



**Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Sociología**

## **DESNATURALIZANDO EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA**

**Memoria para optar al título profesional de sociólogo.**

**Emilio Andrés Venegas Vergara  
Profesor guía: Pablo Cottet**

**Santiago, Noviembre 2015**

*“¿Qué es entonces la verdad? Un ejército móvil de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realzadas, extrapoladas, adornadas poética y retóricamente y que, después de un prolongado uso, a un pueblo le parecen fijas, canónicas, obligatorias: las verdades son ilusiones de las que se ha olvidado que lo son, metáforas que se han vuelto gastadas y sin fuerza sensible, monedas que han perdido su troquelado y no son ahora consideradas como monedas, sino como metal”.*

***Friedrich Nietzsche  
Sobre verdad y mentira en sentido extramoral***

## **Agradecimientos**

Primero que todo y como a nadie, deseo agradecer a mi esposa. Por acompañarme durante todo el proceso. Por escuchar cada cosa que le comenté sobre la tesis con su clásica dispersión. Por ayudarme en cuestiones técnicas al final del proceso y por leer algunos apartados de los que me sentía inseguro. Por cada coma que me ayudo a cambiar, por su inconmensurable ayuda en la realización de la bibliografía. Por su enorme amor y paciencia. Gracias mi Charly.

Como no agradecer a mi familia. Por la amorosa presión que ejercieron, pero sobre todo por ser mi sostén material durante todo el proceso de estudio. Las bases materiales lo son todo. En específico, a mi padre por su pesadez y prosaico humor, a mi madre por su cariño y comprensión enormes, a mi abuela por su afecto y apoyo y a mi hermano por ser mi compañero de juegos, de estupideces, de ocurrencias.

Luego, debo saldar mi deuda intelectual con el Observatorio de Opinión Pública de la Universidad de Chile. Por albergarme y darme trabajo, además de motivarme a trabajar el tema de esta investigación tal como lo hice. En especial agradezco a Guillermo Cumsille, uno de los coordinadores del Observatorio (al otro coordinador le agradezco luego), por volverme parte de este proceso desde hace ya 2 años luego de leer mi deficiente seminario de grado, que espero sea superado con creces aquí.

También agradezco a las dos personas que me acompañaron en todo el proceso académico de estudiar sociología: Miguel y Omar. Por ser también mis amigos a pesar de ser el humano más antisocial del mundo.

Agradezco el apoyo, la guía y la amistad de Pablo Cottet. Por ser un maestro firme y un apoyo permanente en todo el proceso. Por sus reflexiones, en los cursos donde lo acompaño como ayudante y en las discusiones dadas desde el Observatorio y el Núcleo de Opinión Pública.

Por último, a quienes leerán este trabajo. Porque, desde la más absoluta humildad, contiene una enorme cantidad de trabajo. De allí su cantidad de páginas, muchas más del límite de 30 mil. Pero bueno, si quebramos el campo de la OP, porque no quebrar un cochino límite de páginas. Espero puedan disfrutarlo o al menos no odiarlo

## Índice

<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>3</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>PROBLEMATIZACIÓN Y ANTECEDENTES .....</b>	<b>9</b>
<b>Hacia los elementos fundamentales del conocimiento producido sobre la OP: la batalla conceptual ....</b>	<b>10</b>
La encuesta de OP como actor político: encubrimiento de la OP real .....	11
La OP como objeto de estudio .....	16
La OP en su consideración normativa.....	20
La OP como proceso .....	24
Síntesis .....	27
<b>Hacia una revisión histórica del concepto de OP .....</b>	<b>28</b>
El número.....	31
La psicología social.....	33
La OP “democrática” .....	37
Síntesis .....	39
<b>Historia de la Industria de OP en Chile .....</b>	<b>40</b>
Síntesis .....	43
<b>Estudios del campo de la OP en Chile .....</b>	<b>44</b>
Síntesis .....	49
<b>Recapitulando la problematización .....</b>	<b>50</b>
<b>JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DEL ESTUDIO.....</b>	<b>51</b>
<b>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>52</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>52</b>
<b>PANORAMA CONCEPTUAL .....</b>	<b>53</b>
El espacio de la sociología del conocimiento científico .....	53
Hacia la construcción de una postura sociológica en torno al conocimiento.....	56

El conocimiento sobre la OP como estructuración social.....	58
¿Campo de la OP? .....	62
El paradigma como eje generador de posiciones en el campo de la OP .....	67
Re-articulando: precisando la pregunta por lo social .....	73
<b>DISEÑO METODOLÓGICO E INSTRUMENTAL.....</b>	<b>82</b>
Estrategia Metodológica .....	82
Tipo de estudio (alcances de la investigación) .....	83
Diseño de Investigación.....	83
Técnica de producción de información.....	84
Muestra .....	87
Tipo de análisis .....	89
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>93</b>
Introducción.....	93
<b>Fundamentos teórico-epistemológicos .....</b>	<b>94</b>
La cuestión ontológica .....	95
Indefinición problemática de la OP .....	95
Indefinición no problemática de la OP .....	97
Definición práctica de OP.....	100
Definición teórica no problemática de OP.....	101
La cuestión epistemológica .....	103
Compenetración sujeto/objeto .....	103
Distancia sujeto/objeto.....	107
Síntesis de los fundamentos teórico-epistemológicos .....	109
<b>Fundamentos metodológicos.....</b>	<b>113</b>
Acercamiento metodológico .....	113
Equilibrio entre lo cuantitativo y lo cualitativo.....	113
Primacía cuantitativa .....	116
Punto intermedio: supremacía de lo cuantitativo sin valoración.....	118
Tipo de conocimiento producido: la pregunta por la calidad .....	119
Normatividad teórica, metodológica y ética como eje en la producción de conocimiento de calidad ...	119
El factor técnico como eje en la construcción de conocimiento de calidad .....	122
Síntesis de los soportes metodológicos del conocimiento generado en el campo de la OP .....	131
<b>Fundamentos sociales en la producción de conocimiento sobre la OP .....</b>	<b>134</b>
El uso social desde fuera de la propia práctica.....	135

Interés estatal .....	137
Interés político (políticos profesionales u organizaciones políticas) .....	138
Interés privado .....	139
El “propio lugar” en el uso social .....	140
Entre el medio y el fin: tensión en el uso social.....	140
Investigación comercial como mediadora de usos sociales ajenos .....	143
Uso social académico .....	147
Síntesis de los fundamentos sociales.....	150

<b>RESPONDIENDO LA PREGUNTA: HACIA UNA LECTURA DEL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA OP .....</b>	<b>154</b>
---	------------

<b>A MODO DE CONCLUSIÓN: ¿LA OP EXISTE?.....</b>	<b>163</b>
--	------------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>166</b>
---	------------

<b>ANEXO 1.....</b>	<b>173</b>
---------------------	------------

<b>ANEXO 2.....</b>	<b>175</b>
---------------------	------------

## **Resumen**

Esta investigación busca establecer los fundamentos que actualmente sostienen el campo de estudios de la Opinión Pública en Chile (OP), a partir de los investigadores que lo estructuran. En primera instancia, se problematiza el conocimiento producido en el campo de la OP en su representación a partir de las encuestas. Se identifican los nudos críticos del conocimiento y estructurantes de su producción, sosteniendo que se afirma en torno a tres soportes esenciales: fundamentos teórico-epistemológicos, metodológicos y sociales. Luego, se propone que los investigadores son agentes esenciales en la producción del conocimiento sobre la OP, en tanto actualizan los elementos necesarios para su construcción de modo contingente y activo. Se entiende que forman parte de un campo donde establecen relaciones con otros investigadores, en el cual se pueden reconocer diferentes prácticas de investigación según el modo en que combinan y configuran los fundamentos ya referidos. Metodológicamente, se produjo la información a partir de entrevistas en profundidad a los investigadores del campo de la OP según su inserción institucional, entendiendo que la misma podía suponer posiciones diferenciales. Los resultados sostienen tres posiciones en el campo de la OP: comercial, académica y académico/comercial. El eje central que estructura las posiciones es el dominio propio de los fundamentos sociales, organizando incluso los fundamentos metodológicos y los teóricos.

**Palabras claves: Opinión Pública, Campo de estudios, Fundamentos del conocimiento, Investigadores**

## **Introducción**

La siguiente investigación problematiza el conocimiento que hoy se produce en el campo de estudios de la OP en Chile, con el objeto de identificar sus fundamentos.

Para ello asume como puente informativo los discursos de quienes producen el conocimiento, esto es, investigadores que tematizan la OP. La razón está en que ellos son los actores donde se articulan y actualizan los elementos que fundamentan el conocimiento producido.

Bajo esa lógica, la acción supuso un doble movimiento, donde lo primero consistió en problematizar desde todos los frentes posibles el conocimiento producido en el campo de OP, desarticulando las columnas que lo sostienen, para luego re-construirlas a través del discurso de los investigadores que se desempeñan en el espacio de investigaciones sobre la OP, dándoles una actualización situada en las prácticas de investigación concretas que éstos realizan. Entre medio se ubica la lógica teórica y metodológica del estudio, la cual dibuja el objeto estudiado, compactándolo, volviéndolo real para la magnitud del ejercicio aquí emprendido.

Por ende, el primer rodeo está dado por la problematización y los antecedentes. La amalgama de informaciones sobre el objeto, permitieron problematizarlo. En específico, se desarrolla una lectura teórica del conocimiento generado en el campo de la OP, una fundamentación histórica del dispositivo con el que se produce (nacional y “mundial”) y una mirada a los estudios sobre el campo desarrollados en Chile. Luego, se instala una justificación para la investigación, sobre la precariedad en el entendimiento del campo y la necesidad de generar la apreciada reflexividad. La construcción del objeto a nivel teórico y metodológico es lo que sigue, delineándolo para evitar su escape y buscando su encuadre en la legislación del discurso metodológico que determina la condición científica de este ejercicio académico. La objetivación pasa, *grosso modo*, por la sociología del conocimiento científico (teóricamente) y el discurso (metodológicamente). Por último, se presentan los resultados derivados del análisis de las entrevistas producidas, lo más importante del estudio, su eje central. Solo en base al mismo, se re-construye el campo de estudios de la OP en Chile o, mejor dicho, se deslinda una pequeña aproximación hacia el mismo.



## **Problematización y Antecedentes**

Esta investigación propone “aplicar una mirada sociológica” al conocimiento producido sobre la Opinión Pública (OP) (Mañas, 2008). Eso implica entenderlo como un fenómeno que es producto del contexto social del cual forma parte.

Una cosa es el concepto de OP y otra es el campo de investigación sobre la misma, el cual, en lo fundamental, ofrece medidas del número de personas que, caracterizadas en torno a ciertas variables socio-demográficas, suscriben una u otra visión sobre un asunto. El trasfondo es no naturalizar, en consecuencia, la medida, entendiéndola como el producto de “*una serie de procesos, decisiones e influencias sociales, que a su vez ejercen influencias sociales*” (Mañas, p. 160, 2008).

La OP es el resultado de una objetivación cuantitativa, lo cual implica una manera específica de entenderla y unos usos sociales determinados.

Rose y Osborne (1999) plantean que la OP es una realidad, en tanto conforma a su alrededor un frente de investigación. Para estos autores no hace falta que el constructo se resuelva a nivel teórico, pues su existencia depende de su momento “práctico” o “interventor”. Por ende, la existencia de la OP depende de que alrededor de la descripción que de ella se hace, se puedan ejecutar acciones prácticas y generar efectos sociales determinados. Como señala Collins (citado de Rose y Osborne, 1999), la OP es un fenómeno conceptual en torno al cual se generan descubrimientos rápidos que se organizan mediante la utilización de una serie de procedimientos técnico-metodológicos capacitados para descubrirla.

Así, la OP existe, genera efectos, supone usos, implica revistas, congresos, publicaciones, descripciones públicas y académicas, etc. Y su realidad se produce en concordancia con las técnicas para captarla. El resultado de esas técnicas es un conocimiento específico, siendo aquel el que se somete a una lectura sociológica.

La problematización implica una doble consideración social del conocimiento producido en el campo de la OP: 1) las definiciones, procedimientos y relaciones dadas en torno al objeto estudiado se constituyen de acuerdo a una convención entre los agentes interesados en el mismo; y 2) los objetivos inscritos en su producción se fundan en redes

socialmente delimitadas de intereses. Así, incorporar lo social re-inserta la posibilidad de cuestionar el tipo de conocimiento al uso, desgajándolo en sus constituyentes.

La reducción de la OP operada por los sondeos ha sido estudiada ampliamente en torno a dos nudos críticos: un foco teórico y otro histórico-político. En esta investigación se constata la problematización sobre la OP en su asimilación a las encuestas, lo que abre el conocimiento, rasgándolo, dejándolo en evidencia. Sobre los nudos desatados se produce el discurso de los investigadores que se desempeñan en el campo de la OP, quienes dan contenido actualizado de sus sentidos y prácticas en torno al saber que construyen, reconfigurando los fundamentos que lo fundan. No se espera cerrar un círculo, sino que enriquecer la problematización abierta. No hay necesidad de coherencia, sino solo de los tejidos de sentido que sostienen el conocimiento en el campo propio de la OP. Los investigadores son agentes activos y negocian el conocimiento que producen, no reproduciendo “punto por punto” un esquema.

Ahora, si cada producción de conocimiento sobre la OP fuese una cuestión individual, la sociología poco podría decir. El sentido y las prácticas en torno al conocimiento operan sobre un horizonte socio-histórico. Re-construyen lo social, lo re-definen. Pero no pueden escapar de él. Es la huella que permite volver real esta investigación.

### ***Hacia los elementos fundamentales del conocimiento producido sobre la OP: la batalla conceptual***

El concepto de OP es problemático. No hay consenso sobre su estatuto como fenómeno social. Y eso es lo mejor que ha podido pasarle, ya que impide su neutralización y eternización bajo una fórmula única.

Si bien la encuesta de opinión ha reducido la OP hasta ser una caja negra -en el sentido de Latour (1992)-, muchos han hurgado en ella, desmembrándola y des-trozándola. Es desde esa revisión que se puede problematizar el concepto de OP, con cada rastro: teórico, epistemológico, metodológico y social. Se abre e interroga la “naturaleza” de la OP en referencia a los elementos que la constituyen en su calidad de conocimiento. No interesa aquí su verdad, validez o verosimilitud, sino que su falsedad, su encubrimiento.

