

# **Entre el drama de la crisis y el circo futbolero Aproximación a la opinión pública**

Gilberto Fregoso Pera

## *Introducción*

Ante la cercanía del certamen futbolístico mundial a ocurrir en los Estados Unidos al mediar 1994, ví la oportunidad de desempolvar los resultados, a la vez curiosos y reveladores de la encuesta que aplicamos hace ocho años con motivo de la realización en México de una competencia semejante al XIII torneo de la especialidad comandado y convertido en gran negocio por la llamada Federación Internacional de Fútbol Asociación. Compromisos diversos fueron relegados a la publicación de los hallazgos aquí presentados, principalmente la saturación de trabajo, pero la distancia temporal creo, poco les ha menguado en interés y relevancia; juzguen los lectores.

En otro escrito traté lo concerniente a la manera como fue conseguida para nuestro país la sede de la justa balonística.

\* \* Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. Universidad de Guadalajara

pédica; los intereses que se movilizaron tanto políticos como económicos; el panorama peculiar de la crisis mexicana; la cobertura que de ella nos entregaron los rotativos locales *El Informador* y *El Occidental*, el noticiario radiofónico regional *Notisistema*, los telediarios nacionales *Día a Día* y *24 Horas*; la catarsis psicosocial generada merced a las expectativas delirantes de obtener el galardón máximo; las frustraciones producto de tal imposibilidad (“Fútbol México 1986: así se hizo el Mundial”<sup>1</sup>). Baste recordar y reconocer, para los efectos del artículo presente, la gravedad de la situación imperante desde 1982 y la necesidad, según criterio de la oligarquía, de buscarle paliativos. En esa lógica se inscribió la organización del susodicho torneo.

En el lapso comprendido entre mayo 18 y 24 de 1986, se aplicó una encuesta a 1 178 personas radicadas en Guadalajara, labor que se concluyó una semana antes de inaugurarse la competencia el 31 de mayo. El propósito de la indagación auspiciada por la Universidad de Guadalajara a través del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, fue el de averiguar entre algunos miembros de la población tapatía: 1) el nivel de interés respecto a los sucesos vinculados con la crisis socioeconómica, y el manejo consecuente de información acerca de sus indicadores básicos, por ende más publicitados; 2) el grado de afición al fútbol, así como el monto de conocimiento sobre aspectos ordinarios pertenecientes a este deporte, marcando el acento en aquéllos relacionados con la lid futbolística; 3) la actitud frente a ambos fenómenos; 4) los índices diversos de su exposición a los medios informativos; 5) ciertos indicadores generales centrados en la edad, género, escolaridad y ocupación; 6) con los datos de los cinco puntos anteriores, establecer algunos cruces de variables importantes. Nótese el carácter cognoscitivo de algunos rubros frente al de opinión en otros. Cabe señalar que no se consideró conveniente

1. *Chasqui*, Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 34, abril/junio de 1990. Quito, Ecuador.

grado de dificultad de los reactivos que implicaban un manejo puntual de información por parte de los individuos, fue menester suministrar previamente los cuestionarios a dos grupos referentes o de control, según la especialidad: para las cuestiones de fútbol, se escogió al equipo "Guadalajara" de la primera división profesional (18 elementos); tocante a lo relacionado con la crisis, quince académicos de las ciencias sociales aceptaron contestar las preguntas sobre la materia. El promedio de aciertos correspondiente a los primeros ascendió a 9.98 y el de los segundos a 9.87 (ambos sobre diez), y todos resultaron aprobados; guarismos convincentes para confirmar la validez de las baterías. Asimismo fue necesario evidenciar la claridad del instrumental completo, la cual se hizo con un grupo piloto de veinte personas al azar, procediéndose luego a corregir los errores observados.

Sin mayores pretensiones de solvencia estadística atinentes a la distribución muestral o a los coeficientes de correlación de atributos entre variables, estimo importante dar a conocer los resultados obtenidos, si se quiere como un acercamiento menor al saber, pensar y sentir de un segmento del pueblo tapatío.

### *Información general sobre las personas consultadas*

Razones de espacio impiden pormenorizar las cualidades de los respondientes, por lo que me remitiré a los rasgos más significativos.

