

CHILE - Encuestas: la tuya, la mía, la de ellos y el fenómeno Marco

Raúl Zarzuri, El Mostrador

Domingo 7 de junio de 2009, puesto en línea por [Claudia Casal](#)

4 de junio de 2009- [El Mostrador](#) - Este último tiempo, el debate por la aparición de la candidatura de Enríquez-Ominami, ha estado centrado en las encuestas que se han aplicado y las interpretaciones de sus resultados. Los dimes y diretes de los comandos, pero particularmente el de Frei, han sido noticia.

Para comenzar, hay que señalar que hasta ahora, las encuestas aplicadas, tanto telefónicas (las más) como las cara a cara (las menos) no son estrictamente probabilísticas, salvo la del Centro de Estudios Públicos - de ahí el apelativo de la "madre de todas las encuestas"-. La mayoría utiliza el método por cuotas como último paso del proceso, lo cual no hace posible la extrapolación o inferencia de los resultados a la población objeto de la encuesta.

Por otro lado, las encuestas telefónicas tienen un gran problema, el de la cobertura. Actualmente, sólo un 50% de los hogares chilenos cuenta con teléfono fijo, lo cual aumenta a un 70% en el Gran Santiago. Otros datos, señalan que un 75% de los hogares de estrato socioeconómico D y E han optado sólo por el teléfono celular, lo cual hace que el acceso a estos sectores vía teléfono fijo, se vea disminuido, dificultando obtener resultados precisos. La conclusión es que las encuestas telefónicas representan alrededor de un 25% de los hogares del país o hasta un 35% de los del Gran Santiago. Si integramos la tasa de rechazos en este tipo de encuestas -cercana al 50%- la cosa se torna un poco más complicada. Esto, no es un dato menor, pero que no se señala en las fichas técnicas.

Siendo esta realidad, hay que señalar, que hasta el momento independientemente de las cuestiones técnicas, las encuestas por lo menos en nuestro país tienen bastante credibilidad a pesar que muchas vienen de centros o espacios con determinada tendencia política, lo cual no es de extrañar, ya que precisamente ahí están los recursos para realizar este tipo de sondeos, y más aún, si se está en pleno proceso electoral. El punto entonces, no es una cuestión de la "ideología" de quién realiza la encuesta, sino, es un problema de ética, cuestión que hasta el momento no se ha transgredido. No por lo menos de la forma en que los sectores de derecha manipularon las encuestas a finales de los ochenta, para dar ganador en las elecciones presidenciales a Pinochet. Entonces, al parecer el problema no va por ahí.

Las dudas sobre las encuestas son siempre legítimas, claro está, siempre y cuando no se traspasen ciertos marcos de la buena convivencia y se tengan apreciaciones por lo menos bien fundadas, cuestión que no ocurrió cuando el comando de Frei comentó la última encuesta de la Universidad del Desarrollo, donde la argumentación fue muy destemplada, falta de rigurosidad y de inteligencia, de tempo comunicacional y llena de obviedades, lo que demuestra el impacto que ha tenido el "fenómeno Marco" en la candidatura de Frei -y que es minimizada en el comando de Piñera-. Para muestra, dos botones. El primero, señalado por Pablo Halpern, quien restó validez a la encuesta, porque no realizó una pregunta ficticia donde compitieran Piñera y Lavín, como se hizo con Enríquez-Ominami. Hasta donde se sabe, sólo hay seis ciudadanos (Piñera, Frei, Enríquez-Ominami, Arrate, Navarro y Zaldívar) que han señalado querer competir por el sillón presidencial, y entre ellos no se encontraba Lavín, quien ya está postulando a un sillón senatorial, por lo tanto, no se podía pedir que la encuesta lo considerara. Un segundo botón fueron los argumentos de Marcelo Schilling, quien señaló, que esta es una encuesta estática y sólo una fotografía. Bueno, todo alumno de segundo o tercer año de sociología sabe eso, por lo tanto, esto no es un argumento para desacreditar una encuesta. Todas las encuestas son fotografías de un momento particular (aún las probabilísticas como la del Centro de Estudios Públicos) las cuales se pueden demorar en tomar,

5 horas, un día, o semanas dependiendo de la modalidad (telefónica, por correo, cara a cara, en la calle, en el hogar, etc.).

Por otra parte, el CERC, con Carlos Huneeus a la cabeza y acompañado por Marta Lagos de MORI, señalaban que no existía el "fenómeno Marco", catalogándolo sólo como un fenómeno mediático, alimentado por la derecha, los medios de comunicación y por supuesto, por las encuestas de consultoras o centros que hacen "uso político de este tipo de instrumento". Sin embargo queda la duda, ya que por lo menos este tipo de argumentaciones son bastantes "livianas", más aún, si se analiza la encuesta CERC, donde la explicación para afirmar la inexistencia del "fenómeno Marco" se basa en la interpretación de una pregunta en su encuesta: ¿Quién le gustaría que fuera presidente?, que según el informe de resultados, "mide la disposición de voto", y donde Enríquez-Ominami, aparece con el 1% de las preferencias.

Hay que señalar, que la encuesta de TNS-TIME también realiza la misma pregunta: ¿Quién le gustaría que fuera la o el próximo presidente de Chile? donde Enríquez-Ominami obtiene un 2% en abril y un 13% ahora en Mayo subiendo en preferencias. Sin embargo, no llega a la misma conclusión que Huneeus. ¿Cuál es el motivo? TNS-TIME -y todas las otras encuestas que han aparecido hasta ahora-, formula otra pregunta que es mucho más precisa para medir la intención de voto: "Si las elecciones fueran el próximo domingo y los candidatos fueran... ¿Usted votaría por?" donde este obtiene un 14% en abril y un 26% ahora en Mayo. La pregunta que se puede hacer, es por qué el CERC no realizó en su encuesta una pregunta de ese tipo, ya que técnicamente, este modelo de pregunta -lista cerrada- permite obtener datos más exactos sobre intención de voto que la que se utilizó.

Entonces, lo que queda, es reconocer que estamos frente a un "fenómeno", porque es, el único candidato que ha venido subiendo en las encuestas en los últimos meses de forma acelerada, notándose el estancamiento -y cierto retroceso- en las candidaturas de Piñera y de Frei. Así cual espuma -en atención a una vieja canción: "sube, sube, la espumita"- comienza a subir y elevarse cuan volantín dieciochero, cuestión que es señalada por encuestas que provienen de los más diversos sectores ideológicos (Imaginación, Giro-País/Subjetiva, UDD, TNS-Time, etc.). Por lo tanto, es un punto de atención para las otras candidaturas, ya que "si el río suena, es que piedras trae".

Lo que si está por verse, es el "techo" que puede alcanzar este fenómeno -que al parecer será alto-, ya que continúa aumentando el encantamiento entre este candidato y una parte significativa de la ciudadanía, cuestión que es bastante transversal a la clase social, a las generaciones y a lo ideológico/partidista.

Si, habrá que esperar el programa y propuesta de cambio que propone, el cual tiene como desafío encantar aún más a la gente, cuestión compleja. Por ahora no se le puede exigir más que a las otras candidaturas, que todavía no muestran sus programas.

Raúl Zarzuri es sociólogo, director e investigador del Centro de Estudios Socio-culturales (CESC).
<http://www.elmostrador.cl/index.php?noticias/articulo/encuestas-la-tuya-la-mia-la-de-ellos-y-el-fenomeno-marco/>