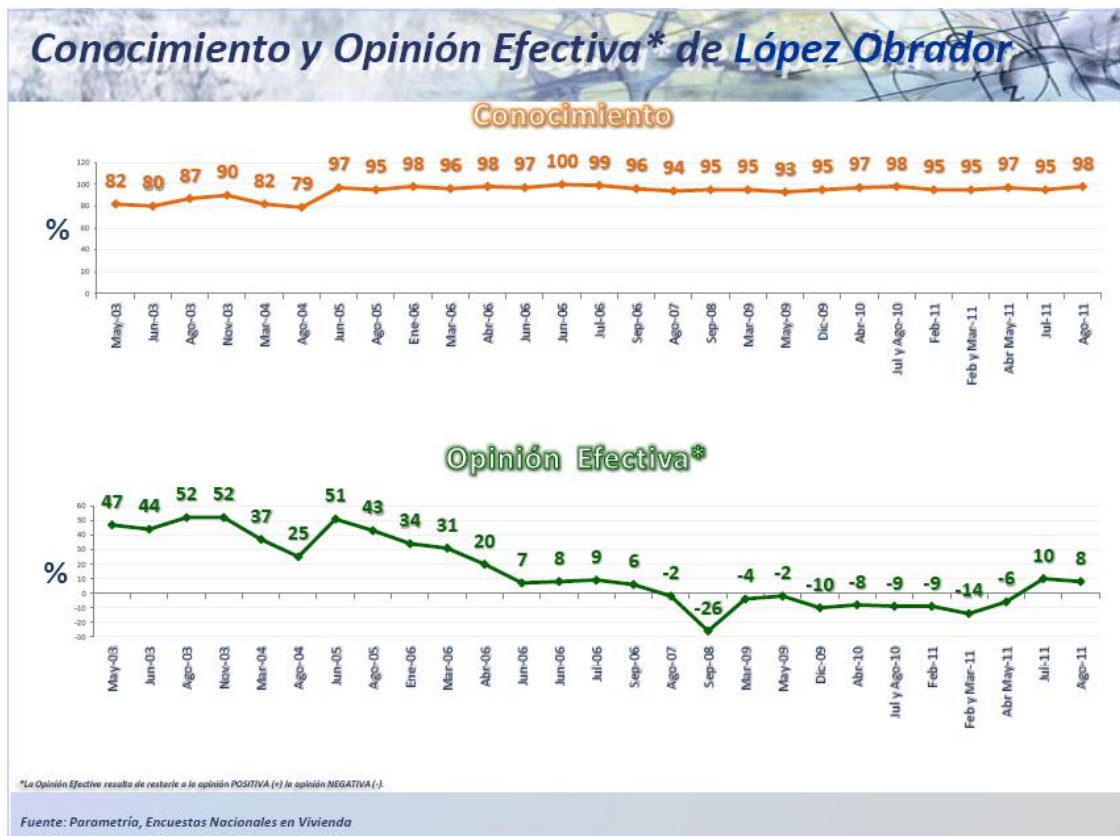


## **La batalla de Andrés Manuel**

A una semana de que inicie formalmente la carrera por la Presidencia, Andrés Manuel López Obrador experimenta un panorama particular: altos niveles de conocimiento, bajos de popularidad –que, sin embargo, avanza de a poco-, dos partidos emergentes a su disposición y un movimiento que presume ser nacional.

El tabasqueño, considerado recientemente por el dirigente nacional del PRI como el enemigo en las elecciones de 2012, es uno de los políticos más conocidos por los mexicanos. Superado únicamente por el Presidente Felipe Calderón, el 98% de la gente ha oído hablar de López Obrador, de acuerdo con la más reciente Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría.

El nivel de conocimiento, deseable para muchos, no se traduce en buenas opiniones para el ex Jefe de Gobierno, del que 43% de la gente tiene una opinión negativa. La opinión efectiva alcanza un 8%. Aunque a pesar de ser de un solo dígito, representa un crecimiento para la imagen del tabasqueño, quien por segunda vez (en las mediciones periódicas de Parametría) repite con un saldo positivo de opinión efectiva –desde agosto de 2006, eran más quienes tenían mala imagen de López Obrador que aquellos con buena imagen de él-, pero todavía lejana del 52% de noviembre de 2003. El gráfico histórico muestra la caída en la opinión efectiva del personaje, a pesar de mantener niveles de conocimiento superiores al 90% desde junio del 2005.



La recuperación de la imagen (mantenida en dos mediciones) pueda tal vez marcar ser un buen comienzo para la campaña presidencial para el ex Jefe de Gobierno.