*Edad:* Los datos se organizaron en intervalos de cinco años hasta las 49 unidades, quienes dijeron superar dicha cifra fueron agrupados al margen de este criterio. Predominó la gente joven, pues 64.5% tenía menos de 30 años y 42.7% no llegaba a los 25, mientras apenas 6.4% rebasaba los 50. El intervalo de 20 a 24 años tuvo la frecuencia mayor, con 27.8%.

cuenta sin depender de un patrón, o empleados de alto nivel ejecutivo); comerciantes 4.2% (grandes, medianos o pequeños pero establecidos con un local fijo); clero 2.1% (ministros de cualquier culto religioso o en víspera de serlo); empresarios 1.5% (propietarios o socios de industrias medianas o grandes). Por el tipo de ocupaciones identificadas y por la proporción entre ellas, el estamento o clase media estaría sobre-representado.

### *Percepción sobre la crisis*

La primera pregunta permitió averiguar si los encuestados admitían sentirse afectados por la situación prevaleciente (con su secuela de encarecimiento galopante; devaluación monetaria acelerada; congelamiento salarial; desempleo creciente; pérdida de subsidios para algunos productos básicos; decremento del gasto social; caída del precio internacional de los hidrocarburos, principal producto mexicano de exportación; acusaciones de corrupción, narcotráfico y fraude electoral contra el régimen de Miguel De la Madrid, ventiladas en el Senado estadounidense; consideraciones no planteadas, por supuesto, en el cuestionario). Contestó afirmativamente 86.2%, el restante 13.8% dijo no advertirse perjudicado. Al precisar cómo les afectaba la crisis, una mayoría abrumadora externó que en lo económico (77%), 5.3% se remitió a consecuencias morales y psicológicas, y otro 3.9% no especificó la forma.

Referente al interés por permanecer informado acerca de los avatares nacionales, 71.5% se situó en los niveles *mucho y regular*, en cambio apenas 28.5% optó por el *poco o nada*. A despecho de la actitud anterior, los sujetos examinados no avalaron con saber su pretendida atención a los dilemas del país, pues tan sólo 15.5% pudo responder aprobatoriamente la batería conteniendo diez reactivos abiertos (acertaron como mínimo seis de ellos), contra 84.5% de "reprobados". El promedio de los primeros llegó a 6.5, y el

de los segundos a 2.9 ; el conjunto alcanzó una media de 3.4 (toda notación es sobre diez). Los tópicos abordados fueron los siguientes: monto de la deuda externa mexicana, precio actual del barril de petróleo, porciento de la inflación durante 1985, se pidió recordar tres productos con subsidio cancelado, la cifra más reciente del recorte al presupuesto gubernamental, cotización del peso frente al dólar norteamericano, salario mínimo vigente en Guadalajara, nombre del candidato priista a la gubernatura de Veracruz; datos todos muy difundidos a través de los medios noticiosos, según monitoreo efectuado. No es aventurado suponer una cierta dosis de "pose" atribuible a los encuestados, al exteriorizar el grado de interés respecto a estar bien informados sobre el tema.

### *Afición y conocimientos futbolísticos*

La mayor parte de los individuos ubicó su gusto por tal deporte entre *mucho* y *regular* (57.3%), pero una nada desdeñable 42.7% manifestó *poco* o *ningún* agrado. El cuestionario de quince reactivos abiertos fue respondido con éxito por 65.5% de los sujetos examinados, contra 34.5% restante que no logró un mínimo de nueve aciertos. La mal disimulada indiferencia por su espectáculo favorito quedó contradicha merced a los índices elevados en el manejo del tema, sobre todo al advertir que el promedio aprobatorio llegó a 8.2, mientras el reprobatorio se quedó en 2.9; pero el conjunto arribó a una media de 6.5 (cifras tabuladas sobre diez). Los interrogantes propuestos solicitaban esta información: los equipos campeones tanto del más reciente torneo mexicano de primera división, como del anterior certamen mundialista a nivel de selecciones nacionales; el lugar donde se realizó dicha competencia; los cuadros contendientes programados para el partido inaugural del "México'86"; el futbolista más famoso de Argentina en ese momento; cinco sedes del Mundial 1986; equipo de Hugo Sánchez antes de

irse a Europa, y el conjunto donde se desempeñaba por entonces; selecciones dentro del mismo grupo de la mexicana.

Curiosamente, las personas consultadas declararon un interés mayor por los asuntos del país, postura no respaldada en el conocimiento de datos puntuales, y desapego relativo al acontecer balompédico, actitud hasta cierto punto contradictoria con el manejo considerable de saber, pues vale destacar que para la primera temática fueron formuladas sólo diez preguntas contra quince para la segunda.