Cada uno de los siguientes puntos revela un aspecto problemático de la OP en su asimilación al sondeo. Son esos puntos los que permiten entrar a la pregunta por los soportes estructurales del conocimiento producido en el campo de la OP, en tanto se asimilan a la tecnología de la encuesta. Cada cuestión problemática debe, en consecuencia, constituir un elemento a discutir con los investigadores, un eje a problematizar en su discurso.

*La encuesta de OP como actor político: encubrimiento de la OP real*

La OP producida por las encuestas es un actor político que estructura su acción ofreciendo una imagen democrática ideal y encubriendo el funcionamiento efectivo de la sociedad en términos políticos. Las personas que responden las encuestas son elegidas al azar mediante procedimientos fundados matemáticamente y dan su opinión libre sobre la base de un cuestionario previamente definido. Sin embargo, dirán los autores encuadrados en este eje, eso poca relación tiene con el funcionamiento “real” de la política. Los individuos no poseen opiniones con el mismo peso político, no siempre han reflexionado sobre los temas respecto de los cuales son consultados y sus opiniones no necesariamente se encuadran en las alternativas de respuesta ofrecidas por los cuestionarios.

Normalmente, la política se ejerce sobre fuerzas sociales que soportan las acciones de los actores o grupos, según su capacidad de intervenir en quienes toman las decisiones o ejercen el poder político. El sondeo de opinión únicamente sería capaz de cristalizar las opiniones de los ciudadanos en base a marcos ideológicos ya definidos, afianzando el orden social impuesto por quienes ocupan las posiciones de poder. En cambio, la OP definida en su carácter efectivo supone la acción de individuos o grupos que articulados socialmente buscan participar de las decisiones que se zanján en un contexto democrático de tipo representativo.

La encuesta daría una imagen pasiva y controlada de la OP, donde la agregación disipa la acción espontánea e interesada de los actores respecto de los tópicos públicos. Por lo tanto, la OP misma se ve trastocada gracias a la encuesta. Se trata de una lucha sociopolítica en torno a la representación y producción de una realidad social.

Uno de los autores más importantes en esta línea es Bourdieu (2000a), quien plantea que la OP no existe como resultado de los sondeos de opinión, en tanto encubren la “realidad de la democracia”. El hecho de aplicar el mismo cuestionario pre-definido a una muestra social y culturalmente desigual, se basa en tres supuestos epistemológicamente falsos: todos los individuos poseen opiniones sobre todo los asuntos; el hacer preguntas con respuestas pre-determinadas supone que todos se harían iguales preguntas o serían capaces de hacérselas; y el hecho de sumar respuestas, asignándoles igual peso social, se refuta al reconocer que todos los individuos tienen la capacidad de imponer su opinión particular en el campo político, en virtud del poder de los grupos sociales que la sostienen, al estatus social, al capital de relaciones y a la posición ocupada en la estructura social. Así, la OP es un artefacto construido por quienes realizan las encuestas o utilizan sus resultados (politólogos, institutos de opinión, políticos, los medios de comunicación), con la pretensión de parecer científico y democrático, tornando a las mayoría silenciosas y pasivas sus protagonistas, en tanto se reduce el papel de las minorías activas que se movilizan para imponer su punto de vista en el campo político (Champagne, 2005).

*“Por el hecho de oponerse de forma tan contundente a esta importación salvaje de un problema político al terreno de las ciencias, y por haber rehusado confundir la ‘democracia meramente formal’, con la ‘democracia real’ y sus agentes sociales realmente existentes y desigualmente dotados y dispuestos a adoptar y expresar puntos de vista políticos, Bourdieu provocó numerosas reacciones, especialmente por parte de los politólogos que estaban más próximos a la invectiva política que a la discusión propiamente científica” (Champagne, 2005, p. 115).*

Benjamin Ginsberg (2012) refuerza esta postura, enfatizando que la operación propia del sondeo supone la modificación de la naturaleza de la OP en términos de su expresión y publicidad, diluyendo su potencia política en un fenómeno manejable de tipo plebiscitario.

*“Esta presunción a favor de las encuestas de opinión proviene tanto del carácter científico como representativo de las mismas. La base científica de las encuestas por muestreo son las ciencias exactas y ofrece, como mínimo, una impresión de sofisticación técnica y de objetividad científica” (Ginsberg, 2012, p. 73).*

Otras formas de OP dejan de ser válidas, por poco científicas y representativas, cambiando el sondeo su expresión pública y política y determinado para quién, cuándo y qué opiniones privadas se transforman en objetos públicos. Se cambia la agrupación, acumulación y expresión de las opiniones ciudadanas.

En específico, la introducción de las encuestas supone cuatro cambios en la naturaleza de la OP: 1) deja de ser un fenómeno voluntario (acción política organizada sobre la realidad social) y pasa a ser un fenómeno asumido y subvencionado desde el exterior; 2) la opinión deja de ser un comportamiento (acción política) y pasa a ser una actitud; 3) se cambia el origen de la información sobre las creencias del público, ya que lo que es propiedad de un colectivo pasa a ser atributos de personas; y 4) se elimina parcialmente (siempre hay cabida para la acción política espontánea) el control de los individuos sobre la expresión pública de sus opiniones, que deja de ser espontánea para pasar a ser una respuesta limitada.

Bajo tales transformaciones, las elites políticas cambian su relación con la OP, ya que pueden manejar las actitudes populares antes de que se tornen acciones políticas concretas. La OP deja de ser una “masa peligrosa”, pacificándose, domesticándose.

Para Justin Lewis (1999) la OP es una forma cultural emanada de los marcos de dominación de la elite, que la estructuran y además definen los discursos mediáticos sobre los resultados de las encuestas que la representan. Así, la transformación de la OP bajo la operación del sondeo representativo permite a la elite controlarla, encarrilarla sobre marcos ideológicos coherentes con sus propios intereses. No obstante, no debe olvidarse que Lewis (1999) utiliza una perspectiva teórica enmarcada en los estudios culturales, por lo que entiende en la encuesta de OP un espacio de reproducción de la estructura dominante, pero también un espacio de resistencia y disputa. Bien analizados, los resultados de las encuestas podrían enarbolar las contradicciones sociales.

Para el autor las encuestas son formas propias de la cultura popular, codificadas tal como los mensajes publicitarios, por lo que revelan marcos ideológicos y culturales. Así, no reflejan el mundo tal cual, sino que sobre un campo de batalla cambiante respecto del significado del “público”. La encuesta construye un discurso sobre la OP, a partir de un set particular de perspectivas, ocultando el proceso en la objetividad del número. La ideología,

de hecho, esta predefinida en el mismo cuestionario que se administra. Con todo, las encuestas son formas imperfectas de los marcos dominantes de pensamiento, ya que las respuestas no siempre logran acoplarse a las estructuras ideológicas que las soportan. Las respuestas a las preguntas de una encuesta de opinión se definen en torno a un contexto social, donde un tejido de ideas y conexiones ideológicas les otorga sentidos específicos y particulares.

Los marcos dominantes que estructuran la encuesta son los significados sobre los asuntos públicos de la elite. Así, la encuesta de opinión es un intento por suprimir las ambigüedades y contradicciones del discurso público, con el fin de producir un conocimiento racional sobre un público racional, evidenciado en la pureza de la matemática (Edelman, citado en Lewis, 1999). El público se asume como una categoría socialmente construida, y los medios de comunicación -en específico la prensa escrita, en el estudio realizado por el autor- participan de esa construcción mediante un discurso mediático que interpreta de manera singular los datos ofrecidos por los sondeos, redoblando el control social que persiguen las elites en torno a sus marcos de interpretación sobre la realidad. La “hegemonía” y la “resistencia” son, por ende, nociones que entran en el marco de acción de las encuestas, que operan sobre su base (Lewis, 1999).

El sondeo genera un estado propicio sobre el “público” en la sanción de los intereses sociales dominantes. Lipari (1999) entiende en la encuesta el acaecimiento de un ritual, es decir, una actividad simbólica y estructurada socialmente que invoca, celebra o demarca los valores más profundos de una comunidad, configurando un estado de unificación social sobre la “voz de la gente” (estado aparentemente democrático), que produce, justifica y consolida el poder social y político imperante, a la vez que resguarda y mantiene un orden social específico. De esta manera, se constituye la OP gracias al dispositivo, un artificio que tiene un efecto social específico: mantener el orden.

Para la autora, las conversaciones y el intercambio de opiniones sobre problemas públicos alcanzan el privilegiado status de OP cuando se conducen en el diferenciado contexto del sondeo de opinión, en torno al cual existe un personal especializado y específico que preside el acto ritual (pollster), poseedor de un poder y conocimiento particulares para conducirlo. Está entrenado y calificado para diseñar, dirigir e interpretar los resultados de la

encuesta. El guion de la encuesta no se discute, ya que es un texto litúrgico preparado por el experto, leído por encuestadores entrenados para ello y contestado por ciudadanos seleccionados rigurosamente mediante procedimientos aleatorios (Lipari, 1999).

El envoltorio matemático da una impronta científica a la OP, ocultando el verdadero funcionamiento de la democracia, donde los individuos están desigualmente dotados para expresar e imponer sus opiniones sobre los asuntos públicos, en tanto ello depende de las fuerzas sociales que los sostengan (Bourdieu, 2000a; Champagne, 2005). Blumer (1982) enfatiza dicha idea, pues entiende que la vida colectiva se organiza sobre actos de grupos funcionales, que se orientan según ciertos intereses y cuya posibilidad de ejercer presión e influenciar a los grupos que toman las decisiones depende de su prestigio y poder. Quienes toman las decisiones valorarán las presiones y demandas de los grupos, estimándolas según el respaldo que posean los puntos de vista sostenidos y los efectos eventuales de tal respaldo. La OP es un efecto de la interacción entre los grupos, estructurándose a partir del choque entre puntos de vista y posturas en el seno de los mismos.

En ese marco, el sondeo no es capaz de captar la naturaleza de la OP, pues no se define según la acción de los grupos funcionales. Ilustrando: el muestreo representativo separa y valora de igual manera la opinión de cada individuo, lo cual constituye una falacia, ya que son los grupos funcionales los que definen su peso social.

La primera cuestión problemática es la OP y su investigación como una entidad definida en torno a ciertos objetivos y usos sociales. Si la OP formulada en base a ciertas tecnologías de investigación se orienta de acuerdo a usos sociales específicos, entonces se tiene un primer soporte estructural de la misma: su trasfondo socialmente interesado como conocimiento.

La visión de la OP ofrecida por la encuesta es interesada y falsa, según la visión recién bosquejada. Ahora, ¿lo falaz va de la mano con el uso social? No, no es así. Cada visión de la OP es un constructo socio-histórico, refractado por luchas políticas. Otro concepto de OP encarnaría otro objetivo en torno a lo social. Puede ser un objetivo social dar una visión de la OP cuya complejidad supere a la representación ofrecida por las encuestas.

Estos autores buscan lidiar con la noción de OP generada por las encuestas, definir su falsedad, su incapacidad de penetrar en su dimensión total. Champagne (2005) plantea que la definición de OP depende de las luchas dadas en el campo político en un tiempo y espacio determinados.

La OP construida por los sondeos supone un uso social específico, pero también una representación teórico/metodológica falsa. Los fundamentos que se remueven son los correspondientes a la condición teórica, metodológica y social de la OP fabricada por las encuestas.

### *La OP como objeto de estudio*

Bouza (2004) sostiene que en las tradiciones académicas y las rutinas asociadas a la OP se distinguen dos conceptos sobre la misma. A uno lo denomina el concepto político de OP y al otro el concepto sociológico de OP. La tradición política reniega de las encuestas para estudiar la misma, mientras que la sociológica se funda en un concepto que justifica plenamente su uso: se trata del constructo elaborado por Floyd Allport (2009). El autor buscaba fundar científicamente las ciencias sociales en el átomo empírico que es el individuo, evitando igualar la idea de OP a referencias holísticas sin sustancia concreta (mente colectiva, público, grupo, OP). En consecuencia, la OP se puede reducir a las respuestas individuales ante las preguntas de una encuesta. Para Bouza (2004) la encuesta encuentra su justificación en su capacidad operativa para estudiar la OP, y a través de ella se conoce cada vez más el comportamiento social de los hombres. En tanto, la concepción política define reglas de funcionamiento para la OP, esperando que la realidad se cuadre a su favor.

La defensa de la encuesta como forma válida de estudiar la OP es una postura centrada en su éxito práctico. Sin embargo, la cantidad de problemas que arrastra a nivel de la información que ofrece sobre la entidad son ampliamente acusados en la literatura crítica al respecto. Sin embargo, hay un problema específico que supone una fractura para el dispositivo de medición: la emergencia de una cantidad no marginal de personas que eligen la opción “no sabe/no responde” (Mañas, 2008; Almazán, 2008).



Para la democracia es fundamental contar con algún input político (Mañas, 2008). Sin embargo, el sustento de la misma, o sea, las encuestas de opinión, producen información rápida, simple, numérica y fácil de interpretar que se encuentra pre-definida según los intereses de quienes las financian, con lo que constituyen trabajos pseudo-científicos definidos en virtud de imperativos mercantiles que impiden un análisis profundo de los datos producidos (Almazán, 2008). Los “no sabe/no contesta” constituyen un gran problema para quienes llevan a cabo las encuestas, dado que éstas dejan de cumplir con el ideal democrático de dar cabida a todo el espectro poblacional. La representatividad y el muestreo se ven cuestionados, ya que ciertos intereses quedan marginados de la representación de la OP que ofrece el sondeo. Muchas veces su efecto se reduce mediante procedimientos estadísticos o ciertos cambios a nivel de la formulación de los cuestionarios, pero el dato mismo no se puede borrar y siempre emerge.

La encuesta, en rigor, solo registra el efecto que produce, en tanto no es capaz de dar espacio a todos para ser oídos en la arena política, dado que no cuentan con los elementos críticos necesarios para promover su participación. No se trata de personas incompetentes o indiferentes las que quedan clasificadas en la categoría “no sabe/no responde”, sino que grupos faltos de poder social y político y, en consecuencia, de un discurso al respecto. En consecuencia, el segmento poblacional que no responde se encuentra estructurado socialmente, ya que se define según ciertas condicionantes sociales, económicas y culturales (Mañas, 2008).

