

260906 17 355 1281 - 4896

SWEXA Enzargolado y c.d.  
INSTITUTO FEDERAL  
ELECTORAL 26 de Abril de 2006  
México, D.F.

2006 ABR 26 17:43

Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral  
Presente.

SECRETARIA EJECUTIVA

Respetando el acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral, le hago llegar la encuesta de preferencias del electorado realizada por Parametría S.A de C.V.

La información adjunta en formato impreso y magnético contiene los resultados de la encuesta y las características metodológicas de la misma.

Los resultados del sondeo tuvieron como medio de publicación original el periódico "Excelsior".

Atentamente,



Francisco Abundis Luna  
Director Asociado de Parametría S.A de C.V

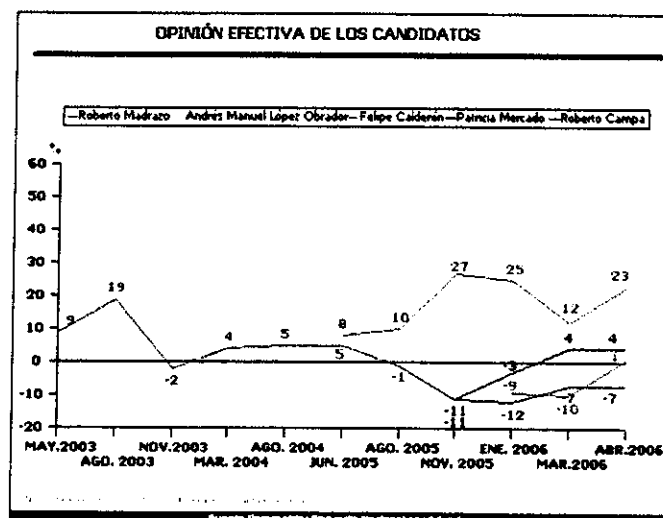
## *El saldo de las campañas negativas*

La teoría de la comunicación política sugiere que mensaje que no se responde termina por ser asumido. En los últimos dos meses hemos visto como el candidato del PRD ha sido atacado por lo menos con tres argumentos: primero un argumento proveniente del candidato del PRI en el que lo llama cobarde por no asistir al debate, segundo un argumento de intolerante por callar al presidente y tercero un argumento de crítica a su gestión en el que se cuestiona la forma en que financió los programas del Distrito Federal con deuda.

Estos ataques los podemos dividir en ataques personales y ataques de record de la gestión. Este último —dice la teoría—suele ser más legítimo y por ello de más efectividad. De hecho los ataques personales son los que tienen mayor posibilidad de revertirse o tener un efecto de “boomerang”.

Por ello es fácil explicar por qué la campaña del PAN continúa enfatizando el tema de record de López Obrador. El argumento de la deuda de la ciudad de México ha sido de gran impacto y por ello Calderón lo seguirá enfatizando, sobre todo durante el debate.

Con estos preceptos teóricos en mente y la evidencia registrada es posible explicar un cambio de tendencias como el que estamos observando en la última medición previa al debate. Del lado de la evidencia se observa una clara caída de la imagen de López Obrador, aún por debajo de la que tuvo durante los video-escándalos 25% vs. 21%)



Ante esta situación el PRD, al parecer no tiene más alternativa que entrar a la campaña mediática. La pregunta que queda es si el PRD reaccionará o cómo reaccionará a estos embates.

En otros procesos –como el debate sobre los videos de hace dos años- el daño que el PRD ha sufrido se puede dividir en tres partes. Los lugares donde gobierna, y los electores pueden dar su juicio sobre cómo se vive bajo gobiernos perredistas, para de esta manera confrontar con su realidad si el mensaje mediático es cierto o no. Los lugares donde tiene presencia, aunque no gobierne y se puede tener algún punto de referencia del partido; y los lugares donde el PRD es prácticamente inexistente y toda la imagen del partido está hecha de lo que dicen los medios. Estos últimos son los lugares más vulnerables.

Por todo esto la decisión del viernes pasado del IFE puede haber sido la más importante de esta contienda presidencial. La forma en que se realicen las campañas es determinante para el resultado de la elección.

