran de manera directa en el corazón de la cultura política del elector".²⁴

Una encuesta nacional de Covarrubias/Voz y Voto indagó sobre las razones del voto por el PRI a la presidencia de la república.²⁵

Los resultados fueron los siguientes (en porcentajes):

	Hombres	Mujeres
Tradicición	45	56
Convicción de partido	31	19
Esperanza	19	23

²² Cfr. Peschard, Jacqueline. "Las motivaciones del comportamiento electoral capitalino (1988)", en Jorge Alonso (coord.) *Cultura política y educación cívica*, Porrúa y CIES/UNAM, México, 1994.

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Levantada en septiembre de 1994, abarcó 1,520 casos, en 26 estados y 67 localidades; las entrevistas se hicieron en la vivienda. Las respuestas se agruparon en tres categorías: a) tradición, que incluye "costumbre" ("siempre he votado por el PRI"), "tradicición" ("el PRI siempre gana"), "temor al cambio" ("más vale malo conocido que bueno por conocer") e "imitación" ("mi familia vota por el PRI"); b) esperanza ("se cumplan las promesas de campaña"), y c) convicción de partido ("más preparado, más experiencia, soy priísta"). La categoría de tradición obtuvo 36% del voto de los electores del PRI. Esta encuesta se publicó en *Voz y Voto*, núm. 21, noviembre de 1994.

De las mujeres electoras del PAN, 56% argumentó las razones de su voto por "cambio de gobierno" (los hombres 56%), y 38% por el candidato (49% los hombres). En conjunto, 38% de las razones del voto a favor del PAN entraron en la categoría de cambio, 27% por el candidato y sólo 10% por convicción de partido. Asimismo, las razones del voto a favor del PRD (no diferenciadas por sexo) correspondieron 36% a la categoría cambio y 30% por el candidato.

Llama la atención que apenas 8% de las razones del voto por el PRI se refirieron al candidato. En respuesta a la pregunta de la encuesta nacional preelectoral del *Reforma* de "en qué se fija primero", se obtuvo lo siguiente (porcentajes):

	Hombres	Mujeres
Candidato	50.8	46.7
Partido	28.8	31.6
Ambos	16.5	16.5
N/C	.8	2.6

Una de las características que se le atribuye al comportamiento político de las mujeres es la personalización de la política, definiendo sus preferencias y motivaciones con base en la imagen, aspecto físico y vida familiar del candidato, más que en las doctrinas y programas de los partidos. Los resultados de las encuestas permiten rebatir tal creencia estereotipada, ya que menos mujeres que hombres orientan su voto por razón del candidato. El bajo 8% de razón por el candidato en el caso del PRI comprueba que el flujo de votación femenina por

este partido corre independientemente de quién sea y cómo sea el candidato; pero lo que sí parece que funciona en las electoras priístas es la atracción por el papel todopoderoso y benefactor que ejerce el presidente de la república en el sistema político mexicano.

Generalmente, las mujeres tienden a ser más indulgentes con el desempeño del presidente de la república. Extremado el presidencialismo con Salinas de Gortari, éste recibió las siguientes calificaciones en las encuestas nacionales preelectorales (porcentajes):

	GEO/etcétera		Covarrubias		Reforma	
	H	M	H	M	H	M
M B	17.1	19	14	14	54.8	58.4
B	42.1	42	38	48	—	—
Reg	34.7	33.7	34	32	30.6	32.2
Mal	4	1.6	9	4	13.5	8

La encuesta del COMESO sobre percepciones y actitudes electorales en el Distrito Federal, en 1988, registró que por cada hombre dos mujeres votaron por el PRI en los comicios federales de ese año: 47% eran amas de casa; el PAN recibió votos de 34% de amas de casa y el PRD de 32%²⁶ Las razones del voto por temor ("votar para no ser perjudicado") se captaron 65% más entre las mujeres que entre los hombres. Esta categoría de voto se encontró más entre quienes votaron por Carlos Salinas de Gortari y entre los electores de baja escolaridad y bajo ni-

²⁶ Reyes del Campillo, Juan. "El mercado electoral en el DF", en Jorge Alonso (coord.), *Cultura política y educación cívica*, op. cit.