Si las preguntas de las encuestas se definen según demandas sociales, políticas o coyunturas específicas, la significación de las respuestas se condiciona y también la posible publicación de los resultados. Al publicarse los resultados en los medios de comunicación, adquieren una dimensión virtual, generando un efecto específico desde el punto de vista político: esconder tras los porcentajes tabulados un sistema de fuerzas y tensiones, generando la representación de una OP unánime, legitimando políticas determinadas y reforzando el estado de las relaciones de fuerza que la sostienen (Bourdieu, 2000; Almazán, 2008). La “no respuesta” es simplemente un voto nulo y se analiza como tal, cuando en realidad es una respuesta a la estrechez de un instrumento de medición que descontextualiza socialmente a los individuos, sometiéndolos a un interrogatorio cuyos efectos están pre-definidos.

Badía (1996) señala que la codificación llevada a cabo a través de la investigación cuantitativa en relación al objeto de estudio se sostiene sobre dos elementos no problemáticos: el individuo como unidad de análisis (dando como resultado el conocimiento fragmentario y descontextualizado de la OP); y la idea de que el juego democrático liberal se basa en la igualdad de opiniones y en la convicción de que los sujetos son capaces de articularlas y de que éstas son significativas (asociada a la visión de la democracia de sufragio universal, esto es, un voto, un ciudadano, un valor).

Page y Shapiro (2012) defienden la encuesta de opinión, pero solo pueden responder a críticas específicas, no a la suspensión de sus fundamentos. El hecho de sostener que la OP producida mediante encuestas supone una cierta racionalidad, permite darle más vigor como fundamento de la democracia. Es, en rigor, una lucha política y no solo “científica”. Mientras la democracia funcione en su versión actual y las encuestas de opinión sigan su modelo, ni la reducción a 0% de las “no respuestas” la blindará de la crítica.

Estos autores proponen una visión empírica de la OP, estableciendo que es real, medible y racional, dada la información de que dispone el público. Primero, la OP colectiva existe, es decir, la mayoría de la población posee opiniones políticas; segundo, la OP puede ser medida por las encuestas con exactitud; tercero, la OP puede formar conjuntos coherentes que disciernen alternativas políticas siguiendo una orientación razonable que refleje los valores y creencias de la población; cuarto, la OP suele ser estable, cambia poco y en extrañas ocasiones retrocede; quinto, cuando la OP cambia, lo hace de manera clara y comprensible, siguiendo principios y esquemas claros; sexto, la OP cambia de manera razonable y sensata, reaccionando ante acontecimientos objetivos, a evoluciones de la realidad que afectan los costos y beneficios de las políticas alternativas, y respondiendo a información que transmiten los medios de comunicación.

En base a tales planteamientos, los autores señalan su confianza en la OP, entendida como base del gobierno democrático. Asimismo, diferencian entre OP colectiva e individual, en tanto la primera se forja mediante deliberaciones sociales que se fundan en la división del trabajo y los medios de comunicación. La tesis supone que las supuestas “irracionalidades” de la OP se compensan al considerar su agregación colectiva. Por otra parte, el que la gente

este poco informada no resulta importante, dado que igualmente pueden reaccionar en plenitud y significativamente en torno a eventos, ideas y descubrimientos.

No obstante, basta con negar que la OP se pueda fundar en un agregado (más allá de sus propiedades emergentes) de opiniones individuales para que la encuesta no sea capaz de penetrar su “realidad”, lo cual lleva a la necesidad de desarrollar otra postura respecto de su naturaleza como fenómeno social. Es eso lo que hace Beatriz Mañas (2013), quien disputa la definición misma de OP, en tanto su naturaleza no podría reducirse a la objetivación cuantitativa operada por los sondeos.

La autora re-conceptualiza la OP considerando su dimensión discursiva. La realidad social presenta distintos niveles que requieren de ciertos métodos y técnicas según su especificidad. La encuesta es pertinente para el registro de los hechos “constatables” y “manifiestos”, estableciendo sus regularidades. Si las opiniones se entienden como juicios explícitos sobre algo, suponen consciencia y susceptibilidad de ser verbalizadas inequívocamente, al tiempo que formalizables y cuantificables a través de una precodificación o postcodificación. Los sondeos descontextualizan las opiniones de las situaciones sociales a nivel temporal y espacial, objetivándose mediante los mismos (Brugidou, citado en Mañas, 2013).

La visión individualista del “público” debe superarse, reconociéndose la dimensión discursiva de la opinión a partir de la articulación existente entre tres elementos:

*“El sujeto colectivo portador de opinión, las variables que definen el contexto social de ese sujeto colectivo y que determinan su posición y relaciones en la sociedad, y la materia prima a través de la cual es posible enunciar y comprender la formación socio-histórica de la opinión: el discurso que emerge de ese colectivo en su contexto”*  
(Mañas. 2013, p. 153).

En consecuencia, la opinión se forma sobre un trasfondo social que le confiere sentido. Es un proceso inter-subjetivo donde el sujeto colectivo comparte cada situación que da lugar a la existencia de un mundo de sentido también compartido. El sujeto de opinión interpreta y aprehende el fenómeno a evaluar sobre la perspectiva de una posición social determinada. Las posiciones sociales y los colectivos que sostienen dan lugar a

representaciones que funcionan como generadoras de discursos. Además, los discursos son ideológicos al dar sentido a la realidad de cada grupo social priorizando unas significaciones y rechazando otras. *“La opinión pública se forma, desde esta perspectiva, en los diálogos, interacciones y prácticas sociales que los distintos colectivos generan hacia los temas o problemáticas de interés para la investigación”* (Mañas, 2013, p. 155).

La opción metodológica debe ser distinta: alguna técnica de producción de discursos. Mañas (2013) propone el uso de los grupos de discusión para tal efecto.

Esta línea de consideraciones problemáticas penetra en el carácter de la OP como objeto de estudio. La encuesta, su obvio interés social en volver hermética la disputa sobre “lo público” la vuelve insuficiente para estudiar el fenómeno. Lo político y lo social se estrechan, se aúnan en la crítica esbozada. Esta vez, sin embargo, el peso de la cuestión está puesto en dar una respuesta teórica y metodológica a la ofrecida por las encuestas.

La OP vuelve a ser problematizada en torno a su piso teórico y metodológico. Otra metodología, y otra representación teórica de la misma permitirían refractarla sobre su “verdadera” naturaleza, permitiendo la contextualización social que precisa.

#### *La OP en su consideración normativa*

La OP ha sido constantemente indicada como fundamento de la democracia. Su instalación, en clave ilustrada, supuso la crítica y censura del antiguo régimen. Su reflejo político era la democracia participativa, en tanto la OP ilustrada implicaba una relación comunicativa y racional entre ciudadanos “competentes”. La ampliación del espectro de participación tornó la OP un agregado de individuos, modelo coherente con la democracia representativa, sin importar las competencias políticas de los mismos para fundamentar opiniones políticas o participar de procesos deliberativos.

Cuando la OP se tematiza como noción normativa, la referencia se inclina hacia la recuperación de su condición participativa, en tanto permitiría la expresión no cautelada de los intereses que circulan en la sociedad y la emergencia de los temas públicos en virtud de acuerdos racionales y comunicativos que abarquen a la totalidad de los actores involucrados.

La encuesta de OP constituye bajo esta perspectiva una referencia de la democracia representativa, la cual pre-define las problemáticas y las encierra sobre constelaciones de intereses emanadas de la elite o de los grupos dominantes de una determinada configuración socio-histórica.

Habermas (2002) es el autor más representativo de esta postura, ya que define la OP en función de un modelo ideal que trasciende al sondeo.

El autor señala que la investigación empírica de tipo positivista diluye socio-psicológicamente el concepto de OP, abstrayéndolo de toda historia e institución social, entramado que permite la concepción de los individuos aislados como un público racional a nivel público. La OP pasa a ser el análisis psico-social de los procesos que se dan en los grupos, con lo que se busca conocer las actitudes de las personas que componen los grupos sobre un problema. El público pasa a ser la masa, y luego el grupo, sujeto socio-psicológico de comunicación e interacción entre más de dos personas. La verbalización sustituye al concepto. El sondeo ofrece opiniones de grupos cualesquiera, los cuales no necesariamente ejecutan acciones políticas relevantes para ser OP. No se cierra el espacio abierto entre la ficción institucionalizada de OP que sostiene al Estado de derecho y el concepto psico-social del mismo.

El autor plantea que la OP posee sentidos diferenciados, entendiéndose como instancia crítica frente a la notoriedad pública normativamente licitada del poder político o social, o como instancia de la notoriedad representativa o manipulada por diversos ámbitos. Son sentidos contrapuestos y que suponen expectativas distintas respecto del comportamiento del público. El Estado-Social y las normas constitucionales que definen la democracia de masas deben atender a la ficción institucionalizada de la democracia, sin lograr identificarla con una magnitud real del público. Tal ficción alude a la OP como única base del dominio político, generándose dos formas de definirla. En un caso, se vuelve al liberalismo y se salvaguarda la comunicación de un círculo interno de representantes capaces de publicidad y de formar opinión. Este principio requiere la conformación de organizaciones que procuren audiencia y publicidad al punto de vista de los ciudadanos mejor informados, más inteligentes y de mayor rectitud moral. La publicidad garantiza racionalidad, sacrificando la universalidad. La otra manera es igualar la OP a la visión dominante en el

parlamento, el cual se la impone al gobierno, informando al público de la decisión tomada. Para otros, los partidos mayoritarios de gobierno y oposición definen la OP. En esta lógica, la OP domina, pero no gobierna. Sin embargo, no se logra responder a la ficción institucionalizada de la OP tras la democracia de masas asociada al Estado Social<sup>1</sup>.

La opinión no pública actúa en plural, en tanto que la pública es una ficción, debiendo el concepto mantener su condición comparativa, ya que la realidad constitucional del Estado Social debe reconocerse como un proceso donde se desarrolla la publicidad políticamente activa. El ejercicio, por ende, del poder social y de la dominación política se somete al mandato democrático de la OP. Así, la teoría normativa de Habermas (2002) intenta determinar las condiciones comunicativas bajo las que se puede generar una formación discursiva de la voluntad y de la opinión de un público integrado por los ciudadanos de un Estado, con lo que el autor busca reconstruir el proyecto histórico-filosófico de la modernidad al atribuir a la OP la función de legitimar el dominio político mediante un proceso crítico de comunicación sustentado en la comunicación y el consenso racionalmente motivado (Badía, 1996).

Manteniendo la preocupación de Habermas, Victor Sampedro (2000) busca no desmantelar totalmente la estructura democrática actual (representativa), en tanto tiene en mente los problemas prácticos que ello traería aparejado. Así, articula en una solución intermedia esquemas de participación representativos y participativos, siendo más condescendiente con la encuesta, forma propia del primer modelo.

Desarrolla un concepto de OP integrando su dimensión discursiva y agregada. La primera alude a la suma de los juicios individuales, donde el público que importa es la mayoría construida sobre la base de voluntades pre-definidas (propio del sondeo). La segunda remite a un proceso, donde el público es un colectivo de voluntades individuales que deliberan y se condicionan mutuamente en distintos espacios (propio de la asamblea). Es una pugna entre el número y el argumento.

Sampedro (2000) señala que la OP es el sostén del gobierno. La OP agregada funda la democracia representativa, marco político donde se enquistan los intereses particulares de

---

<sup>1</sup> Se alude antes al hecho de que los sondeos de opinión tampoco puedan dar con tal ficción.

ciertas elites, cuyo objetivo es desarrollar una estructura de privilegios a su favor. Además, solo permite la expresión controlada y ocasional de la OP mediante las votaciones. Por su parte, la OP discursiva funda la democracia directa, marco político donde los distintos grupos (que manifiestan intereses divergentes) deben dialogar para conformar un consenso comunicativo y racional que rijan las decisiones políticas. La propuesta político-normativa del autor es la democracia deliberativa, la cual incorpora a la ya existente institucionalidad representativa estructuras directas de participación (aprovechando las ya existentes). En ella los temas deben sancionarse sobre decisiones mayoritarias, método más sencillo, rápido y práctico en contextos poblacionales y territoriales de gran envergadura, pero impidiendo a su vez que intereses particulares dominen los temas públicos, en tanto todas las perspectivas deben tener cabida en las decisiones políticas de una sociedad.

Giovanni Sartori (1998), a diferencia de Habermas y Sampedro, valida el modelo de la democracia representativa y sostiene que la OP lo funda, pero no como resultado de las encuestas de opinión, dada su condición hetero-dirigida.

El politólogo plantea que los sondeos de opinión constituyen un conjunto de respuestas conformadas en virtud de un interrogatorio, siendo débiles (no se sienten intensamente), volátiles (cambian con rapidez), creadas en el momento y dependientes de los medios de comunicación, en específico: de la imagen y su omnipresencia. ¿La contradicción? La OP debería configurarse a partir de flujos informativos sobre la *res pública*, no debiendo ser ni hermética ni excesivamente hetero-dirigida por discursos mediáticos. Es allí donde el autor fija su condición normativa, en la necesidad de una OP que sea capaz de articularse equilibradamente desde adentro y desde fuera.

Con todo, para el autor la OP es el sustento de la democracia, más allá de que la opinión sea una convicción frágil, subjetiva y variable. La democracia representativa solo requiere de opiniones, no de un conocimiento acabado, rasgo que solo sería esencial en una democracia directa.

El problema normativo vuelve a poner su crítica en la encuesta. Los autores fundamentan un concepto político de la OP, un “deber ser” sobre la misma. El sondeo no es capaz de cumplir con la norma definida.

Al no dar “el ancho”, la definición de OP que ofrece la encuesta es del todo insuficiente, puesto que es “indeseable”, ya sea porque: no se corresponde con las normas constituyentes de la democracia; permite solo la emergencia de ciertos intereses sociales (no es democrática); o ni siquiera es capaz de captar la esencia de la representatividad. La representación teórica se ve cuestionada nuevamente, en tanto no cuadra con un orden socio-político sostenido como ideal.

### *La OP como proceso*

Uno de los problemas fundamentales en el estudio de la OP lo constituye su proceso de formación. Acaso sea el eje donde el acuerdo es menos evidente, debiendo escalar en abstracción para alcanzarlo.