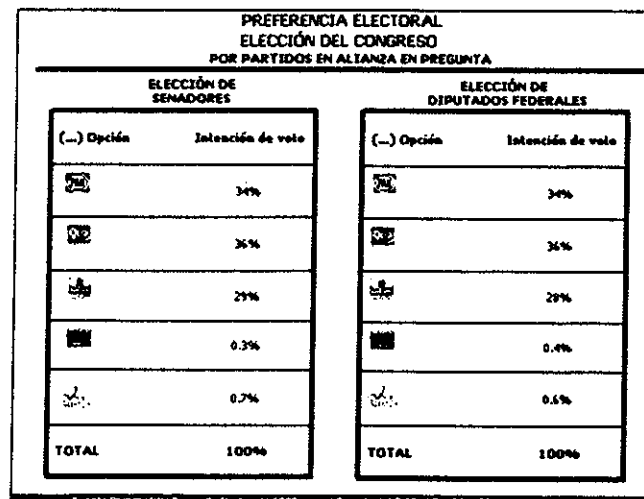
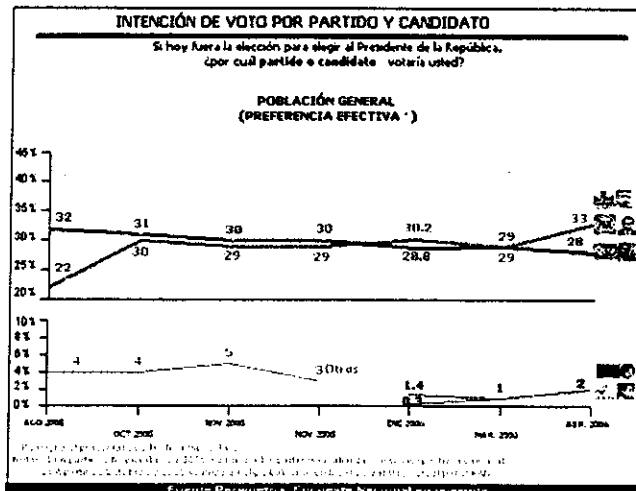
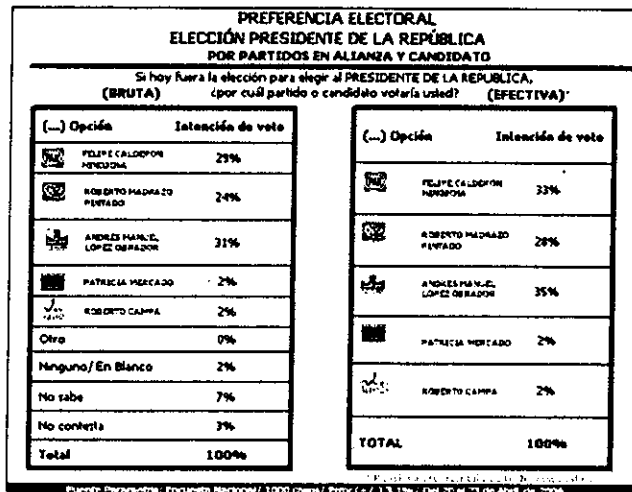
Lo interesante de la medición del mes de abril de Parametria es que si bien Felipe Calderón sube 4 puntos respecto a la medición anterior, se encuentra ligeramente por arriba del último dato de una elección federal donde el PAN obtuvo 32% de la votación. Por otra parte la baja de López Obrador es evidente. El escenario que se presenta es muy similar al que se vivió electoralmente durante los meses de discusión de los video-escándalos. La diferencia en esta ocasión es que se está a la mitad de una campaña electoral.

Es interesante ver también que el tránsito de votos que en principio dejan al candidato puntero no migran totalmente a su principal competidor, sino que también se ven fortalecidas las cuartas fuerzas electorales, las cuales no sólo suben en imagen y conocimiento (alrededor de 45%), sino que también suben en el nivel de preferencia.

Las preferencias electorales se están moviendo cada fin de semana en función de los eventos más recientes. Es importante mencionar que AMLO ha registrado un punto de resistencia alrededor de los 34 o 35 puntos porcentuales que aún durante el periodo de los video escándalos no se vio rebasado. Sin duda la resistencia de este punto dependerá de eventos futuros y de la capacidad de reacción de López Obrador y su equipo.

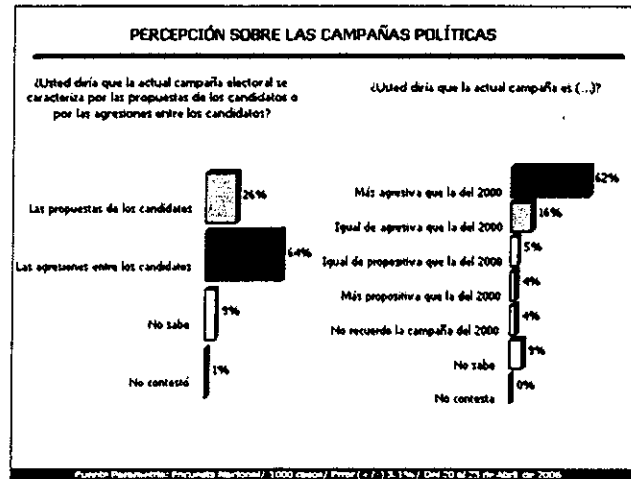
Con el virtual empate que se registra en esta medición no queda claro si esto se convertirá en tendencia o es un golpe con efecto temporal. Si es lo primero la posibilidad de cruzar al ganador es real, si es un golpe de