### *Actitud ante ambos fenómenos*

En este apartado se cuestionó a los sujetos si estaban de acuerdo con que México hubiera adquirido el compromiso de organizar la llamada Copa FIFA a pesar de la crisis socio-económica imperante, 55.5% contestó de manera afirmativa, 43.9% lo consideró una incongruencia y 0.8% se manifestó indiferente al respecto. Llama la atención la discordancia entre el reconocer la existencia de los problemas y más aún sentirse afectado por ellos, y no obstante aceptar la realización del certamen en nuestro territorio, con todo y lo oneroso de hacerlo. La siguiente interrogante requería indagar si las personas se proponían comprar boletos para asistir a los juegos en los estadios locales sede (Jalisco y Tres de Marzo), apenas 6.4% tenía tal expectativa contra un contundente 93.6% que no pensaba acudir, merced a cuatro argumentos: carencia de recursos 5.3%, desinterés 7.1, imposibilidad de faltar al trabajo 20.5%, y preferencia por estar al tanto vía las transmisiones radiofónicas y televisivas 60.7%. Nótese la inconsecuencia de estos resultados con los que indicaban el nivel de afición al fútbol, es muestra de alguna "disonancia cognoscitiva" según el concepto facturado por León Festinger, comportamiento, dicho sea de paso, muy propio de la especie humana. Acerca de si la gente faltaría a sus labores en tanto dentro de ese horario transmitirían un encuentro que les interesara ver especialmente, un

estación 1.9%, las transmisiones de beisbol 1.7% (Radio Capital) y *Polémica* 1.4% (Radio Internacional), no contestó 3.2%. Referente a lo mismo, pero ahora vinculado con la televisión: 41.3% no gustaba de tal género; *Acción* (Televisa, canal 2) era el predilecto de 28.1%; la difusión de los encuentros de *soccer* fue favorecida por 9.9%, sin reparar en emisora alguna;  *Depor TV* (Canal 13 de Imevisión) captaba a 9.5%; la reseña de las lides beisbolísticas agradaba a 5%; y 6.2% declaró ser asiduo de cualquier programa sobre el particular. Es notable la diferencia entre estos dos vehículos masivos concerniente a la captación de los aficionados al deporte, con saldo a favor de la pantalla chica. La tendencia anterior se vio refrendada al inquirirles acerca de por cuál medio se valdrían para informarse sobre el Mundial 1986, pues la televisión acaparó el grueso de las preferencias con un categórico 59.9%, seguido por la radio con 16.3% de adeptos, los periódicos 13.5%, y finalmente aquéllos no "villamelones", decididos a hacer acto de presencia en los estadios al margen de las versiones mediadas, con apenas 3.5%. Vale decir que varias respuestas señalaban una combinación de medios, pero el límite de espacio conferido al artículo presente orilló a desglosar la parte proporcional correspondiente a cada uno. Al tenor de las adhesiones ya esperadas a la televisión, resultaba obligado indagar la preferencia del teleauditorio hacia las transmisiones que de la justa balompédica hicieran las dos cadenas nacionales, 46.2% extemó que elegiría las de Televisa (consorcio privado), contra 19.7% proclive a las de Imevisión (empresa estatal); un significativo 23.3% no manifestó particular preferencia por alguna, y el restante 10.8% negó cualquier seguimiento televisivo. Para columbrar las fuentes noticiosas generales acostumbradas por los entrevistados, se procedió a requerirles que nombraran los noticiarios radiofónicos y televisivos preferidos, y el diario que habitualmente leyeran. En el primer caso, sólo 69.7% manifestó escucharlos, de ese por ciento la mayoría abrumadora seleccionó a los de Notisistema (60.4%), no especificaron (3.3%)