²⁷ Peschard, Jacqueline. *Op.cit.*

vel de información política; es la categoría más alejada del interés por cuestiones políticas.²⁷ El voto legalista (el "deber ser ciudadano") es el que predomina en las razones del electorado de este estudio, y las mujeres se sitúan cercanas a los hombres: 45.1% y 47.9% respectivamente; es una categoría de voto "inercial", más "cómodo" y menos comprometido políticamente; se encuentra sobre todo entre los electores de Carlos Salinas; este voto expresa mejor información, opiniones más favorables al gobierno y conformidad con el estado de cosas. Sólo 11.6% de las razones del voto caen dentro de la categoría "democrático" ("fortalecer la democracia"), entendida como un voto activo, comprometido, políticamente eficaz, que muestra conciencia cívica; los hombres se inclinan 45% más que las mujeres por el voto democrático. El voto de protesta ("voluntad de ser escuchado") es ligeramente más elevado en las mujeres (11.4%) que en los hombres (10%); esta categoría contiene una fuerte "carga expresiva", es un voto activo que se mueve, como el voto democrático, por "afanes de eficacia política".²⁸

²⁸ *Ibidem.*

En un estupendo ensayo sobre el control clientelista en elecciones no competitivas, Alain Rouquié señala a México, con el Partido Revolucionario Institucional, como un buen ejemplo del modelo de sistema político "de corte semicompetitivo, que tiene como medio de acción principal al clientelismo de Estado", cuya fuerza se basa en su

²⁹ Rouquié, Alain. "Análisis de las elecciones no competitivas: control clientelar y situaciones autoritarias", en Guy Hémet et. al. *¿Para qué sirven las elecciones?*, FE, México, 1992.

capacidad de distribución.²⁹ En un partido de "integración social", como el PRI, estructurado y estable, la finalidad es "hacer votar; absorber los votos. Más aún: 'apresarlos', de una manera casi irreversible".³⁰

³⁰ *Ibidem.*

El patronazgo de los partidos se da en todos los sistemas políticos, pero en los que son de naturaleza autoritaria (caso de México) el clientelismo se convierte en la "piedra angular" de las elecciones semicompetitivas.

Rouquié define al "control clientelista" como "las diferentes modalidades de dominación social que permiten dirigir en forma imperativa a las opciones electorales".³¹ Durante muchos años, en México las elecciones fueron prácticamente no competitivas, generando extremos de "voto gregario" -que implica alguna gratificación; es un voto pasivo, colectivo y supone el acarreo- y de "voto vendido" -que implica coerción; es un valor que se intercambia y es individual. Como apunta Rouquié, en sistemas autoritarios el clientelismo opera eficazmente sobre condiciones sociales de subsistencia, penuria, inseguridad y vulnerabilidad económica, creando vínculos de dependencia personal del ciudadano o ciudadana con el benefactor, que provee bienes básicos, servicios públicos indispensables, empleo, etc. Así, el intercambio clientelista asegura la paz social, pero produce "incompetentes" o "lisiados" cívicos.

³¹ *Ibid.*, p.61

Rouquié enfatiza que hay que preguntarse sobre "cuál es la motivación del elector cuando toma partido en las elecciones no competitivas o semicompetitivas".³² El clientelismo, con dosis de coerción, como norma del régimen político mexicano ha sido profusamente analizado y criticado, pero poca atención se le ha prestado a las vivencias subjetivas, experiencias y situaciones específicas de las mujeres, sobre todo aquellas amas de casa (urbanas y rurales) que componen la fiel clientela del PRI. No conozco estudios de las cien-

³² *Ibid.*, p.92.

cias políticas dedicados a esa clientela femenina, no obstante el significativo caudal de votos que le aporta al PRI. Cada sexenio vemos en los periódicos la foto de una señora abrazando emocionada y agradecida al presidente de la república, y cada elección nos enteramos de infames anécdotas de mujeres que motivan su voto por "miedo" a que le "quiten" algo a sus hijos, o porque le ofrecen la "promesa" de un bien o servicio básico para la familia. Como revelan las encuestas antes citadas, el voto de "tradición", el de "temor" y el de "esperanza" tienden a prevalecer más entre las mujeres electoras del PRI que entre los hombres. En términos de los roles tradicionales de género (madre, esposa y ama de casa) y de la división sexual del trabajo, que socialmente exigen el cumplimiento de quehaceres y responsabilidades cotidianas, la razón del voto clientelar, con o sin miedo, también debería ser considerada una estrategia de sobrevivencia -motivación racional y comprensible a pesar de que refuerce la posición de las mujeres como incompetentes cívicas. En un estudio sobre la par-