En primer lugar, la OP deja de ser percibida de manera estática, siendo definida en torno a su configuración dinámica. La referencia al proceso está en todas las posturas ya revisadas, dado que se presume que la OP forma parte de una dinámica social que trasciende a la encuesta en su versión “fotográfica” (como campo de luchas políticas, como espacio de constitución democráticamente fundado, como agregado empírico y coherente a lo largo del tiempo o como entidad discursiva en la constitución de opiniones), pero en este caso la alusión es explícita y explicada.

Neumann (1995; 2012) deriva su postura de datos producidos mediante encuestas, siendo poco compleja a nivel de los elementos que incorpora. La OP participa de un proceso social que motiva la integración y el control (sociales) de las opiniones en torno al consenso sobre los tópicos públicos.

La autora alude a la OP utilizando la noción de *espiral del silencio*, proceso de formación de la misma que supone la predominancia de las opiniones mayoritarias, llevando a las personas a la conformidad con ellas, en tanto desean pertenecer a su colectividad y tienen un fuerte miedo psicológico al aislamiento, sanción social aplicada por la sociedad a quienes no se someten al mandato mayoritario. El concepto de *piel social* alude a la manera en que la vida de las personas está volteada hacia la colectividad como un todo, suponiendo



la necesidad de mantenerse dentro de la misma y no en sus afueras. Se impone así un silencio para quienes conciban opiniones contrarias o divergentes respecto del consenso.

Con Sartori (2010), la OP forma parte de un proceso complejo, el cual involucra varios actores e instancias. Para el autor resulta fundamental delimitar el decurso de la OP en torno a los procesos de comunicación que se desarrollan en la sociedad.

La OP se constituye a través de procesos de cascada (modelo de cascada de Deutch) y burbujeo entre varios niveles (de flujos informativos hacia abajo y de *retroacciones de retorno*): las elites económicas y sociales, las elites políticas y el gobierno, los medios de comunicación, los líderes de opinión y la ciudadanía (*demos*) (Sartori, 2010). Cada nivel no constituye un espacio monolítico, habiendo opiniones e intereses que pueden entrar en discordia, con canales comunicativos múltiples y polifónicos, emergiendo un eventual conflicto de opiniones e interpretaciones. Hoy, no obstante, Sartori (1998) señala que la televisión y la imagen definen la OP desde fuera, captando el sondeo esa constitución superficial.

En consecuencia, ya no solo se trata de un proceso social, sino que de una dinámica estructurada de manera no lineal y compleja, y que involucra varios espacios de construcción de opiniones. Crespi (2000) mantiene una línea argumentativa similar, aunque precisa los estadios que experimenta la OP con mayor cuidado, sin hacer un énfasis tan acabado en los niveles que construyen las opiniones. Además, su propuesta supone una dinámica menos lineal aun que la de Sartori (2010) -tomada de Deutsch- y donde los sub-procesos de la OP ocupan su espacio sobre un modelo analítico que no define lo que sucede, sino ciertas combinatorias posibles.

Crespi (2000) señala que la “*opinión pública aparece, se expresa y desaparece como parte de un proceso tridimensional, en el que las opiniones individuales se forman y cambian*” (p. 27). Tales opiniones individuales surgen y se movilizan en una fuerza expresiva de juicios colectivos, integrándose al sistema rector de un pueblo. Con cada dimensión aparece un sub-proceso: transacciones entre los individuos y sus ambientes; comunicación entre individuos y las colectividades que los acogen; y legitimación política de la fuerza colectiva emergente. Tales procesos interactúan configurando uno más amplio. Se trata, en

definitiva, de un modelo analítico para el estudio de la OP. Las dimensiones, de acuerdo al autor, no están en relación de causalidad unidireccional, modelándose a sí mismas en virtud de interacciones relacionadas con la dinámica transaccional, comunicativa y legitimadora de la OP, en cada caso.

Un último elemento a considerar en la idea de la dinámica de la OP es la consideración de las dimensiones individuales y colectivas a la vez, ya que las opiniones se definen sobre flujos que pasan por ambos espacios. En la propuesta de Crespi (2000) los individuos aparecen claramente, dado que en algún momento el flujo de la OP pasa por ellos, integrándose antes o después en espacios sociales. Sartori (2010) no alude a individuos, pero cada nivel que define se supone estructurado por estos, en tanto no constituyen espacios monolíticos de opinión, sino que tendientes al conflicto o a la dispersión. Es evidente que los individuos integran sus opiniones sobre discursos sociales, pero a la vez los definen para sí y pasan por ellos en algún momento. Con Price (1994) el punto queda absolutamente clarificado, proponiendo el autor que la OP se forma en base a la simultaneidad entre la acción individual y la colectiva. La acción del grupo emerge en igual momento que las acciones de los miembros individuales situados dentro del grupo. En el curso de la acción colectiva, hay una reciprocidad continua entre las conductas individuales y las estructuras sociales dentro de las que ocurren.

La encuesta parece incapaz de penetrar en la complejidad recién esbozada. Price (1994) propondrá su uso para cuestiones específicas, debiendo complementarse con otras técnicas de estudio social en la generación de conocimiento sobre la OP. Si el constructo se acerca a un fenómeno complejo, compuesto de diversos niveles y actores, además de dinámico, la metodología necesariamente debería ser otra. La cuestión problemática esta vez es metodológica. O, para decirlo más correctamente, es el puente entre lo teórico y lo metodológico.

## Síntesis

Se ha problematizado el concepto de OP que subyace al sondeo. Se han identificado al menos tres nudos críticos, los cuales fundan los elementos que deben integrar la pregunta por los soportes del conocimiento producido en el campo de la OP.

¿Por qué lo problemático define los fundamentos del conocimiento sobre la OP? La razón se encuentra en la operación crítica misma. Las distintas definiciones del constructo que fueron trabajadas reaccionan ante la encuesta. Lo hacen sobre la base de ciertos elementos problemáticos, los cuales al ser modificados ofrecen otro concepto de OP. Para reconocer el verdadero carácter del conocimiento construido en el campo, tales elementos deben ser puestos en discurso por quienes son los agentes del mismo. Con la discusión ya hecha, se puede ofrecer una lectura de los fundamentos del conocimiento que se produce sobre la OP, pero no es la revisión teórico-bibliográfica la que interesa, sino que la práctica de investigación misma como eje constitutivo de este saber. La revisión solo permite la identificación de las columnas que lo soportan, las cuales deben quebrarse y re-construirse a través del habla de los investigadores dedicados al campo.

Tabla 1. Ejes problemáticos conocimiento producido en el campo de la OP

Problema	Nudo crítico
<b>La OP como resultado de las encuestas ofrece una representación al servicio de ciertos objetivos e intereses socio-políticos, encubriendo el carácter mismo del fenómeno.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Uso social del conocimiento producido.</li><li>- Delimitación teórica del conocimiento generado.</li></ul>
<b>Discusión sobre el sondeo y su capacidad de dar una visión válida de la OP.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Delimitación teórica del conocimiento generado.</li><li>- Estrategia metodológica para abordar la OP.</li></ul>

<p><b>La definición normativa de la OP en tanto que adecuación a una pauta de construcción socio-política.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delimitación teórica del conocimiento generado.</li> </ul>
<p><b>Concepto complejo de la OP como dinámico, multi-lineal y estructurado sobre varios niveles y agentes.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delimitación teórica del conocimiento generado.</li> <li>- Estrategia metodológica para abordar la OP.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### ***Hacia una revisión histórica del concepto de OP***

A continuación se expone detalladamente la historia conceptual de la OP, dando énfasis a la forma en que ciertos procesos sociales han permitido su reducción empírica en el dispositivo de encuesta.

Como se apuntaba más arriba, la OP es una noción problemática, dado que su configuración responde diferenciadamente según la sociedad en la que se define y construye. Como señala Gonzalo Capellán de Miguel (2008), no se puede utilizar la noción de OP como si siempre hubiese significado lo mismo, dado que cada momento histórico imprime sobre ella la manera en que debe entenderse, cómo actúa y quién opina en ella. En base a tal criterio, el autor identifica cuatro momentos históricos de la OP. El primero de ellos es el pre-moderno, durante el cual domina una concepción moral de la opinión, la cual aún no es considerada como pública. Es una opinión que se centra en cualquier aspecto de la conducta, pública o privada, de los individuos a los que otras personas cercanas juzgan, relacionándose con la fama, reputación y honestidad de los mismos. Maquiavelo (Monzón, 1996) trata la OP en este sentido al plantear que el príncipe debe proyectar y disponer de una imagen positiva (sustentada o no en la realidad, mediante el ejercicio de una elaborada técnica de relaciones públicas), con el objeto de mantener buenas relaciones con el pueblo, proteger el Estado y conservar el poder. El “vulgo”, por ende, es susceptible de ser manipulado por el príncipe y

su “supuesta” imagen. La visión que el pueblo posee en referencia a tal imagen constituye la OP. Tal noción, además, se relaciona con la postura de Montaigne (D’Adamo, Beaudoux y Freidenberg, 2000), quien acuña el concepto de OP como tal, planteando que se trata de la imagen proyectada ante los demás, hecho que llevaría a los hombres a presentarse con una serie de adornos.

En dicho período histórico, la organización política de la sociedad está dada por la monarquía absoluta (el antiguo régimen, en términos histórico-jurídicos). La voz de Dios otorga autoridad y fuerza a la voz del pueblo, misma manera mediante la cual se legitima al monarca. Capellán de Miguel (2008) señala que no se puede hablar de OP durante un momento histórico sin la emergencia de una esfera pública propiamente tal o un espectro poblacional que se considere público.

Durante un segundo momento histórico (Capellán de Miguel, 2008) hay cambios culturales y filosóficos asociados a la Ilustración, mientras que los cambios propiamente políticos vienen de la mano con el desarrollo de las revoluciones liberales. Kosselleck (citado en Capellán de Miguel, 2008) acusa el cambio lingüístico operado por este segundo momento histórico, ya que desde el siglo XVIII al XIX se ponen en circulación los conceptos principales del discurso político moderno.

En las monarquías absolutas no existían cauces para la expresión de la OP, que era habitualmente reprimida, considerándose las críticas al monarca delictivas, generándose la paradoja de que la opinión era negada, estudiada y considerada para el ejercicio del buen gobierno (recuérdese la idea de Maquiavelo en el Príncipe) (Almazán, 2013).

David Hume (citado en Capellán de Miguel, 2008) asigna un significado completamente político a la opinión, señalando que quienes gobiernan solo la poseen a ella como soporte y que, de hecho, el gobierno solamente se puede fundamentar en ella. Hume (citado en Capellán de Miguel, 2008), no obstante, plantea ello tanto para los gobiernos autoritarios o totalitarios como para los que se pueden considerar libres y populares. La idea de que la opinión es muy útil en política se asimila pronto a un gobierno concreto: el representativo.

El pensamiento liberal –francés (Constant y Guizot) e inglés- propone que la OP juega un rol público-político al ser una instancia intermedia entre los electores y el poder

legislativo, concretándose el mismo en el apoyo que los primeros dan al gobierno en cada elección. Los ciudadanos son, de esta forma, llevados por la OP a la participación política, discutiendo y manifestando opiniones sobre aquello que les preocupa. Así, la OP se entiende como consenso y control político, funciones que solo pueden enmarcarse bajo la lógica de la publicidad de los actos de gobierno y la libertad de prensa, según la cual los propios ciudadanos buscan la verdad. Se trata de un poder fuera de la institucionalidad.

Por otra parte, en EE.UU se generó una discusión entre los padres fundadores de la nación (en los Federalist Papers) sobre la OP, la cual data del siglo XVIII. James Madison, John Jay y Alexander Hamilton asumen la tesis de Hume pero agregando que la fuerza de la opinión de cada individuo y su influencia práctica sobre la conducta dependen del número de personas que se cree que la comparten (citados en D'Adamo et al, 2000). La opinión se considera sujeta a ciertas determinantes pasionales, por lo que se le deben imponer trabas institucionales, planteándose, en ese mismo marco, la separación de los poderes del Estado. Se tenía la idea de que la OP no podía tender hacia el bien común, en tanto era volátil, impredecible y manipulable dado su trasfondo pasional, debiendo los representantes del pueblo resolver los temas políticos, dada su capacidad de hacer uso de la razón. Thomas Jefferson (también incorporado al debate dado en Estados Unidos) tenía una visión diametralmente opuesta, de acuerdo a la cual la OP debe ser instruida, educada e informada para que pueda ejercer el poder, única forma mediante la cual son solucionables las trabas institucionales o materiales que los mismos poseen (citado en D'Adamo et al, 2000).

La moderna OP, como queda establecido, se asocia al gobierno representativo, pero también a la razón. Así, es el elemento definitorio del gobierno. En este momento político, el liberalismo se encarga de definir al nuevo sujeto de la OP (Capellán de Miguel, 2008). El cambio de sentido, no obstante, fue gradual, ya que los pensadores ilustrados le quitaron la autoridad divina a la opinión del pueblo, pasando a ser denostada como voz del vulgo, errónea, poco fiable, ignorante y falsa. El nuevo sujeto de la opinión es la nación o el público digno, uno conscientemente delimitado, parte de la población que por su capacidad, intelectual o económica, leía periódicos, escribía, se reunía en cafés y tertulias y, finalmente, expresaba su opinión política mediante el sufragio censitario (reducido a una parte de la población). Se limita la OP a una posición específica en el espacio social.

Así, el concepto de OP surge en el marco del siglo XVIII (Mañas, 2008), asignándola a los fisiócratas que construyen la opinión mediante la crítica y la discusión pública. La aceptación y legitimidad de esta noción se vincula a la formación y al surgimiento de la burguesía ilustrada, la cual ejerce una crítica permanente al poder político a través de la discusión colectiva y el uso del raciocinio. La opinión, otrora encerrada en lo privado, pasa a lo público al tratar asuntos que atañen a la totalidad social, tránsito que supone el paso de una concepción negativa (honor, hábitos, prejuicios) hacia una positiva y moderna asociada al control de los gobernantes mediante elites intelectuales.

En la misma lógica se sitúa Champagne (citado en Mañas, 2008), quien establece una jerarquía social que sitúa a las opiniones de los grupos altos como las únicas válidas, en tanto se desarrollan según la deliberación racional, acercándose, por ende, a lo verdadero. Los grupos bajos carecen de razón y la cultura para dar opiniones, quedando en lo falso. La OP es “propiedad” de las clases medias y altas y no a los hábitos irracionales de la masa (Osborne y Rose, 1999). Así, el gobierno se sostiene en una opinión, pero en una racional y anclada a un grupo social específico.