En el tema de los partidos que pudieran acompañarlo, se observa que el Partido de la Revolución Democrática, del que López Obrador se ha distanciado, alcanza el 100% de nivel de conocimiento. En porcentajes similares se encuentran el Partido del Trabajo y Convergencia, partidos de izquierda que en 2006 apoyaron la candidatura de López Obrador a la Presidencia y que han abonado a la aspiración del tabasqueño para contender de nueva cuenta en 2012.

## Conocimiento y Opinión de Personajes

| ¿Ha oído hablar o no de (...)?               |                         | ¿Y cuál es su opinión sobre esta persona (...)? |       |   |      |          |   |                   |
|--|-------------------------|---|-------|---|------|----------|---|-------------------|
| (...)  | Si ha oído hablar de... | Muy Buena                                       | Buena | Opinión Positiva<br>(suma de Muy buena y Buena) | Mala | Muy mala | Opinión Negativa<br>(suma de Mala y Muy mala) | Opinión Efectiva* |
| Andrés Manuel López Obrador                  | 98%                     | 6%  | 45%   | 51%   | 31%  | 12%      | 43%   | 8%                |
| PRD  | 100%                    | 4%  | 41%   | 45%   | 39%  | 10%      | 49%   | -4%               |
| Convergencia                                 | 97%                     | 0%  | 28%   | 28%   | 34%  | 9%       | 43%   | -15%              |
| Partido del Trabajo                          | 98%                     | 2%  | 34%   | 36%   | 29%  | 8%       | 37%   | -1%               |
| Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) | 33%                     | 7%  | 35%   | 42%   | 22%  | 6%       | 28%   | 14%               |
| Movimiento Ciudadano                         | 28%                     | 1%  | 32%   | 33%   | 19%  | 4%       | 23%   | 10%               |

Note: Sumo 100% agregando el "No sabe" y el "No contesta".

\*La Opinión Efectiva resulta de restarle a la opinión POSITIVA (+) la opinión NEGATIVA (-).

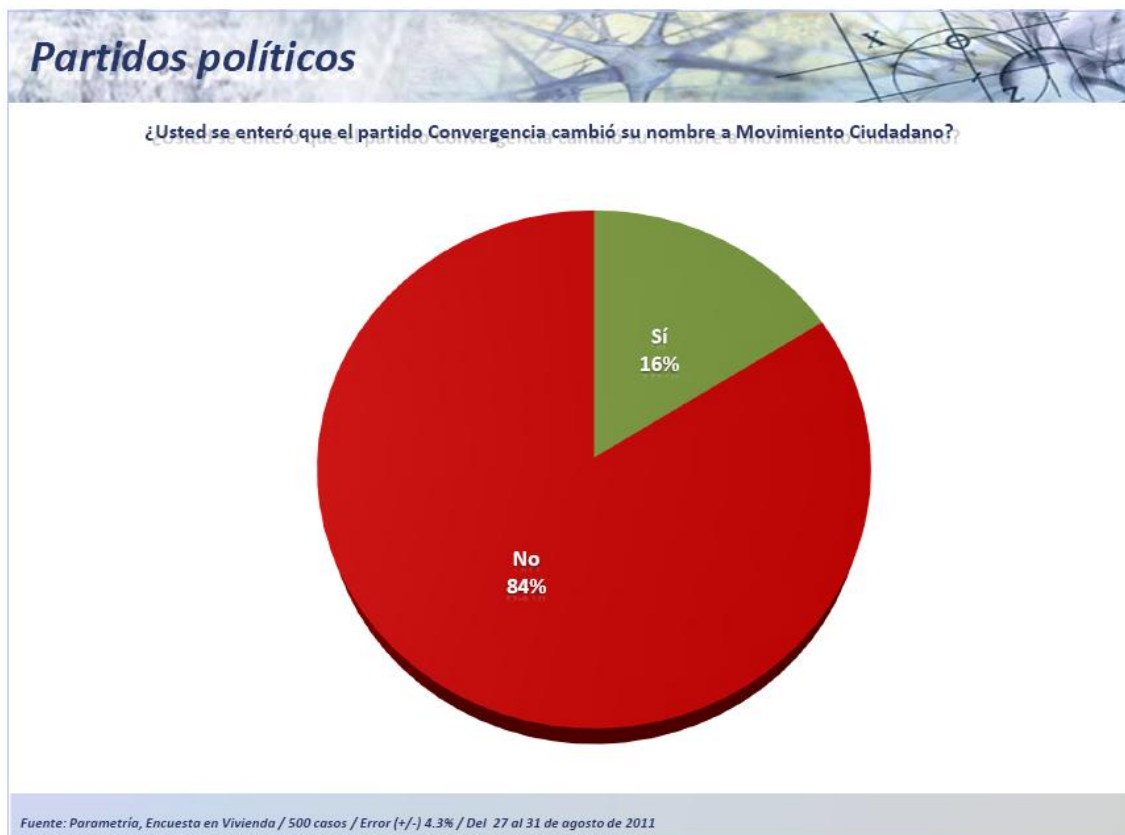
Fuente: Parametría, Encuesta en Vivienda / 500 casos / Error (+/-) 4.3% / Del 27 al 31 de agosto de 2011