³³ Massolo, Alejandra. *Por amor y co-*
raje, qocit.

ticipación de mujeres en movimientos urbano populares,³³ hice la observación de que la discusión en torno al criticado clientelismo debía tomar en cuenta la situación y lógica de la mujer popular, sin estigmatizarla *a priori* con etiquetas como "políticamente más conservadora" y "garante de la reproducción de la lógica clientelar del sistema político mexicano". Las mujeres entrevistadas en ese estudio revelaron que se habían afiliado al PRI "por algo" y "para algo", manifestando la dimensión instrumental de sus relaciones subordinadas al clientelismo, pero también la presión instrumental que pueden ejercer sobre los agentes políticos in-

intermediarios. Además de la capacidad de desprendimiento de las redes clientelares priístas, al optar por involucrarse en luchas y organizaciones sociales independientes. Estos grupos de mujeres antes de casa dejaron de pertenecer a la clientela cautiva del PRI, aun manteniéndose las malas condiciones de vida urbana.

La política, la democracia y el desinterés

Parece que es un fenómeno generalizado en el mundo el desinterés por la política en la mayoría de las ciudadanas y ciudadanos. Comparado con los asuntos referidos a la familia, el trabajo, los amigos y la religión, la política obtiene baja prioridad.³⁴ Si tenemos en cuenta la hegemonía masculina en la esfera pública de los asuntos políticos, la inferiorización social y la marginación política de la mujer, resulta previsible el mayor distanciamiento, desinterés y desinformación de la población femenina.

Ante la pregunta de "¿para qué sirve la política?", en la encuesta nacional preelectoral del 60 se encontró que 35.6% de las mujeres respondió "no sé" (23.5% los hombres), 9.5% opinó que "para nada" (10.4% los hombres), y la siguiente idea que por igual tuvieron mujeres y hombres (7%) fue que la política sirve para "elegir gobernante". En cuanto al interés por informarse de asuntos de la política nacional, 38.1% de las mujeres declaró que "poco" (33% los hombres) y "nada" 13% (9.6% los hombres).³⁵

³⁴ Véase: Crespo, José A. *Elecciones y democracia*, Instituto Federal Electoral, México, 1995.

³⁵ Segunda Encuesta Nacional Preelectoral, publicada en *et cetera*, 14 de abril de 1994, *op. cit.*

En esta encuesta, a la pregunta de "¿qué tanto siente usted que puede influir en la política?" se obtuvo que 25.8% de las mujeres

considera que "nada" (los hombres 21.3%), "poco" 31.1% (los hombres 31.9%), "regular" 25.8% (los hombres 30.7%) y "mucho" 15.8% (los hombres 15.5%). Para 57.9% de las mujeres encuestadas, su principal medio de información es la televisión (38.3% los hombres) y apenas para 8.1% la prensa (16.6% los hombres). Esa misma proporción (57.9%) considera que la televisión es el medio "más creíble" aunque, contradictoriamente, sólo 20.9% cree que los medios de comunicación en México tienen "mucho" libertad para difundir asuntos de la política nacional, 40.3% considera que tienen "regular" libertad, 28.9% que "poca", y 8.8% que "nada". No obstante que la televisión es la principal fuente de información de las mujeres -medio que ha experimentado menos apertura y democratización-, las opiniones femeninas indican que las mujeres tienen conocimiento de las restricciones para la difusión de información política.

¿Qué significa la democracia para las mujeres mexicanas? "No sabe" 48.5% de las entrevistadas en la encuesta del GEO (32.9% los hombres) y 7% cree que significa "iguales derechos" (6.1% los hombres). Desconociendo el significado de la democracia, sin embargo, 45% de las mujeres respondieron que estaban "satisfechas" con la forma como funciona la democracia en México (36.7% los hombres), y resultaron "insatisfechas" 55% ante 63.3% de los hombres. En una encuesta de Covarrubias y Asociados para la revista *Voz y Voto*, 45% de las entrevistas no sabe qué es la democracia (26% los hombres), 13% cree que significa "libertad de expresión" (17% los hombres), 7% que es "libertad" (13% los hombres), 11% "elegir gobernantes y derecho al voto" (20% los hombres) y 11% "igualdad

social" (7% los hombres).³⁶ Según los niveles de escolaridad, las respuestas "relevantes" e "irrelevantes" al significado de la democracia en esta encuesta confirman que la educación es un factor importante que incide en el aumento de la capacidad de las mujeres para conocer e interpretar los asuntos de la vida política, aunque igual presentan desventajas frente a los hombres. En porcentajes:

³⁶ La encuesta se levantó entre el 7 y 9 de septiembre de 1993, en el Distrito Federal; abarcó 600 casos; las entrevistas se realizaron en la vivienda. Se publicó con el título "Democracia, ¿con qué se come?", en *Voz y Voto*, núm. 8, octubre de 1993.