### *El número*

Parafraseando a Mañas (2008), el proceso de objetivación de la OP ha pasado desde los clubes, los cafés y la prensa hasta los resultados de las encuestas. Dicho tránsito supone una serie de operaciones que han posibilitado que las medidas numéricas sean capaces de dar cuenta de asuntos subjetivos. El sustento de las encuestas de OP se encuentra en el cálculo de probabilidades y la estadística, cuyo desarrollo fue iniciativa de los gobernantes, con el fin de registrar de manera exhaustiva y sistemática los elementos que conforman su poder militar y económico. Hacia la segunda mitad del siglo XVII, se busca además el conocimiento de ciertos fenómenos económicos y sociales. El número aparece representando cuestiones físicas y subjetivas, iniciándose una transformación epistemológica y metodológica que dará origen durante la primera mitad del siglo XIX a la estadística social.

*“El examen exhaustivo de la gran cantidad de datos numéricos acumulados en series continuas permitió cuestionar el marco conceptual al que son referidos los números*

*(...) como descubrir regularidades en los mismos que llevaron a creer que los números revelan un nuevo orden de la realidad” (Mañas, 2008, p. 164).*

El número suma legitimidad como entidad de objetivación científica, pudiendo ser una referencia de lo real en las ciencias sociales. La producción del número requiere de un procedimiento científico que revela lo inaccesible y latente en los ciudadanos como meras conjeturas. Se comienza a hablar de leyes sociales amparadas en la estabilidad y la regularidad. Las particularidades se anulan, quedando solo el rasgo común. El agregado es un reflejo fiel de la esencial real y fundamental de las poblaciones. Quetelet habla del *hommemoien*, resultado de la traslación de la distribución normal a la biometría, que al encarnar los rasgos físicos, morales e intelectuales de toda la sociedad, constituye el valor ideal del grupo (Armatte, citado en Mañas, 2008). La política entiende principios similares cuando el representante electo aparece legitimado por el hecho de ser emanación de la opinión del grupo, cuya entidad es propia y distinta de las que se pueden reconocer en las opiniones particulares.

Desde el siglo XVIII hasta inicios del siglo XX, el contexto socio-político y el desarrollo metodológico y científico estrechan relaciones, lo cual se evidencia en los trabajos de una serie de estadísticos y matemáticos, abocados a la aplicación del cálculo de probabilidades para medir entidades que no pueden ser objetivadas de manera tan obvia (Mañas, 2008).

Dicho proceso desemboca en asentar las bases teóricas de la encuesta como técnica para investigar la opinión. El fundamento de la OP ya no es la capacidad de razonar (propia de la época ilustrada), sino que la cantidad de personas que la suscriben. Desde el segundo decenio del siglo, el problema a analizar respecto a la OP deja de ser el control crítico del gobierno, tornándose -en un contexto de aspiración a un ideal de democracia directa- en la reducción psicológica a través de la cual la racionalidad de las actitudes de los individuos se pone a prueba con el método empírico de la estadística. La cualidad debe incorporar la cantidad. Los números son neutros, científicos, precisos, con lo que no se sospecha de que puedan inclinarse ante ciertos intereses. Con todo, la imparcialidad de la estadística la impone como técnica de investigación predominante para registrar la OP.



El método representativo cumple otro papel fundamental en legitimar la encuesta (Mañas, 2008). A fines del siglo XIX se produce un debate donde la idea actual de representatividad no es la única posible. Kiaer introduce el método representativo en el contexto del Congreso Internacional de Estadística celebrado en Noruega. El menor costo económico y temporal implicado en la representatividad se enfrentaba ante la completitud del censo, que registraba las características y propiedades buscadas en la totalidad de la población. No obstante, el menor costo y la mayor simpleza del método representativo supusieron su imposición frente al censo.

La pertinencia de la representatividad también debe probarse frente a las monografías (Mañas, 2008), forma de estudiar la sociedad usada por autores como Le Play y consistente en el análisis de los casos “medios” o “típicos” de la misma. Las desviaciones frente al caso “típico” son imperfecciones sin importancia. Lo que se defendía desde el método representativo era que la sociedad poseía una estructura interna irreductible a un solo caso.

Una vez legitimado el sondeo como método de investigación, se necesita fundamentar estadísticamente la noción de representatividad tras su operar (Mañas, 2008). Ello se logra al introducir la selección azarosa de los casos que forman la muestra, es decir, con el muestreo aleatorio. Las herramientas técnicas que soportan metodológicamente el muestreo representativo son, por una parte, los desarrollos de Bowley y su defensa respecto de la precisión del mismo (Osborne y Rose, 1999), ejemplificada en su introducción del cálculo de los intervalos de confianza (1906), técnica que permite determinar el grado de representatividad de una muestra y, por otra, el trabajo de Neyman, quien introduce el muestreo estratificado por afijación óptima (1936) y el muestreo en dos etapas (1938). Desde ese momento, se puede determinar con precisión el grado de error en una muestra. En consecuencia, el muestreo representativo se entroniza y todo el interés gira hacia el cálculo de varianzas, regresiones, correlaciones, es decir, en la realización de comparaciones entre individuos.

### *La psicología social*

Los argumentos psicológicos que sostienen esta visión ilustrada llegan a fines del siglo XIX (Almazán, 2013). El carácter social y externo de la OP, circunscrita a un espacio

social dominado por minorías cultas, va dejando paso a una visión que se centra en los individuos. Las ideas sobre la irracionalidad de las multitudes se complementarán, a inicios del siglo XX, con la investigación sobre capacidad intelectual y la aplicación de test de aptitudes. Algo propio de la ciencia de la época es la necesidad de certificar la incapacidad de las mayorías para participar en los asuntos públicos, lo cual apoyado en las experiencias bélicas, vuelven a la propaganda un recurso esencial en un contexto de constante ampliación de la base de votantes. La encuesta de opinión se gesta en este marco técnico, científico y político. Así, la emergencia de la psicología social como disciplina científica y académica impulsa la imposición de los sondeos de opinión, bajo el sentido de poner cotos a la mayoría desbordante (Mañas, 2008).

En conjunto a las reivindicaciones burguesas dadas en el siglo XIX (Mañas, 2008), el concepto de OP sufre otro impulso: los gobernantes buscan controlar el fenómeno de la OP y sus efectos con nuevas herramientas (Almazán, 2013). Se trata de un proceso ascendente de reivindicación y otro descendente de investigación cuyo eje es el control social.

*“Si los paradigmas de la opinión surgidos en la ilustración muestran sobre todo la perspectiva de la OP como vigilancia y censura desde abajo, también hay que destacar que conviven en la práctica política del control de la opinión desde el poder”* (Almazán, 2013, p. 128).

Como ya se ha visto, hablar de OP significaba hacer referencia a la opinión de las élites, de la burguesía o de la aristocracia aburguesada, capaz de oponerse al monarca en virtud de enarbolar la razón (Almazán, 2013). No obstante, una vez acontecidas las revoluciones (francesa y americana), el sujeto de la OP se ampliará a otras capas sociales, y el debate sobre la misma propia del siglo XIX tomará como referente el modelo de la democracia norteamericana. Toqueville lo enuncia en su libro *Democracia en América*, de 1835. El autor, enfrentado a la contradicción entre opinión ilustrada y opinión del vulgo y considerando la diferencial aptitud de la ciudadanía para entender los asuntos públicos, si bien reconoce la eventual tiranía que supondría la potencial fuerza de la OP teniendo como base la confianza en la opinión de un gran número de personas y la unificación de las opiniones (D’Almeida, 2012), valora la idea de extender los derechos políticos a toda la

ciudadanía, pues las consecuencias de la exclusión política podrían ser peores que el respeto al dogma de la soberanía del pueblo, implicando eventuales guerras y revoluciones.

La psicología social, disciplina emergente a fines del siglo XIX, vincula teóricamente las masas con la OP, aludiendo a la irracionalidad. Tarde y Le Bon inician una nueva forma de ver y estudiar la sociedad (Almazán, 2013; Mañas, 2008). Sin embargo, hay distinciones relevantes entre ambos autores. Tarde se refiere al público como un colectivo puramente mental formado de individuos que obtiene de cohesión de la consciencia del sentimiento compartido con otros por un gran número de mentes. En consecuencia, la emergencia de un liderazgo es esencial, ya que la composición social es siempre inferior a la suma de los elementos reunidos en la mente colectiva. Posee un prejuicio negativo y dotado de desconfianza hacia las multitudes. Le Bon posee similares prejuicios, señalando que la consciencia se diluye en la multitud, donde priman el instinto y las emociones (Osborne y Rose, 1999). Se trata de un psicologismo de formación biológica y patológica (Dupréel, 2012).

*“La idea principal es que los hombres reunidos en una multitud constituyen un sujeto mental, un alma específica, de la que emanan fenómenos psicológicos comparables, pero irreductibles, a los de la psicología de los individuos. Básicamente, esta alma colectiva es inferior al alma individual, es más rudimentaria y menos sana”* (Dupréel, 2012, pp. 24-25).

De hecho, su estudio se realiza mediante el matiz de las facultades mentales inferiores y la patología. Es, en resumen, un pesimismo anti-democrático. La acción revolucionaria inspirada en el socialismo o el anarquismo de fines del siglo XIX inspiran la desconfianza hacia la multitud y sus ideas aparentemente irreflexivas.

Ahora bien, como se apuntaba más arriba, Gabriel Tarde reaccionó ante este pesimismo y visiones unilaterales, reconociendo que si bien las multitudes pueden hacer daño, a veces resultan beneficiosas, reforzando lo más positivo de los valores sociales (Dupréel, 2012). Señalará el autor que la era de las multitudes es algo propio del pasado, mientras que el tiempo actual es el de la OP. La civilización y sus avances técnicos en la imprenta, el telégrafo, la imprenta y la prensa, implican la atenuación del surgimiento de reuniones desordenadas. Los procesos de enseñanza, las controversias sobre ideas y

sentimientos, y los cambios de opinión son susceptibles de ocurrir sin que el ordenamiento de los individuos se vea fracturado. El trasfondo de la visión del autor remite a un evolucionismo unilineal y universal.

*“Las multitudes son sociedades primitivas, originales, mientras que la opinión pública es una, general, separada de otras muchas tendencias y condiciones particulares, ligada al lugar, al nivel o a los niveles, a los intereses; es el acuerdo social del futuro”* (Dupréel, 2012, p. 27).

De la multitud se trasciende hacia la comunión de espíritus.

En consecuencia, en el miedo a las masas se expresa el desarrollo científico y metodológico de teorías e instrumentos técnicos que permiten entender (y manipular, con la propaganda), la psique individual, las predisposiciones, expectativas y concepciones de los sujetos individuales (Mañas, 2008). La opinión, por ende, se traslada al plano de las actitudes individuales.

*“(…) la opinión será considerada como la ‘expresión verbal’ exterior y visible de una actitud individual profunda que resulta inaccesible. Es así como la opinión pública pasa de ser un objeto de investigación de la filosofía política a convertirse en un objeto de investigación psico-sociológica”* (Mañas, 2008, p. 167).

La clara expresión de lo anterior es el camino hacia el estudio de la OP que se produce bajo la adopción de los principios de la nueva psicología experimental (Almazán, 2013). Se puede imputar a ese tránsito la verdadera deriva hacia la forma de estudiar la OP. Graham Welles (citado en Almazán, 2013) es un ejemplo de ello, en tanto abre una perspectiva que se enfoca en el estudio psicológico del comportamiento político individual, relativizando el papel de la inteligencia humana en la acción. Los instintos llevan a las personas a actuar sin sopesar las consecuencias de sus acciones, por lo que formarían una multitud intratable, *“(…) origen de la deriva individualista y psicológica de la investigación social y de la metodología de las encuestas que más tarde se emplearían para tomar el pulso a la opinión pública”* (Almazán, 2013, p. 130).

Ya no hay miedo a las masas, en tanto opera una reducción psicologicista que la disgrega en individuos (Mañas, 2008).

### *La OP “democrática”*

Hacia 1920 la OP se tornó definitivamente democrática, dado que el público pasó a estar constituido por el pueblo en su conjunto y no solo por la elite (Osborne y Rose, 1999). Fue una pregunta trascendental establecer el rol de la misma en el contexto de esta nueva sociedad. Para algunos, señalan Osborne y Rose (1999), la OP era suficiente para sentar las direcciones morales básicas de la política y elegir a quienes gobiernan. Para otros, sin embargo, recibe una evaluación negativa, dada su peligrosidad para la democracia.

Los gobiernos democráticos con sufragio universal a principios del siglo XX necesitaron de un instrumental más sofisticado para investigar y controlar la OP. Ello se fundó en la preocupación por las masas y su imprevisibilidad (Almazán, 2013). Desde los años 30', gracias a los desarrollos estadísticos y de la psicología social, emerge la posibilidad de realizar cuestionarios administrados de manera atomizada y que fueran representativos de la población, considerando un pequeño margen de error. El objetivo último era el control social (Almazán, 2013).

En las primeras décadas del siglo XX, la producción de bienes y servicios para el consumo de masas trastocan los modos de vida, las pautas de consumo, la cultura y los sistemas políticos (Aglieta, citado en Almazán, 2013). Asimismo, el acceso masivo a los medios de comunicación da otro carácter a la comunicación comercial y a la propaganda política.

Bernays (citado en Almazán, 2013) señala que es necesario controlar la opinión de las masas en las democracias. Con ello, se abre el espacio para que la psicología aplicada a la vida social sea un soporte de la propaganda y la comunicación política. Es la segunda guerra mundial lo que concreta definitivamente ello.

Desde los años 20' se lleva a cabo la medición de la opinión con instrumentos estadísticos. Los métodos de medición de opiniones y actitudes de Thurstone, Allport y Bogardus adquieren relevancia, aunque en muestras pequeñas (Almazán, 2013). En ese contexto se forjan las encuestas de opinión y electorales (surgidas y financiadas por los medios de comunicación), cuya amplia difusión adquiere un lugar importante en el mundo

político, permitiendo tematizar la OP de manera apolítica (Blondiaux, citado en Almazán, 2013). La científicidad neutraliza el sentido político de la OP.