y los demás se distribuyeron en porciones nimias entre una gama amplia de la oferta. Tocante al segundo aspecto, el tan conocido como inefable *24 Horas* acaparaba el apego del auditorio con 58%, a gran distancia aparecían *Siete Días* (8.2%), el local *Al Tanto* (4.7%), *Día a Día* (4.6%), y *Notivisa* (1.9%). Tres de los mencionados eran emisiones del monopolio privado Televisa (*24 Horas*, *Al Tanto* y *Notivisa*), cuyas proporciones agregadas alcanzaban 64.6% de los apoyos, frente al muy distante 12.8% que obtenían los dos de la cadena gubernamental Imevisión (*Siete Días* y *Día a Día*). Entre los encuestados 15.4% dijo no ver noticiarios, y 7.2% no especificó cuál. Es en el tercer rubro, el de la prensa escrita, donde el sesgo “ilustrado” de las personas abordadas se manifestó con claridad meridiana, pues tan sólo 19.6% reconoció no consultar periódicos. Por aquel entonces *El Informador* recogía 39.2% de los afectos, ante 29.4% de su competidor añejo, *El Occidental*, ambas gacetas editadas en Guadalajara. Muy a la zaga, *Excelsior* y el deportivo *Esto* con cifras iguales, 2%; un abanico dilatado de otras publicaciones se repartió los 7.8 puntos faltantes.

En resumen, predominaron las personas jóvenes (cuya edad promedio del conjunto fue de 28.5 años); casi dos tercios eran varones; sobresalieron en representatividad obreros (más de 200), empleados, estudiantes, trabajadores informales, personal docente, amas de casa y burócratas (cada grupo sobrepasó los 100); la presencia elevada de profesores y estudiantes incrementó de manera significativa la media de educación formal; las personas declarantes expresaron mayor interés por los problemas del país de lo que denotó su bajo manejo de información sobre el tema; dijeron ser menos aficionadas al fútbol de lo que mostró su relativo alto conocimiento al respecto; el saber futbolístico superó con creces el referido a los problemas nacionales; la exposición de los encuestados a los medios masivos fue elocuente, sobre todo a la televisión; no obstante que se sintieran afectados negativamente por la crisis económica, apoyaban que México organizara el torneo deportivo; ostensible la



tendencia a enfocar el acontecer de manera intuitiva, emocional y no tanto razonada; su atención a fuentes noticiosas propendió a concentrarse demasiado, para el caso, sólo dos noticieros (uno radiofónico y el otro televisivo) y dos diarios de circulación local la acaparaban; ante un espectáculo de la magnitud del aquí abordado, la mayor parte de los sujetos entrevistados lo percibiría como experiencia vicaria.

### *Algunos cruces de variables*

Sobre la base de los datos recién presentados, quisiera exponer de manera un tanto apretada el vínculo entre ciertos factores relevantes que dieron contenido a la indagación. La actitud diferencial observada entre los géneros femenino y masculino con relación al grado de interés sobre los problemas de México fue muy leve, pues 68% de las mujeres externó entre *mucho* y *regular*, frente a 73.2% de los hombres. Tales actitudes redundaron en que 12.6% de ellas obtuviera una calificación aprobatoria (de seis a diez aciertos) respecto al manejo de los indicadores más difundidos acerca de la crisis, contra 16.8% de ellos; los resultados evidenciaron una supremacía masculina no muy grande.

Con referencia al mismo rubro enfocado por edades, 71.2% de quienes tenían 25 años o menos se inclinó hacia la atención *máxima* y *regular*, ante un similar 72% de los que rebasaban ese límite; pero al revisar el conocimiento de ambos grupos sobre el tema, las personas mayores denotaron ventaja notoria pues 20.6% contestó con éxito el examen, frente a 10.4% de los más bisoños.

Visto según cotas de escolaridad (cada modalidad incluirá en adelante a los egresados o no de cada nivel respectivo), la mitad de aquéllos que no tuvieron acceso a la educación formal indicaron *mucho* y *regular* interés por los dilemas nacionales, igual postura denotó 56.4% de primaria, 63.8% de secundaria, 76% de los bachilleres, 87.9% de los normalistas, 75.3% de los técnicos, 82.1% de licenciatura, y

taron por el *regular* lograron 13.8%, aquéllos *poco* atentos 8.2% y los del rotundo *nada* apenas 4.3%. Se hizo evidente que el grado de interés algo influyó en el manejo informativo.

Conviene ahora explorar el vínculo de los medios masivos, en tanto fuentes noticiosas, con el mismo tópico del saber acerca de los dilemas mexicanos. Mientras los lectores aprobados de periódicos llegaron a 16.8%, los no lectores representaron apenas 10%. Tocante a los noticiarios radiofónicos, los escuchas aprobados significaron 16.6%, contra 13.2% de quienes no lo hacían. El distanciamiento más significativo entre unos y otros ocurrió con los telediarios, pues de quienes sí los veían contestaron con éxito 16.7%, a diferencia de 9.3% que dijeron no acostumarlos. Los resultados revelan cierto influjo favorable de los medios para permanecer informado.