La diferencia se observa al evaluar la opinión que de ellos tiene la gente. El sol azteca alcanza un -4% de opinión efectiva. De los tres partidos, integrantes del Diálogo para la Reconstrucción de México, es Convergencia (recién nombrado Movimiento Ciudadano) el de peor imagen, con un saldo de -15% de opinión efectiva. El Partido del Trabajo llega a -1% de saldo entre opiniones negativas y positivas.

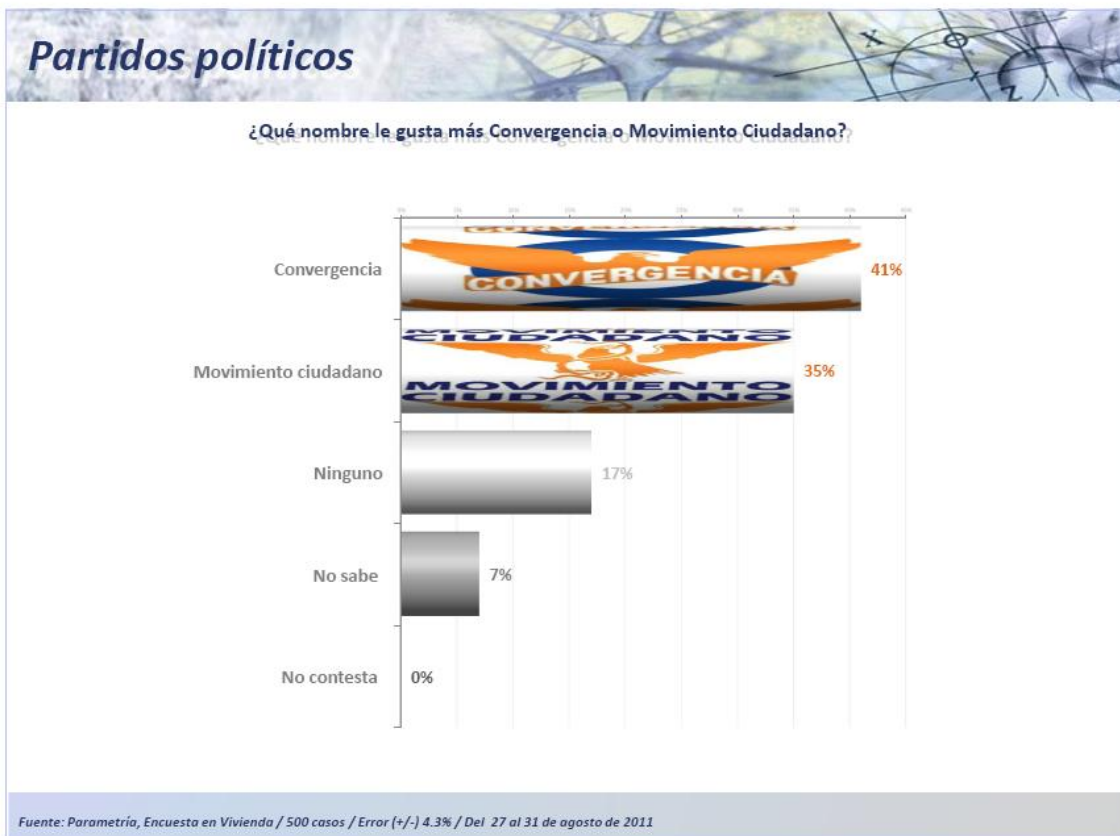
A la evaluación hay que sumar el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena). Creado por López Obrador y con estructuras en todo el país, un tercio de la gente ha oído hablar de Morena, que alcanza 14% de opinión efectiva, mayor que cualquiera de los partidos antes mencionados.

Además de la disputa en el PRD por la candidatura presidencial, López Obrador tendrá que cargar con los efectos del cambio de nombre de Convergencia, que pudiera ser favorable para su causa. Cuando a los encuestados se les preguntó por Movimiento Ciudadano, el 28% dijo haber oído hablar de él y, al considerar la imagen que tiene entre la población se observa un saldo positivo de 10% de opinión efectiva.