	Hombres	Mujeres
Primaria incompleta		
Relevante	43	8
Irrelevante	57	93
Secundaria incompleta		
Relevante	50	40
Irrelevante	50	60
Secundaria completa		
Relevante	60	40
Irrelevante	40	60
Preparatoria completa		
Relevante	79	72
Irrelevante	21	28
Profesional completa		
Relevante	91	82
Irrelevante	9	18

Sobre los "avances en materia de democracia con Salinas", en total 39% de la gente encuestada "no contestó", y de quienes consideraron que sí hubo avances, 40% de las mujeres los atribuyeron al programa Solidaridad (28% los hombres) y 13% a "buenas obras del gobierno" (11% los hombres).

El Pronasol, política social para aliviar la pobreza y formidable operativo político y publicitario de Carlos Salinas, obtuvo consenso de la población femenina sensible a las necesidades y problemas de la vida cotidiana. En una encuesta del periódico *Reforma* sobre ese programa, 65.9% de las mujeres entrevistadas estimó que Solidaridad sí benefició al país (54.4% los hombres) y sólo 9.5% que no lo

³⁷ Levantada el 21 y 22 de septiembre de 1994; abarcó 400 casos en la ciudad de Monterrey y 400 en el Distrito Federal y municipios conurbados. Se publicó el 25 de septiembre de 1994 en el periódico *Reforma*.

benefició (16.7% los hombres).³⁷ Para 62.6% de las mujeres Solidaridad se interpretó como "labor" (58.1% los hombres), para 22.3% como "unión" (18.4% los hombres), para 7.3% como "programa",

y apenas 5% opinó que fue un "engaño" (15.1% los hombres). Las mujeres fueron menos suspicaces que los hombres respecto a la utilización del programa para fines políticos: 45.3% creía que no se lo utilizó para tales fines (35.6% los hombres) y 45.3% que sí (58.3% los hombres). Y respecto a la continuidad del programa, 73% de mujeres consideró que debía continuar (58.9% los hombres), 19.1% que debía cambiar (27.2% los hombres) y apenas 6.2% que se debía eliminar (12.2% los hombres).

La democratización del gobierno del Distrito Federal es un candente problema de interés público desde hace años, y últimamente se han acelerado los cambios que promueven diversos actores políticos

y sociales. El 21 de marzo de 1993 se llevó a cabo una inédita y valiosa actividad cívica de democracia participativa: el plebiscito convocado por nueve miembros de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, para consultar la opinión de la ciudadanía sobre la reforma política del gobierno de la capital de la república. El plebiscito contó con 39.5% de participación femenina comparada con 60.5% de participación masculina, según la encuesta simultánea del CEO.³⁸ Otra encuesta para analizar las motivaciones y representaciones del plebiscito en los votantes,³⁹ reveló que entre quienes menos percibieron al plebiscito como una acto extraordinario se encontraban las amas de casa (54%). Mientras que 70% de los hombres expresó un alto nivel de comprensión de los objetivos del plebiscito, únicamente 42% de las mujeres tuvo igual nivel de comprensión.⁴⁰ Las mujeres representaron casi la totalidad de los votantes que mencionaron en primer término a parientes y amigos como los medios a través de los cuales se enteraron de la consulta; en cambio los hombres mencionaron en primer término a la prensa. Paradójicamente, este plebiscito que planteaba a la ciudadanía el problema de la democracia en el Distrito Federal, en este estudio sólo obtuvo 8% de opiniones de las personas entrevistadas que consideraron la "falta de democracia" entre los problemas más importantes de la ciudad. Asimismo se constató que los estratos de más baja condición socioeconómica tienen una "percepción casi nula de la falta de democracia".⁴¹

³⁸ Levantada el 21 de marzo de 1993, abarcó 1,722 casos en 1,100 casillas de votación. Publicada en *etcétera* con el título "Los clientes del plebiscito", 25 de marzo de 1993.