imagen la recuperación será natural. Probablemente no a los niveles y con la ventaja que se venía observando. Lo que es cierto es que mientras el PRD no responda con la efectividad y frecuencia que se requiere hay mayor probabilidad que se convierta en tendencia.

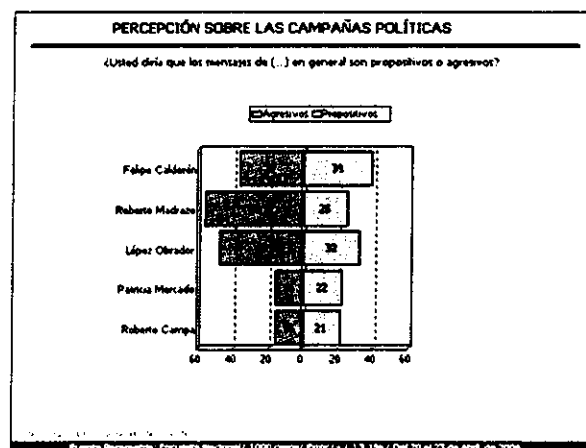


## Percepción sobre las campañas y el debate

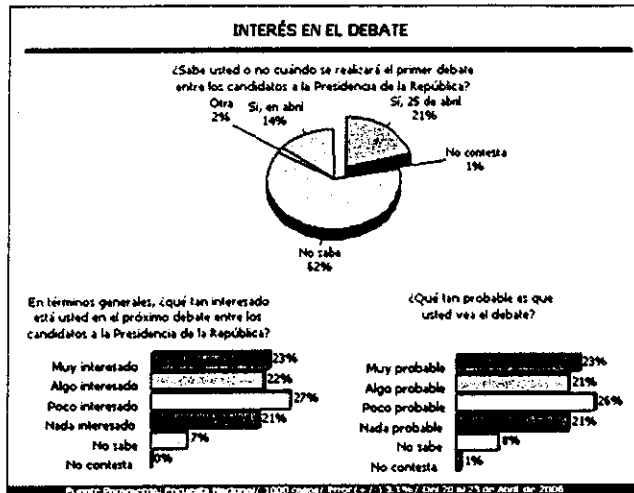
En opinión de los electores, las actuales campañas electorales se han caracterizado más por las agresiones entre los candidatos que por las propuestas. Incluso para seis de cada diez ciudadanos, las campañas del 2006 son más agresivas que las del 2000.



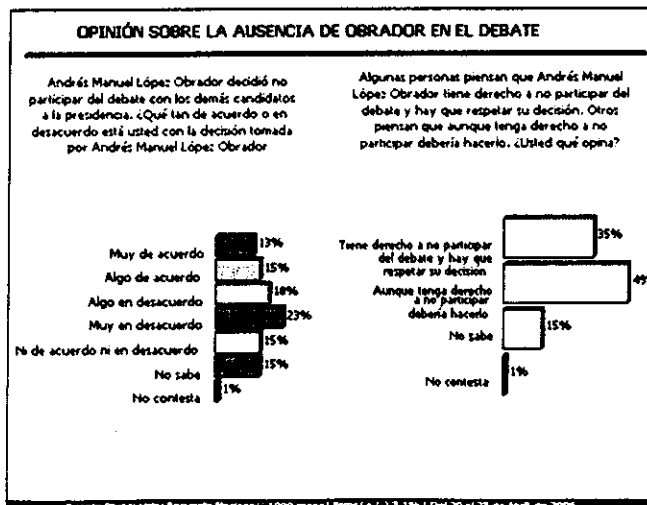
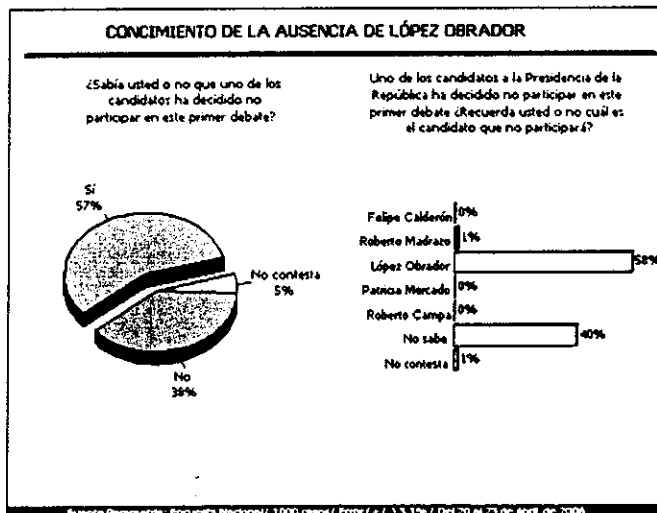
Pero esta percepción de belicosidad en la contienda no se asocia a todos los candidatos de la misma manera. Curiosamente, a pesar de que la campaña de Acción Nacional ha sido una de las más agresivas, a su candidato no se le percibe tan provocador como a los abanderados del PRI y PRD. Es decir, pareciera que la estrategia “del partido golpea y el candidato propone” le ha dado resultados favorables a Felipe Calderón y al PAN.