El vínculo entre OP y democracia se estrecha, generando una concepción teórica inquebrantable para objetivar la primera. Ya no se considera a la OP como una consciencia supra-individual, sino solo como un agregado de opiniones (Rose y Osborne, 1999). Para Floyd Allport (2009) la OP no debía ser vista como un ser supra orgánico, superior a las visiones individuales, sino que era la suma aritmética de las expresiones individuales a favor o en contra de ciertas condiciones definidas, personas o propuestas que tenían cierta probabilidad de afectar directa o indirectamente la acción respecto del objeto que se preocupaban. Lo anterior genera una ciencia de la OP que relaciona conceptos y métodos de investigación sobre las actitudes de los sujetos.

Este discurso de la OP no se valida solo por avances teóricos, sino también por avances prácticos y hasta técnicos, delineándose un hito en la realización de la primera encuesta de opinión en 1935, donde George Gallup con el establecimiento del Instituto Americano de OP, rutiniza y sistematiza esta práctica para generar conocimiento (Rose y Osborne, 1999). Debido a estas nuevas técnicas de estudio social y a la novedosa forma de concebir la población como un sistema que puede ser estudiado mediante frecuencias, las encuestas de opinión se convertirán en el mecanismo ideal para diagnosticar y predecir el comportamiento colectivo de la sociedad de masas, diluyéndose el miedo a las masas mediante la emergencia de un individualismo metodológico anclado en el psicologismo (Mañas, 2008).

Las encuestas realizadas por Gallup representan una particular y optimista visión de la función de la OP. Las democracias necesitan hoy de la OP para funcionar, puesto que su monitoreo es constitutivo de la gobernabilidad, pudiendo en parte definir nuevas políticas democráticas y reviviendo en la gente la fe en la democracia, ya que la existencia de una investigación sobre la OP sirvió para promover un interés en los problemas públicos en la población. La OP era democratizadora en cuanto el público adquiría y se expresaba en forma de opiniones (Rose y Osborne, 1999).

La identificación entre el sondeo de opinión y la OP se incorporó al paisaje político, naturalizándolo (Almazán, 2013), ya que era difícil pensar en una OP sin la aplicación de la

encuesta estadística a una muestra representativa mediante cuestionarios. La lógica de la representatividad estadística propia de los sondeos, marco la representatividad electoral de los sistemas político-democráticos y la tradicional relación entre los medios de comunicación y el sistema de partidos (Almazán 2013).

### *Síntesis*

La historia de la OP en su condición de concepto permite comprender la magnitud de su condición social. La forma actual de concebirla, como resultado de los sondeos de opinión, es parte de un proceso socio-histórico en el cual se identifican puntos de inflexión específicos.

La OP nace como un constructo asociado a la burguesía ilustrada, la cual busca censurar las acciones de los gobiernos absolutistas. Así, sus reuniones, su discurso sobre los objetos públicos, es la OP. Cuando el problema deja de ser la censura con respecto al gobierno, pasa a ser el control social, en tanto las masas adquieren mayor espacio en el mundo político, ya sea mediante su movilización espontánea o participación electoral. Dicho asunto se estrecha con la preocupación ya recurrente de encontrar formas de medir entidades intangibles de manera clara, evidente y científica. Asimismo, el miedo a las masas se traslada hacia evaluaciones políticas negativas respecto al nuevo fenómeno, dada la posibilidad que tenía de desbordar el sistema político. Sin embargo, el desarrollo de la psicología social y del muestreo representativo se estrechan en una articulación teórica que diluye la masa en individuos atomizados: la agregación de opiniones individuales en torno a tópicos de interés público.

Desde allí ya no es necesario seguir temiendo a la masa y el vínculo entre OP y democracia puede vislumbrarse desde un prisma positivo. La encuesta de OP permite que la gente participe de la democracia y se interese de los asuntos públicos.

El conocimiento que actualmente recibe el apelativo de OP es el producto de un proceso social. Ya no se trata de un artificio especulativo, sino que de un artificio empírico. La realidad se ordena sobre herramientas sancionadas socialmente y con miras a la producción de ciertos objetivos. Dicha constatación es suficiente para proponerse

problematizar el campo de estudios de la OP, pues lo desnaturaliza en cuanto a sus prácticas de investigación, estrechándolas con sus usos sociales.

### ***Historia de la Industria de OP en Chile***

A continuación se resume la historia de la industria de OP en Chile. El objetivo es sostener una tesis que ya está encaminada: la producción de conocimiento sobre la OP se asocia fuertemente a los procesos sociales donde se enmarca.

La industria de OP en Chile inicia en 1957, cuando se crea en el Departamento de Sociología de la Universidad de Chile, por iniciativa de Eduardo Hamuy, un programa pionero de medición regular de la OP. Aquél se formó en EE.UU, siendo su matriz disciplinar la teoría empírica de las ciencias sociales. Las encuestas “Hamuy” impactaron fuertemente en la gestación de la industria, recopilando evidencia en torno a la percepción de los chilenos sobre una serie de temas no tratados (cultura política, movilidad social, etc.). Por otra parte, tales encuestas tuvieron dos usos sociales: uno de tipo académico basado en el testeado de hipótesis sobre las transformaciones sociales en el país; y otro político, amparado en el apoyo a la labor gubernamental del presidente demócrata cristiano Eduardo Frei Montalva (Cordero y Tapia, 2009). Además tuvieron un uso electoral en la predicción de las votaciones presidenciales de 1958, 1964 y 1970, y las parlamentarias de 1973 (Navia, 2004). Otro aspecto relevante es el uso de la metodología probabilística, inexistente antes en Chile. Hamuy elaboró mapas y los primeros marcos muestrales para las principales ciudades del país con el fin de ejecutar las encuestas. Generó formas de procesar los datos manualmente, y luego usando uno de los pocos computadores presentes en el país, en la facultad de ingeniería de la Universidad de Chile. Alrededor de las encuestas “Hamuy” se constituye una generación de científicos sociales que aprenden a realizarlas.

Durante el gobierno de la Unidad Popular se crea en 1971 el Centro Nacional de OP (CENOP), que realizaba estudios de opinión y análisis de coyuntura política para el gobierno. Eran estudios reservados y sin difusión. Durante la época no se realizaban otras encuestas políticas ni menos estudios de mercado (Cumsille y Rivas, 2009).



Entre 1957 y 1973 se da un contexto de polarización política, donde los partidos movilizan a diversos sectores sociales y los mismos medios de comunicación se identifican con alguna de las posturas político-ideológicas en disputa. Así, la OP se torna crítica, producto del debate racional, generando una ciudadanía políticamente activa (Cumsille y Rivas, 2009).

Tras la instauración del régimen militar en Chile, las encuestas de opinión se volvieron escasas, usándose principalmente en estudios confidenciales para el gobierno o en investigaciones de mercado (Cordero y Tapia, 2009), abriéndose un dinámico campo de marketing a fines de los 70 e inicios de los 80' (Navia, 2004). Además, la represión y supresión de libertades políticas ahoga la emergencia de la OP crítica y activa (Cumsille y Rivas, 2009). La DINACOS era la institucionalidad que controlaba y regulaba los estudios de mercado que se realizaban, revisando encuestas y encuestadores. Con la apertura del régimen y el fortalecimiento de la oposición disminuyen las trabas para el desarrollo de las encuestas y se realizan los primeros esfuerzos por registrar las percepciones de la población, por ejemplo: en política y conducta política de los chilenos, preferencias en el plebiscito de 1988, etcétera. A partir de 1983 y mayormente desde 1984, la empresa Diagnos por encargo de los medios, comenzó a realizar encuestas de opinión, siendo las primeras con notoriedad en el país. La FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) y el CEP (Centro de Estudios Públicos), un centro de estudios financiado por hombres de negocios, realizaron sus primeras encuestas, según se prestaba mayor atención a las actitudes políticas, en virtud de la cercanía del plebiscito.

Fue mediante programas de encuestas nacionales estructuradas y con el respaldo científico de instituciones no comerciales, que el estudio de la OP emprendió su despegue en Chile. El plebiscito que determinaría el futuro político del país organizó el funcionamiento del campo de la OP hacia fines de los 80' (Cordero y Tapia, 2009; Navia, 2004), dentro del marco político de la transición del autoritarismo a la democracia, permitiendo la emergencia definitiva de la industria de OP en el país (Huneus, 1999). El influjo fue dado por centros de estudio privados (ONG's) que contaban con apoyo técnico y económico de parte de organizaciones cuya preocupación era promover la democracia. Dicha información fue fundamental en la estrategia de la oposición democrática (Huneus, 1999).

En consecuencia, entre 1987 y 1988, con razón del plebiscito, existe una guerra de encuestas, realizándose 60 sondeos por 20 instituciones. En este marco, las encuestas de opinión se tornan un instrumento de influencia política y no solo una herramienta para comprender cambios sociales tras el régimen autoritario (Cordero y Tapia, 2009). Las elecciones presidenciales y parlamentarias del año 89' supone la aparición de nuevas compañías que producen encuestas, aunque son sondeos pensados en estrategias electorales y no para dar una descripción precisa de las preferencias electorales. Las empresas estaban asociadas fuertemente a posiciones políticas o bien sus dueños pertenecían a ciertos partidos. Así, su confiabilidad y precisión era fuertemente cuestionada por los medios (Navia, 2004).

Con el arribo a la democracia la industria de encuestas de OP entra en una nueva etapa, alcanzando un protagonismo en la vida pública nacional nunca antes visto (Cordero y Tapia, 2009).

Ya comenzando los 90' el mercado encuestador creció e inició un proceso de profesionalización, generado por la incorporación de empresas, fundaciones, universidades y algunos "think tanks". Dicho crecimiento amplió los temas de estudio de opinión a ámbitos fuera de la política, incremento la competencia e influyendo en la mejora de los estándares de calidad y transparentando la industria (Cordero y Tapia, 2009). Así, el sondeo se legitima, trayendo aparejado que la reputación se vuelva un componente central en las empresas de producción de encuestas

Posteriormente, se internacionaliza la industria gracias al ingreso de compañías extranjeras al mercado nacional, importando metodologías de investigación y generando cooperación entre equipos de investigación de distintos países para elaborar encuestas internacionales (Cordero y Tapia, 2009).

En el mismo periodo ingresan los medios de comunicación (especialmente prensa escrita), quienes pasaron de difundir estudios de opinión a fabricarlos. Siguiendo la tendencia europea y norteamericana, iniciaron un trabajo intensivo para posicionarse como actores creíbles, mediante el uso de encuestas telefónicas. Haciéndose frecuente el empleo de estudios de opinión para construir noticias y por lo tanto, para articular la agenda de debate público (Cordero y Tapia, 2009).

Desde 1990 y bajo la premisa “encuestar para gobernar”, los sondeos se emplean para monitorear la figura presidencial, evaluar iniciativas y las acciones gubernamentales, respaldando las principales reformas de políticas públicas y contribuyendo a racionalizar y tecnificar la toma de decisiones gubernamentales (Paley, 2001; Cordero y Tapia, 2009).

Hoy la industria de OP en Chile se caracteriza por influenciar el desarrollo de fenómenos sociales mediante las prácticas de medición utilizadas y las descripciones de la sociedad que éstas desprenden. Cordero y Tapia (2009) hablan de la práctica de evaluación, clasificación y monitoreo. La primera se centra en la evaluación de las autoridades mediante la serie de mediciones periódicas que se publican, como las de ADIMARK, el CEP, el CERC, implicando efectos políticos de carácter práctico como, por ejemplo, cambios ministeriales. La segunda supone que los estudios de OP han construido complejos sistemas de clasificación de las personas, los cuales permean en el juicio que las personas hacen de su propia experiencia de vida, forjando su identidad social y colectiva<sup>2</sup>. La tercera práctica implica la medida comparable y en el tiempo de algún fenómeno social al cual desea dársele seguimiento, incorporando al paisaje de la agenda pública ciertos temas, y permitiendo a su vez la racionalización de las medidas públicas al respecto<sup>3</sup>. Tales prácticas performativas construyen OP, la conforman.

### *Síntesis*

Resulta notable que la industria de OP en Chile refleje con tanta claridad el contexto. Cada periodo histórico retratado ejerce un peso sobre su movimiento, sobre su producción. Esto solo puede implicar que la producción de conocimientos sobre la OP está ligada a contextos socio-políticos que la determinan a nivel sustancial y formal. En cada contexto espacio-temporal cumplió un papel social, una labor, un uso social al alero de actores específicos. Sobre esa base solo se refrenda la articulación permanente y contingente entre la práctica de investigación basada en la encuesta de OP y componentes sociales específicos.

---

<sup>2</sup> Un ejemplo notable al respecto lo constituye la clasificación por grupo socio-económico, que las personas asumen, sosteniendo quienes son ABC1, C2, C3, D o E.

<sup>3</sup> El índice de la Fundación Paz Ciudadana ha puesto en la palestra el tema de la inseguridad y la victimización, conformando un estado de opinión que hoy es sostenido por las personas y que forja los caminos de la política pública sobre delincuencia.

La problematización se anuncia nuevamente, pero anclada a las condiciones históricas propias de Chile.

### ***Estudios del campo de la OP en Chile***

Este apartado busca tematizar la forma en que se ha estudiado el campo de producción de conocimientos sobre la OP en Chile. La idea es fundar el sentido de esta investigación en la carencia de una interrogación referida a la totalidad del campo en función de sus constituyentes.

Por una parte, existen estudios referidos a los énfasis e intereses temáticos de los estudios de opinión (Jara y Tapia, 1995), así como sobre las tendencias de la población chilena en cuanto a temas valóricos (Catalán y Manzi, 1998). La propuesta de estos estudios está encaminada a dar una caracterización de la OP representada por las encuestas antes que a tematizar los soportes de su funcionamiento.

En otro ámbito, se desarrollan reflexiones sobre los usos sociales de los estudios de opinión. Sunkel (1989; 1992) y Brunner y Sunkel (1993) analizan tres niveles de utilización tras la investigación en OP: resuelven los problemas técnico-comunicacionales de las campañas políticas, identifican empíricamente los problemas que merecen atención pública y sugieren líneas de acción al sentido común de los líderes de opinión. La reconversión en campaña política de la información producida sobre OP y su difusión hacia sectores más amplios del público, supone modificaciones para la auto-comprensión individual presente en el sentido común de la gente y la instalación de la meta-agenda de recuperación democrática.