³⁹ Vázquez M., Verónica y R. Winour. "Los unos y los otros. Ciudadanos del plebiscito", en *Argumentos*, núm.18, abril de 1993.

⁴⁰ La convocatoria preguntaba el sí o el no sobre que el DF se convierta en un estado de la federación, que los gobernantes del DF fueran electos por voto universal y secreto, y que el DF contara con poder legislativo propio.

⁴¹ Vázquez M., Verónica y R. Winour. *Op.cit.*

El 12 de noviembre de 1995 se realizaron las primeras elecciones locales desde que, en 1928, se suprimieron los ayuntamientos de la ciudad de México. La elección de consejeros ciudadanos –fórmula de participación vecinal establecida en la maltrecha e imprecisa Ley de Participación Ciudadana, aprobada únicamente por el PRI y que excluyó a los partidos políticos de la postulación de candidaturas– obtuvo como resultado 78.6% de abstencionismo de la ciudadanía y más de 220 mil votos anulados.

⁴² Levantada entre el 31 de octubre y el 3 de noviembre de 1995, abarcó 500 casos en las 16 delegaciones del DF; las entrevistas se realizaron en la vivienda. Publicada en *Reforma* el 6 de noviembre de 1995.

⁴³ Las mujeres representaron 30% del total de candidaturas a consejeros (2,986); 74% de los hombres fueron candidatos propietarios y sólo 26% las mujeres; 50% de las fórmulas (propietario y suplente) se integraron por hombres y apenas 10% por mujeres. Véase: Villaseñor, Elio y Luis Barquera. "Hombres y mujeres en la lucha por los consejeros ciudadanos", en *La Jornada*, 1 de noviembre de 1995.

Una encuesta preelectoral del periódico *Reforma*,⁴² reveló que al 96% de las mujeres entrevistadas no le hubiera gustado ser candidata a la elección de consejero ciudadano (los hombres 74%), y que 57% no sabía cuáles son sus funciones (43% los hombres).⁴³ Para 35% de las mujeres el problema más importante de la colonia donde vive son los servicios públicos (26% los hombres), para 44% la seguridad pública (52% los hombres) y para 17% los problemas sociales (13% los hombres). Si bien 65%

de las mujeres (61% los hombres) contestó que es positivo que los partidos hayan sido excluidos de las elecciones para consejeros, lo interesante es la preferencia que declararon al preguntárseles por cuál partido votarían si las elecciones hubieran sido por partidos políticos (en porcentajes; véase el cuadro en la siguiente página).

"Si hoy hubiera elecciones para presidente de la república", en esta misma encuesta las mujeres votarían así entre los tres principales partidos: 31% por el PAN (los hombres 22%), 4% por el PRD (los

	Hombres	Mujeres
PAN	14	27
PRD	10	5
PRI	5	9
PVEM	—	4
Otro	5	—
Ninguno	33	23
NS/NC	33	32

hombres 8%), 13% por el PRI (los hombres 9%), 13% por ninguno (los hombres 26%) y no sabe/no contestó 26% (los hombres 22%). Por el momento, de terrible crisis económica e inestabilidad política, la indulgencia femenina hacia el presidente de la república se ha revertido notablemente (al menos en el DF), ya que más mujeres que hombres “desaprueban” como está gobernando Ernesto Zedillo: 61% y 48% respectivamente.

La sociedad que habita el Distrito Federal es de las más politizadas, plurales y de tendencia opositora del país. Las opiniones femeninas que recoge la encuesta del periódico *Reforma*,⁴⁴ sugieren que las mujeres no se encontrarían tan desinteresadas respecto a la participación ciudadana en la democracia partidaria (de hecho, más hombres que mujeres respondieron que no votarían por ningún partido); que relegarían al PRI a un tercer lugar en sus intenciones de voto (prueba del temor del PRI a incorporar abiertamente a los partidos en la elección de los consejeros

⁴⁴ *Reforma*, 6 de noviembre de 1995.

ciudadanos), y que se inclinan por la opción opositora del PAN, aceptando muy poco la oferta del PRD —comprobado así en las diversas encuestas presentadas en este trabajo.