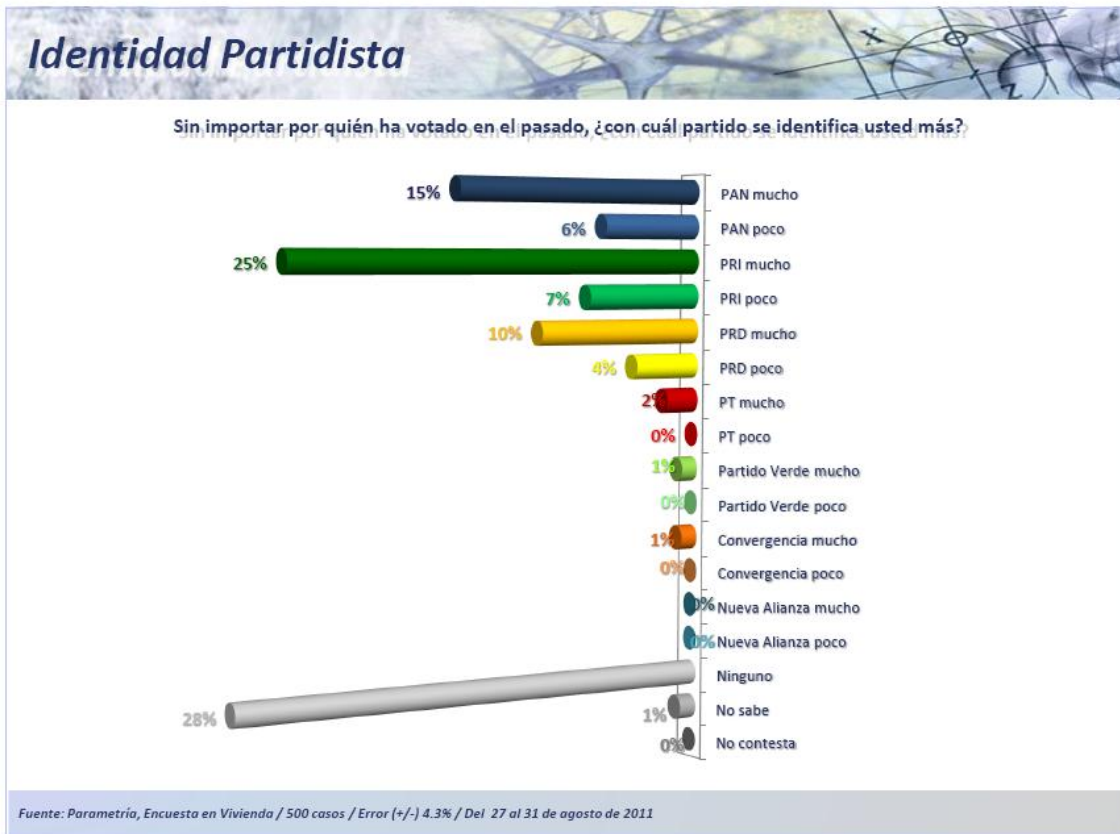
Aunque es probable que la opinión positiva de Movimiento Ciudadano se deba al desconocimiento del mismo como partido político, pues apenas el 16% supo del cambio de nombre de Convergencia. La diferencia en los porcentajes de una y otra denominación se deba tal vez a que el nombre Movimiento Ciudadano no es asociado en automático con un partido político, que, como el resto de los institutos políticos con registro, recibe recursos públicos, tiene prerrogativas y compite por espacios de poder, con una estructura partidista propia.



Los efectos del cambio de nombre en el gusto de los ciudadanos están divididos. Dos de cada cinco mexicanos prefieren el nombre Convergencia, al 35% le gusta más Movimiento Ciudadano.



La apuesta de López Obrador por la creación de una estructura alterna a la de los partidos políticos, con su Morena, adquiere más sentido si se revisa la baja identificación de los ciudadanos con PRD, PT y Convergencia (ahora Movimiento Ciudadano). Entre los tres, suman 17% de identificación. Lejos del 21% que se identifica con el PAN y aún más del 32% que manifiesta algún grado de identificación con el PRI.



Las voces que creen que la elección de 2012 está decidida, habrán de revisar los trazos de López Obrador, con un movimiento nacional, un partido que se ostenta como ciudadano y una popularidad que, aunque lento, crece.

FUENTE:

**PARAMETRÍA.** Estudio: Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 500 encuestas del 27 al 31 de agosto de 2011. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 4.3%. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE.

ARTÍCULO PUBLICADO EN LA RAZÓN. 28 de septiembre, 2011.