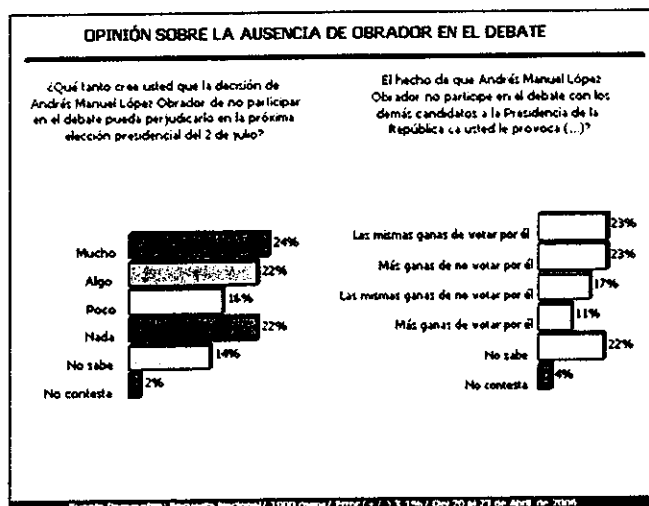
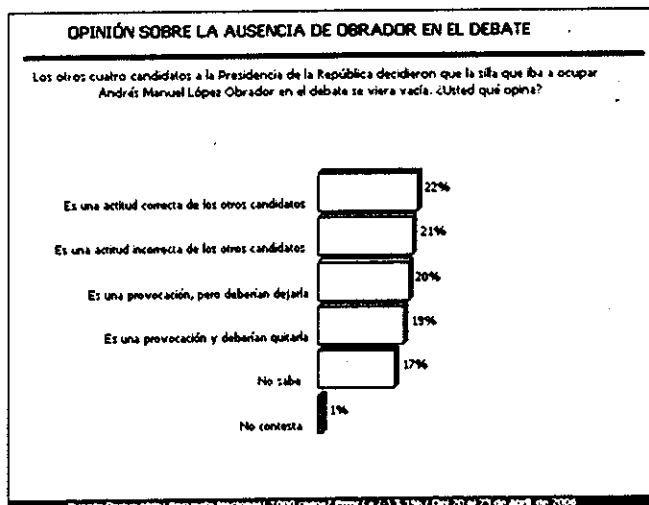
En esta elección presidencial, se ha puesto gran atención a los debates de los candidatos a la presidencia. Sin embargo, este primer debate no ha generado demasiadas expectativas en la población, pues sólo el 21% está enterado que el día de hoy habrá un debate entre los aspirantes a la Presidencia, y únicamente el 23% dice estar muy interesado en este evento.



Respecto a la postura de López Obrador de no participar en el debate, las opiniones de los mexicanos se partidisan. Es así que el 35% de la gente señala que la decisión de Obrador es respetable (coincidiendo con la intención de voto), y la mitad de los mexicanos menciona que aunque el perredista tenga derecho a no participar debería hacerlo.



El otro tema que ha generado una gran controversia en este debate es el asunto de la silla vacía. Sobre esta cuestión la postura de los electores se encuentra dividida en quintos. Algunos creen que dejar la silla de López Obrador vacía es una actitud correcta de los demás candidatos, otros consideran que es una provocación, pero que deberían dejarla. Hay quienes piensan que es una provocación y por lo tanto deberían quitar esa silla, y finalmente algunos más mencionan que es una actitud incorrecta de los otros cuatro aspirantes.



**NOTA METODOLÓGICA.** Estudio: Encuestas en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1,000. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV. Operativo de Campo: Camposc. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Fecha de levantamiento: del 20 al 23 de abril del 2006.