Reflexiones finales

De las encuestas surge a grandes rasgos un perfil de la opinión pública femenina. Perfil instantáneo que no da cuenta de la diversidad, condiciones y cambios de las mujeres, dado que los resultados conseguidos no están cruzados con las variables de edad, estado civil, escolaridad (salvo una tabulación) y actividades fuera del hogar. Las mujeres no son una categoría social homogénea, si bien comparten el mismo género con sus determinantes sociales y culturales. Por lo tanto, la división sexual del trabajo, la desigualdad en las relaciones sociales de género y los mecanismos específicos que regulan las condiciones de la presencia o ausencia femenina en el mundo

⁴⁵ Astelanza, Judith. "La cultura política de las mujeres", en Norbert Lechner (comp.), *Cultura política y democratización, 1980/1985*, Santiago de Chile, 1987.

público",⁴⁵ constituyen el basamento de las percepciones, actitudes y vinculaciones de las mujeres respecto a los temas y eventos de la vida pública. Es

decir, no es sólo una cuestión de educación, información y empleo lo que está en juego en la variable sociológica del sexo femenino.

Identificadas las mujeres con la esfera privada, separándola de la esfera pública, el cuidado de la familia y las tareas domésticas (más el trabajo remunerado) les limitan enormemente la disponibilidad de tiempo libre para dedicarse a las actividades y fines de la vida política ciudadana. Este factor tiempo suele ignorarse, pero como

otros aspectos de la problemática de género, tiene consecuencias en la política y la democracia. Además, todo lo considerado "tradicionalmente femenino" –quehaceres de esposa y madre, relaciones de cuidado y afecto, modos de pensar y actuar– ha sido juzgado como "extraño", ajeno al mundo público de la ciudadanía. En realidad, la categoría liberal del "ciudadano" está compuesta por los atributos, privilegios y experiencias del hombre libre, y disimulada bajo el supuesto convencional de una ciudadanía abstracta, genéricamente neutral. Las mujeres, al no poder disponer de iguales privilegios y experiencias, se han quedado, a pesar de los cambios, en la condición de ciudadanas incompletas y de segunda.⁴⁶

⁴⁶ Massolo, Alejandra. "Introducción. Política y mujeres: una peculiar relación", en Alejandra Massolo (comp.), *Los medios y los miedos*, op. cit.

La exploración de las opiniones femeninas a través de las encuestas consultadas, nos da ciertas pistas que deberían ser estudiadas a profundidad y debatidas ampliamente. Lo primero que parece importante y obvio señalar es que las empresas, medios y estudios académicos que levantan encuestas deberían ofrecer la diferenciación sexual en sus resultados. Esto facilitaría, estimularía y enriquecería el conocimiento sobre las mujeres y los hombres en la sociedad mexicana y los asuntos de interés público. En segundo lugar, las pistas sobre la opinión pública de las mujeres podrían englobarse en el tema crucial del conservadurismo político femenino y los procesos de cambio dentro del lento y complicado proceso de transición a la democracia en México.

¿Dónde se sitúa y cómo se manifiesta el conservadurismo político femenino en México? Estudios electorales en varios países han

encontrado que las mujeres votan mucho menos por partidos de izquierda que los hombres y, a la inversa, que las mujeres apoyan más que los hombres a partidos conservadores o vinculados a la Iglesia. De esto se deduce, de manera automática, que las mujeres son políticamente más conservadoras que los hombres. La pregunta es si la preferencia femenina por partidos que no son de izquierda indica que las mujeres son "inherentemente" conservadoras, orientadas por normas sociales y religiosas tradicionales, o es que el patrón del voto femenino representa conscientemente la expresión de intere-

⁴⁷ Neuse, Steven M. "Voting in Chile: the feminine response", en John A. Booth y M. Seligson (eds.), *Political participation in Latin America*, Holmes & Meier Publs, Nueva York, 1978.

ses femeninos y un cuidadoso cálculo de elección.⁴⁷

Rechazado el estereotipo de la mujer "naturalmente" conservadora, la reflexión sobre la tendencia del

voto femenino apunta a la expresión consciente de sus intereses y a la disposición a preservar el orden político establecido. El género sí hace la diferencia en la orientación y sentido del sufragio.