Para Sunkel (1989; 1992), los productores de encuestas “encantan” a la dirigencia política respecto de la utilidad de este conocimiento para desplegar acciones políticas eficaces. El conocimiento producido se vuelve una creencia para quienes lo escuchan, dada su eficacia simbólica, estando dicho poder en su aparente calidad técnico-científica y en el hecho de asumir que la OP efectivamente existe. Sin embargo, la OP, a decir del autor, es producida y adquiere visibilidad en el discurso y como resultado de la utilización de una

“tecnología” que la produce. En consecuencia, la práctica investigativa de la OP mediante encuestas involucra una serie de supuestos que la orientan de manera específica.

Dicha lectura supone una consideración de trascendencia meta-sociológica en relación al campo, igual que la desarrollada por Paley (2001), cuyo objeto es establecer el poder ejercido por la cuantificación bajo la figura de los estudios de OP en la post-dictadura chilena. Su estudio se centra en una población de la zona sur de Santiago, durante la transición del gobierno dictatorial al civil (90-92). Para la autora, los sondeos y las encuestas son administradas para establecer preferencias electorales, actitudes políticas y tendencias de consumo. El uso ampliado de dicha tecnología, incluso entre la población pobre, refleja una fusión entre el marketing, la política y las ciencias sociales única en Chile. Su conclusión es el papel predominante que las encuestas y los estudios de mercado ocupan a nivel gubernamental en una democracia donde los ciudadanos se encuentran marginados de las decisiones públicas, además del hecho de que ciertos movimientos sociales resistan la objetivación, apropiándose del saber estadístico.

Si bien esta línea reconoce que los estudios de OP poseen un uso socio-político específico para ciertos actores en el marco de la transición del autoritarismo a la democracia, el carácter parcial de sus conclusiones impide generalizarlas a la totalidad del campo. Esa carencia motiva esta investigación.

Una tercera entrada está dada por la consideración técnica de la encuesta en la producción de conocimientos sobre la OP (Huneus, 1999; Navia, 2004). Para esta perspectiva, el sondeo es una de las pocas alternativas para conocer la OP, fundándose sus problemas en malas prácticas: mal diseño de cuestionarios, interpretaciones sesgadas, problemas con el muestreo, etcétera. Además, la encuesta de OP debe ser atendida en torno a sus capacidades, sin sobrevalorarse su poder, ya que ciertos temas no pueden someterse a su arbitrio: asuntos de elevada complejidad técnica, consideración valórica o que pudiesen suponer el sometimiento de las minorías ante las mayorías.

Por ende, se asume que la encuesta de opinión ofrece información útil para la mayor comprensión de la política y la sociedad, alimentando la toma de decisiones en el ámbito público y privado. Informar sobre lo que piensan los hombres y mujeres puede servir de

puente entre las decisiones de la autoridad y la opinión de la ciudadanía, fomentando el control de la primera y, en consecuencia, permitiendo el fortalecimiento de la democracia. Sin embargo, para que el sondeo de OP cumpla su función, debe impedirse su manipulación, para lo cual una eventual solución es la observación de normas éticas. En ese aspecto, la Asociación Mundial de OP (WAPOR) agrupa institutos y empresas de estudios, obligando también a los medios de comunicación en cuanto a la publicación de resultados de encuestas. Dichas normas establecen que al informarse los resultados de alguna encuesta debe señalarse: el nombre de la institución que la hizo, para que se responsabilice de ella; la información técnico-metodológica, indicando muestra, el universo estudiado, su tamaño y la forma en que se produjo la información, ya sea con entrevistas cara a cara o telefónicas; y la fecha del trabajo de campo, limitando los alcances de la encuesta a los factores existentes en un contexto espacio-temporal acotado.

Rodrigo Cordero (2009) y Rodrigo Cordero junto a Gonzalo Tapia (2009) estudian las características metodológicas de 1003 encuestas producidas y publicadas entre 1957 y 2006<sup>4</sup>. En base a Bishop y Philips (citado en Cordero y Tapia, 2009), sostienen que la tecnología de encuesta de OP es indisociable de sus “aparatos” de producción, comunicación y almacenamiento.

Un primer aspecto caracterizado es el volumen de encuestas producidas. Hasta los 80’ la producción fue muy baja y correspondía fundamentalmente a las encuestas Hamuy. Desde 1989 se multiplica la producción de encuestas, sobre todo en cada periodo electoral, instalándolas en el centro de la competencia política. Entre 1989 y 1993 el crecimiento fue de 17,5%, mientras que entre la elección de 1993 y 1999 el incremento fue de 59,6%. El aumento fue menor entre 1999 y 2005, alcanzando un 36%.

---

<sup>4</sup> En los anexos se ubican tres tablas de caracterización adicionales, que por razones de espacio no se han colocado aquí.

Tabla 2. Evolución del tipo de instituciones que realizan encuestas de opinión en Chile de acuerdo a la cantidad de encuestas publicadas, 1957-2006 (%)

Tipo de Institución	1957-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Universidades	93,9	5,9	4,2	9,7	10
Centros de Estudios	6,1	47,1	30,9	37,2	34,6
Instituciones gubernamentales	0	4,4	5,7	5	5,1
Empresas/Consultoras	0	41,2	45,6	33,3	37,3
Medios de Comunicación	0	1,5	13,5	14,7	13
Total de Instituciones	33	68	401	597	1099
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cordero y Tapia (2009)

Hasta el quiebre democrático de 1973, la industria de OP fundamentalmente se articula en torno al mundo académico (Encuestas Hamuy en la Universidad de Chile). Ello cambia desde mediados de los 80, ya que emergen centros de estudios de oposición y empresas de estudios de mercado que se instalan en el campo, sobre todo en torno al plebiscito de 1988. Desde 1999 entran los medios de comunicación, ya no solo como difusores, sino que como productores (sobre todo El Mercurio y La Tercera). Además, re-ingresan las universidades al campo, aunque de forma muy lenta. Para Cordero y Tapia (2009) ello es preocupante, dada la falta de programas de encuestas de opinión permanentes en el tiempo y la escasa producción de conocimiento sobre la OP.

En relación a los actores, Huneus (1999) plantea que las condiciones históricas en el surgimiento de los estudios de opinión poseen su huella en la industria. Por una parte, se encuentran los institutos y las empresas privadas, que son los que hacen las encuestas y disponen de una gran base de datos, mientras que por otro están las universidades, instituciones que estudian con tranquilidad y prolijidad la OP. El régimen militar limitó los recursos humanos y económicos de las universidades, con lo que el estudio de la OP tuvo que darse desde empresas de estudios de mercado e institutos, formadas para dar respuesta a los requerimientos de los políticos y los medios de comunicación. Por ende, el mundo privado dio el impulso principal, a la inversa de lo que sucedió en otros lugares del mundo.

Navia (2004) reconoce un campo donde se articulan empresas y centros de estudios de OP con partidos políticos y medios de comunicación. Con todo, de cada espacio de

investigación, según su lugar institucional, se espera cierto tipo de conocimiento y el cumplimiento de ciertos objetivos sociales. Aunque es precisamente ello lo que no está plenamente desarrollado. De allí la necesidad de esta investigación en relevar los principios que definen el conocimiento producido en el campo de la OP. Además, las distinciones entre los actores servirán de eje para estructurar la muestra.

Otra característica del campo de la OP es la primacía de la encuesta cara a cara. Hasta 1989 la totalidad de las aplicaciones seguía dicha modalidad y hasta fines de los 90' la mayoría. Desde 1999 perdieron espacio, a favor de la expansión y legitimidad ganadas por las encuestas telefónicas. De hecho, entre 1999 y 2006 el 65,3% de las encuestas fueron telefónicas. Dicho aumento se debe al trabajo de la fundación Futuro, empresas de estudio de mercado y prensa escrita (El Mercurio y La Tercera), pero también gracias a la mayor cobertura telefónica en el país, el menor costo de producción y la necesidad por producir datos rápidamente, determinados por la contingencia.

A partir de ese cambio metodológico, aumentan las encuestas semi-probabilísticas o por cuotas. Entre 1957 y 1973 solo habían encuestas probabilísticas y fundamentalmente en Santiago, aunque a veces se consideraban otras ciudades, como Concepción y Valparaíso. Las encuestas nacionales solo aparecen a fines de los 80', con centros como el CEP y el CERC, aunque más de la mitad de los sondeos se concentraban en Santiago. A partir de ahí las encuestas semi-probabilísticas adquirieron mayor importancia, tanto que en el periodo 1999-2006 suponen la mitad de los estudios publicados. La encuesta telefónica permite la emergencia de estudios de alcance nacional y la disminución gradual de los días que toma el trabajo de campo. Ello puede facilitarse dada la presencia de más medios de comunicación y de transporte, además del desarrollo técnico y profesional de las instituciones que producen las encuestas. En cuanto a los casos, entre 1957 y 1973, se promediaban los 800, entre 1973 y 1988 suben a un promedio cercano a los 3000, para estabilizarse desde el plebiscito en los 1500 casos aproximadamente.

Por último, Cordero y Tapia (2009), y Cordero (2009), sostienen que los resultados de los sondeos no se acompañan de todos los rasgos pertinentes para su evaluación. Sostienen la necesidad de las fichas técnicas de los estudios (informando una serie de características: tipo de encuesta, cobertura poblacional, % de cobertura, número de casos, fecha del trabajo



de campo, tipo de muestra, error muestral, nivel de confianza y tasa de respuesta), de las bases de datos y de los cuestionarios aplicados, información que permitiría un mejor conocimiento de los rasgos metodológicos de los estudios realizados y de la vida social representada en los datos. Con todo, la transparencia en el campo, no siendo perfecta, mejora, en tanto la producción sistemática de encuestas obliga a los actores a posicionarse como creíbles.

Como se puede notar, la caracterización técnica del campo de producción de conocimientos sobre la OP pocas ideas ofrece respecto de sus fundamentos. No se logra conectar la práctica metodológica con el sentido de producir conocimientos sobre la OP. Se asume la encuesta y de allí se deriva la caracterización metodológica de su operar. En esta investigación la metodología se entiende como un paso previo y en conexión con los sentidos teóricos y sociales mentados en la generación de conocimiento sobre la OP.

### *Síntesis*

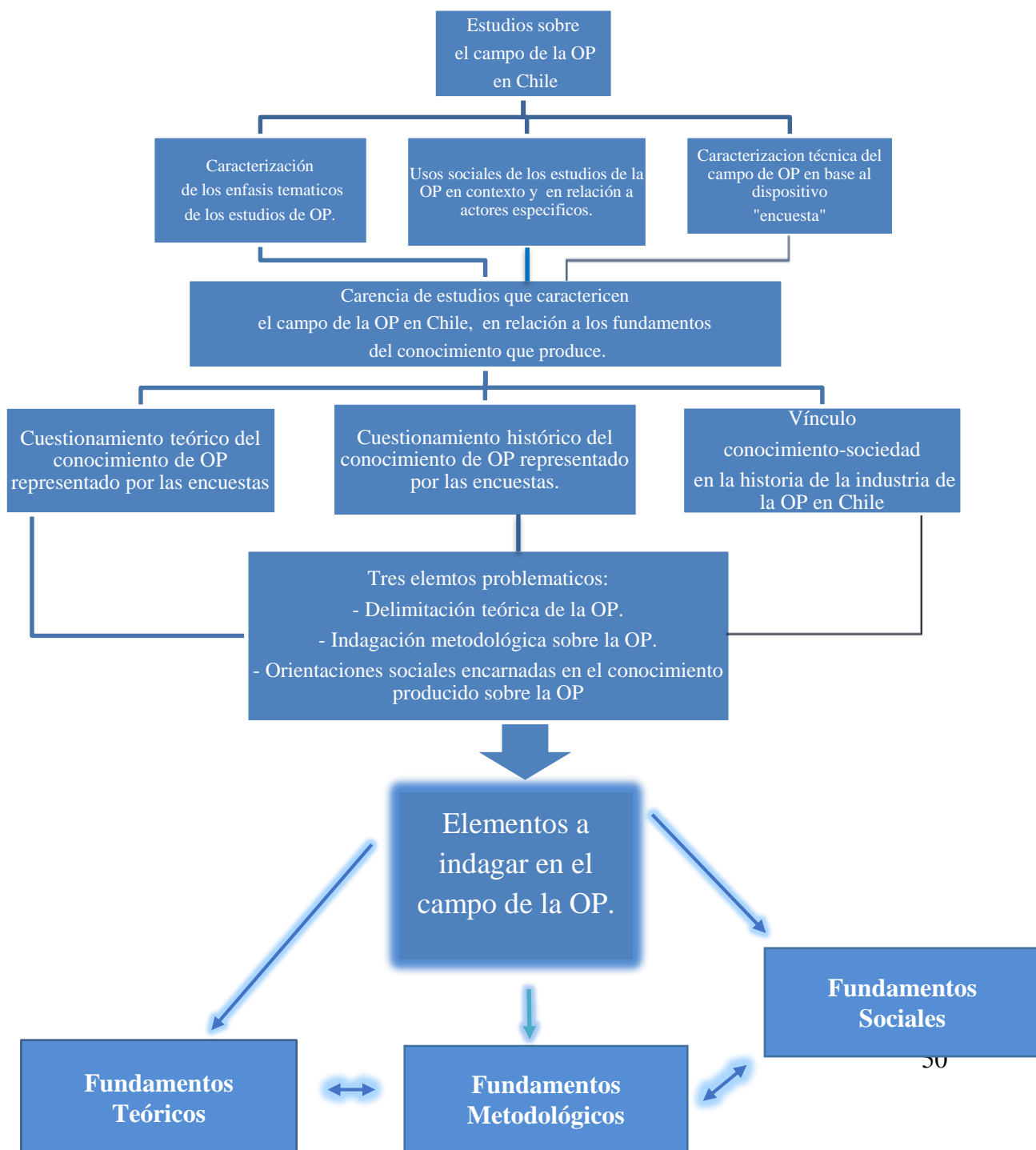
Se identificaron tres modos de estudiar y, por ende, cuestionar el campo de la OP en Chile. Una primera interrogación estudia los énfasis temáticos en la producción de conocimiento sobre la OP, modo demasiado indirecto de profundizar en los fundamentos del campo. Una segunda se centra los usos sociales del conocimiento producido en el campo (y en la concepción de OP tras ellos), pero acotándolos a un contexto espacio-temporal y a actores específicos, con lo que sus resultados resultan insuficientes para caracterizar el campo de producción de conocimientos de la OP en su totalidad. Una tercera línea se centra en la caracterización técnica del campo de la OP, tomando como modelo el dispositivo de la encuesta, modo típico de producir conocimientos en él, de modo que se asume de antemano el dominio de la misma, sin enfocar otros aspectos del conocimiento producido. Obviamente, es el eje de la producción del saber referido, pero asumirla como principio y fin es fetichizar la técnica.