De manera también somera vale revisar la dimensión futbolística, donde los sujetos masculinos mostraron gustar de este deporte en cuantía superior que el sexo femenino, así, 65.3% de ellos ubicaron su preferencia entre *mucho* y *regular*, contra sólo 38.9% de ellas. Los varones que solventaron la prueba representaron 74.2%, ante el menor pero sorprendente 45.4% de las damas; cifras altas en los dos casos, pero clara la preminencia de los primeros.

Apego similar por el balompié manifestaron los menores de 25 años frente a los de 26 o más, pues los primeros se adhirieron al *mucho* y *regular* en un 58% y los segundos totalizaron 56.6%. Sin embargo, el aval cognoscitivo favoreció a los más jóvenes, 68.7% de cuyos miembros pusieron de manifiesto gran dominio del tema, contra el 62.3% de quienes trascendían los 26.

Dentro de tales niveles de aprecio por el *soccer* fueron detectados 45.2% de los no escolarizados, 45.4% de normal, 45.6% de técnicos, estos tres estamentos con la menor proporción de aficionados, ante 56.3% de licenciatura, 57.1% del posgrado, 57.7% de bachillerato, 57.8% de primaria, cuyas notaciones parecidas rebasaron porcentualmente la

mitad de cada grupo, con el máximo 68.4% para la secundaria. La conseja popular hubiera creído que las personas con menos instrucción formal se declararían “torcedores” entusiastas, o tal vez por pena o recato se hayan eximido de exteriorizar sus sentimientos verdaderos. Es ilustrativo comparar cómo el grado de afición se reflejó en cuanto a los conocimientos balompédicos: la totalidad del posgrado demostró ser especialista, pues el 100% obtuvo nota aprobatoria, superando con creces el grado de interés expreso; 82.3% de los bachilleres estuvieron en esa situación; 70.6% de la licenciatura; 67% de la secundaria (muy coherente con las expectativas); 54.3% de los técnicos; 53.3% de la primaria; 53% de los normalistas; y 42.9% de los no educados con formalidad, como los únicos por debajo del gusto manifiesto.

El grueso del empresariado bajo consulta precisó su afición entre *mucho* y *regular* (83.3%), seguido de comerciantes (72%), obreros (67%), profesionistas (64.4%), clérigos (64%), burócratas (58.9%), empleados (58.1%), estudiantes (54.5%), trabajadores informales (52.6%), y las amas de casa un lógico 38.5%. Salvo los empresarios y los trabajadores informales, el resto de los grupos ocupacionales sobrepasó en saber los guarismos explícitos de su afición, incluso las damas dedicadas a las labores hogareñas. El por ciento más elevado de aprobación correspondió a los señores de la industria (77.8%) y el menor a los subempleados (50%).

Entre los *muy* devotos 91.3% demostró conocimientos amplios frente a 81.6% de inclinación *regular*, 57.4% de los *poco* interesados y 20.7% de los *nada* gustosos. Diferencias claramente significativas, pues el mayor respaldo al deporte repercutió en mejor manejo de información sobre el mismo.

Procede concluir enlazando la exposición a los medios noticiosos por parte de los sujetos abordados, con los montos de saber sobre el fútbol.

De los que dijeron leer periódicos 68.2% salieron airosos del examen, frente a 48.6% de los que no externaron tal

costumbre. En esta tónica, 67.6% de las personas habituadas a escuchar noticiarios radiofónicos logró contestar satisfactoriamente el cuestionario de quince reactivos, contra 60.9% de no radioescuchas. Con respecto a los telediarios, 67.6% de su audiencia declarada tuvo éxito al responder, ante 53.3% de los no expuestos a este tipo de mensajes audiovisuales. Ligera superioridad obtuvo el conglomerado de los lectores. Parece evidente que el aproximarse a los medios como fuentes informativas sí tiende a influir en la adquisición de conocimientos acerca del tema.

Datos cuantiosos se quedan en el “tintero” electrónico pues todas las variables fueron combinadas, razones de espacio y de respeto por la paciencia de nuestros favorecedores obligan a terminar aquí, si es que alguien osado llegó hasta el final del recorrido.