Como se observa en las encuestas citadas, las opiniones de las mujeres son proclives al mantenimiento, el conformismo, la continuidad, en todo caso, a las reformas graduales (poco menos pero cercanas a los hombres), y son, en general, más electoras del PRI y menos de la oposición que los hombres. Son electoras del régimen que ha establecido el orden político desde hace más de 60 años, y conforman buena parte del "sedimento o reserva de la hegemonía priísta".⁴⁸

⁴⁸ Paschard, Jacqueline. *Op cit.*

Muchas de ellas, amas de casa de los estratos sociales pobres, expresan una sorprendente disociación

o contradicción entre su potencial crítico hacia la gestión gubernamental y la alta preferencia por el PRI, como se ha notado en estu-

dios del electorado priísta.⁴⁹ Asimismo, en los estudios de la cultura política mexicana, aparecen como uno de los aspectos "más fascinantes", dado el cinismo político prevaleciente y el amplio apoyo que recibe el sistema político.⁵⁰

Según la hipótesis mencionada anteriormente ¿son las mujeres las mantenedoras del sistema político? ¿Cuáles mujeres votan por razones de "cambio"? de acuerdo a las encuestas, las electoras del PAN y el PRD. ¿Quiere decir esto que la clientela femenina del PRI se opone a todos los cambios? No es así, porque en la cultura política femenina coexisten inclinaciones al cambio y al conservadurismo, elementos autoritarios y democráticos, rasgos tradicionales y modernos. Pero las razones del voto de la clientela femenina responden notoriamente a la "tradición", la "inercia", la "esperanza" y el "temor". Razones de peso que de no modificarse las asegurarían como reserva del sistema, teniendo en cuenta el factor del clientelismo, el cual, como dice Rouquié, "tiende a perpetuar el *statu quo* y cumple una función conservadora".⁵¹

¿De qué lado político se colocan las mujeres? En una encuesta de Covarrubias y Asociados, en el Distrito Federal, las personas que se consideran de "derecha" son más del sexo femenino, y se encontró que votan por el PRI quienes, en primer lugar y predominantemente (60%) se autclasifican como de tendencia de derecha.

Por el PAN también votan personas que tienen tendencia a la derecha (51%), y por el PRD quienes se consideran de tendencia a la

⁴⁹ Cfr. Guillén L., Tonatiuh. "La cultura política y la elección presidencial de 1988. Hacia un análisis del neocardenismo", en *Francia Norte*, núm. 1, enero-junio de 1989, y "The social bases of the PRI", en Wayne A. Cornelius et al. (eds.), *Mexico's alternative political futures*, Center for us-Mexican Studies, University of California, San Diego, 1989.

⁵⁰ Graig, Anne L. y W. Cornelius. "Political cultures in Mexico: continuities and revisionist interpretations", en Gabriel A. Almond y Sidney Verba (eds.), *The civic culture revisited*, *op. cit.*, California, 1989.

⁵¹ Rouquié, Alain. *Op. cit.*

izquierda (48%), que son más del sexo masculino. La izquierda significa, en primer término, "oposición" tanto para quienes se sitúan a la derecha, al centro y a la izquierda; luego aparece como "lo malo y la violencia". La derecha significa, en primer término, "el PRI, el gobierno y los que gobiernan"; luego como "lo bueno, lo que va a favor del país y conforme a la ley". Una observación de esta encuesta es que "la no información es notoriamente más alta en los grupos autoclasificados de derecha y de centro que en el grupo de izquierda".⁵²

⁵² Levantada entre el 9 y 10 de agosto de 1995, abarcó 400 casos y se realizó por vía telefónica. Publicada con el título "Una diestra muy siniestra", en *Voz y Voto*, núm. 31, septiembre de 1995.

Tenemos así mujeres situadas entre dos corrientes políticas de la derecha, según la calificación de Lorenzo Meyer: una "autoritaria y corrupta" -conducida por el PRI-, y la otra, "decente y democrática" -conducida por el PAN.⁵³ Y tenemos un segmento de mujeres, una minoría, que se sitúa en el terreno de la izquierda y que vota por el PRD, partido que tiene lamentables deficiencias y contradicciones para generar adhesiones y atraer la preferencia electoral de las mujeres, paradójicamente, enarbolando la bandera de la igualdad y la justicia social -valores que aprecian las mujeres y que asocian a la democracia.

⁵³ Meyer, Lorenzo. "El cambio de guardia desde la derecha", en *Reforma*, 26 de octubre de 1995; y "Al despertar, el dinosaurio seguía allí", en *Reforma*, 25 de agosto de 1994.

Según los indicios de las opiniones femeninas en las encuestas, se requieren muchas más mujeres de la derecha y de la izquierda incorporadas como masa crítica ciudadana, dispuestas al cambio del orden político, a la alternancia y al logro de la transición a un régimen de carácter democrático.