Dichos estudios no tienen el fin que esta tesis se traza, por lo que es sumamente lógico que no sirvan de modo explícito a los fines de esta investigación, salvo para proponer los criterios muestrales.

Se carece de un esfuerzo que estudie el campo de la OP en su totalidad, cuestionando sus fundamentos. Esta tesis responde a esa carencia y renuncia. La mejor forma de ejercitar el campo de la OP es mantener el cuestionamiento perpetuo del conocimiento que produce, generando una práctica de investigación que reflexione sobre sí misma.

**Recapitulando la problematización**

A continuación se expone un esquema que reduce lo dicho hasta aquí, generando una articulación entre los elementos que sostienen el problema de investigación abordado.



### **Justificación y relevancia del estudio**

Se ha determinado que el estudio del campo de la OP en Chile no ha dado frutos en relación a lo que esta investigación pretende. Lamentablemente, el ejercicio que aquí se pretende llevar a cabo debe dismantlar el espacio de estudios de la OP, interrogándolo en torno a sus fundamentos. Es su existencia misma la que debe ponerse entre paréntesis. Se “destruye” el campo, para armarlo luego.

Así, una primera justificación es metodológica. La matriz del estudio es establecer los fundamentos del campo de la OP en base al discurso de los mismos investigadores que lo componen. Sin embargo, los fundamentos son lo más objetivo que existe, ubicados a un nivel ontológico. Solo un ejercicio filosófico que estruje el concepto de OP puede desarrollar tal tarea. Pues bien, la tesis aquí presentada se levanta contra ello y plantea que los investigadores, al ser el sostén real del conocimiento, son quienes negocian sus fundamentos. Por supuesto, ello implica una visión sobre el mundo social donde los actores no solo reproducen, sino que producen. Pero bien, desde un ángulo específico, tal planteamiento puede ser una justificación, en tanto que novedad, al menos para estudiar el campo de la OP, donde la encuesta se analiza casi siempre como principio y fin.

Una segunda justificación se funda en un desconocimiento. Es teórica, ya que la idea es aportar conocimiento sobre el campo de la OP. Se trata de una primera línea que debe ser detallada. El punto es que el campo de la OP no ha sido estudiado en su totalidad y traspasando aspectos parciales. Aquí se parte del todo y se funda un saber. Es la intención más modesta, pero también la más pretenciosa.

Por último, un buen augurio para la OP es que es un concepto no estabilizado, al menos a nivel teórico. Este estudio pretende remover la conciencia práctico-investigativa de quienes trabajan con la OP, trastornando la visión de que dicho objeto se estudia o debe estudiarse en base a un protocolo sacro e incuestionable. Se trata de dar pie a la reflexividad, permitiendo que al tener en cuenta los fundamentos de la práctica con que se investiga la OP, se pueda saber lo que se hace y sobre que resortes específicos. Es una justificación práctica: dismantlar la naturalización de la investigación sobre la OP.

### **Pregunta de investigación**

¿Cuál es el contenido de los fundamentos del conocimiento producido en el campo de estudios de la OP actualmente en Chile, según los investigadores que se desempeñan en él?

### **Objetivo general**

- Caracterizar el contenido de los fundamentos del conocimiento producido en el campo de estudios de la OP actualmente en Chile, según los investigadores que se desempeñan en él.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los fundamentos que definen el conocimiento producido en el campo de estudios de la OP.
- Delimitar los rasgos de los distintos fundamentos que soportan el conocimiento producido en el campo de la OP.
- Establecer una estructura que relacione los distintos fundamentos del conocimiento producido en el campo de la OP.
- Reconocer exploratoriamente las posiciones de los distintos investigadores en función de su lugar en torno a los fundamentos del conocimiento producido en el campo de la OP.

## **Panorama conceptual**

A continuación se presenta teóricamente el objeto de esta investigación a partir de la sociología del conocimiento científico. De a poco se va trazando, siguiendo una lógica que va de lo general a lo particular.

### ***El espacio de la sociología del conocimiento científico***

El estudio del conocimiento científico reconoce distinciones en su interior. Shapin (2005), Medina (1995), Latour (1992) y Bourdieu (2000) hablan de internalismo y externalismo en la historia y sociología de la ciencia. La primera postura asume que los productos de la ciencia forman parte del desarrollo de una razón inmanente que aísla los mismos de cualquier tipo de condicionamiento exterior. Es la perspectiva propia de la filosofía de la ciencia, y analiza *“los procesos de desarrollo y despliegue de tal razón inmanente mediante el establecimiento de normas estrictas de procedimiento y una crítica lógica a los enunciados inconsistentes”* (Medina, 1995, p. 66). Se trata de una actualización del platonismo, ya que, como señala Medina (1995), existe un mundo de las ideas con una verdad intrínseca, preexistente e independiente de los hombres. El externalismo, por su parte, es todo lo contrario. El interés se dirige hacia la estructura organizativa de la producción científica, la relación de ésta con otras formas de conocimiento y otras estructuras (políticas, económicas, sociales). También se habla de la relación entre ciencia y gobierno, ciencia y tecnología, responsabilidad social de la ciencia, entre otras cuestiones.

Por su parte, Law y French (1995) distinguen entre una sociología normativa y otra interpretativa en el estudio de la ciencia. La primera solo indagaría en el cumplimiento de ciertos consensos normativos y cognitivos, en tanto que guía del científico en su trabajo, cautelando distinguir los rasgos definatorios de la naturaleza institucional de la ciencia. La segunda, por su parte, asumiría que en la ciencia los significados varían con el tiempo y entre diferentes interacciones, examinando como se negocian en el curso de la interacción. La acción científica está en proceso de desarrollo y no deriva de normas “sagradas” ubicadas sobre los actores.

Merton (1977) desarrolla una sociología de la ciencia normativa. El autor respeta la visión del conocimiento científico como uno cuya verdad depende de su isomorfismo con la realidad del mundo. La sociología debe tratar las condiciones sociales que permiten alcanzar un conocimiento objetivo y certificado. Este último depende de un ethos científico que define valores institucionalizados que constituyen requisitos esenciales para la producción y aceptación de afirmaciones apropiadamente confirmadas y lógicamente consistentes sobre regularidades empíricas. Como señala Mulkay (1995), el fin institucional de la ciencia es extender el conocimiento certificado. Es una visión estándar de la ciencia, donde la objetividad excluye lo social.

Barnes y Dolby (1995) señalan que la pretensión universalista de las normas profesadas se ve refutada por cursos de acción científicos que se definen sobre consensos más específicos y menos codificados. La organización interna de la ciencia y su relación con la sociedad se han modificado a lo largo del tiempo, por lo que resulta complejo imaginar un complejo de normas estable en el tiempo.

Esta investigación se desmarca de las posturas internalistas y normativas, en tanto niegan su sentido de dos formas: 1) el conocimiento sobre la OP no es científico, por lo que no es analizable; y 2) la sociología ocupa un lugar marginal en la “explicación” del conocimiento.

Dos filósofos internalistas son Popper (1985) y Lakatos (1987), quienes definen prescripciones específicas para separar lo científico de otro tipo de conocimientos o creencias. El primero sostiene que lógicamente el inductivismo no puede verificar una teoría o hipótesis científica, dada la imposibilidad de contar con todo el material empírico a su favor. Por ello, propone el deductivismo como órgano crítico mediante el cual la ciencia puede desarrollarse, siendo el objetivo buscar material empírico que permita la falsación de las hipótesis sostenidas. Por su parte, Lakatos (1987) refina la postura de Popper (1985), proponiendo un falsacionismo sofisticado, consistente en entender el progreso científico en base a elementos descriptivos que denomina “programas de investigación”, los cuales se componen de un núcleo firme de hipótesis protegido de las refutaciones por otras hipótesis de carácter auxiliare. El autor reconstruye la historia de la ciencia en base al siguiente criterio de racionalidad: la ciencia avanza cuando emerge un programa de investigación que

reemplaza a otros, explicando el contenido empírico y teórico que ellos ya abordaban, pero prediciendo y explicando aún más.

Como se puede notar, Merton (1977), Popper (1985) y Lakatos (1987) definen la ciencia bajo normas racionales de construcción, criterios que el conocimiento sobre la OP no cumple. En primer lugar, en el campo que la estudia no se estipula ni trabaja con un concepto teórico sobre la misma. Únicamente se produce material empírico sobre diversos temas, aunque mediados por la OP. También se estudia en detalle, al menos a nivel académico, los efectos de los cuestionarios.

Por ende, si la OP no cumple tales prescripciones, no merece atención, o los conocimientos bajo su nombre se consideran una pseudo-ciencia. Poco importa ello para esta investigación, ya que lo fundamental es estudiar un frente de investigación que produce un conocimiento concreto y verdadero, no por su correspondencia con la realidad, sino que en virtud de sus efectos, que si son reales y que si se sostienen sobre ciertos principios.

Además, tales posturas niegan la posibilidad de hacer una sociología del conocimiento, dado que las reconstrucciones racionales mejoran su calidad mientras dejen una menor cantidad contenido referido al desarrollo científico en manos de la sociología. Como diría Lakatos (1987), la historia interna (racional) es autónoma y autosuficiente, además de tener prioridad sobre la historia externa (social), encargada de los residuos irracionales en el desarrollo científico. Para Bloor (1998) los modelos teleológicos (que definen ciertos modelos de racionalidad para explicar el desarrollo científico) y los causales (sociológicos) son alternativas programáticas excluyentes entre sí, por lo que inclinarse por uno niega el otro. Suponen valores distintos y posturas metafísicas divergentes. Por ende, abogar por el internalismo y el normativismo implica negar la posibilidad de los componentes sociales de participar de la construcción de conocimiento. Ello sería negar la posibilidad misma de este ejercicio.

A continuación se exponen dos propuestas primigenias en sociología del conocimiento científico, con el objeto de definir un primer punto de vista “positivo” sobre la forma de abordar el conocimiento producido en el campo de la OP.

### ***Hacia la construcción de una postura sociológica en torno al conocimiento***

Comienza el trazo, en su forma positiva, a partir del cual se pretende dar forma al objeto en estudio. De a poco se irán aunando elementos en función de la empresa.

Emile Durkheim (2003) plantea que las nociones lógico-científicas poseen una fuente social, siendo formas de pensar fijadas y cristalizadas para cada momento histórico. Son inmutables en cuanto a su naturaleza y no mudables, a menos que sean sustantivamente imperfectas. No son universales, pero deben poder universalizarse, en tanto que su funcionamiento supone la comunicación entre varios hombres, posibilitando ello su adquisición. La relación intelectual entre los hombres es un intercambio conceptual.

Los conceptos científicos son así sociales de manera absoluta, cumpliendo su función solo si son usados por la comunidad. El lenguaje y el sistema conceptual que el mismo traduce son un producto de la colectividad. Es la forma mediante la cual la sociedad se presenta los objetos de la experiencia.

Las representaciones sociales van más allá de los individuos aislados, cambiando según se modifique el mundo que los rodea. Pensar lógicamente supone ir más allá de los individuos aislados, en tanto los conceptos poseen una superioridad moral sobre los mismos, quienes deben someterse a la misma para usarlos y reconociendo la base de su naturaleza para formar los propios. Su objetividad, de hecho, deriva de su naturaleza social, desarrollándose su imperio sobre los hombres según su isomorfismo con la naturaleza.

Dicho argumento, señalará Mulkay (1995), sugiere una relación continua entre el mundo físico y el social. Los conceptos que se forjan a partir de regularidades sociales tienen en consideración las regularidades del mundo físico. Sin embargo, los conceptos así contruidos definen su objetividad según el grupo humano en el que se construyen y la experiencia que el mismo del mundo natural. Durkheim (2003) propone, no obstante, un criterio más preciso de objetividad, al plantear que ésta es cada vez más accesible a medida que se repliega la evolución social, y en tanto la ciencia reemplaza a la religión como base del pensamiento humano sobre el mundo natural.

El aumento numérico de las sociedades y su creciente diferenciación interna liberan la actividad intelectual de constreñimientos sociales. El pensamiento religioso sobre el



mundo natural, originado en sociedades cohesivas y a pequeña escala, se permea de categorías y supuestos que son propios de la vida social. En cambio, las sociedades más complejas y con una solidaridad menos restrictiva, constituyen sectores que pueden refinar sus conceptos y técnicas de observación en consonancia con el mundo natural, en tanto cumplen una función social alineada con las desarrolladas por otros espacios. Los conceptos y las conclusiones de la ciencia adquieren cada vez mayor aceptación gracias a su inherente verdad y no solo por derivar de influencias sociales (Mulkay, 1995).

Durkheim (2001) era positivista, por lo que consideraba que los hechos sociales podían ser tratados como cosas. Si la OP es un hecho social y puede estudiarse de manera objetiva, el componente social no puede ser un constituyente del conocimiento a su alrededor. Durkheim sugiere que la objetividad depende del consenso social en torno a conceptos que permiten relacionarse adecuadamente con la realidad. Por ende, estrecha el polo social y el empírico, fundando un primer punto de vista en esta investigación. Pero su positivismo le hace claudicar frente a la explicación social, imponiéndose la realidad e impidiendo sostener un punto de vista sociológico frente al campo de construcción de conocimiento sobre la OP.

Por otra parte, Mannheim (1987) se enmarca en una tradición filosófica y epistemológica que se ampara en la separación entre los métodos y conceptos de las ciencias naturales respecto de las ciencias culturales. El mundo natural es susceptible de una observación desinteresada e imparcial, en tanto sus fenómenos son invariantes, por lo que pueden aprehenderse mediante conceptos estáticos y eternos. Se pueden generar conclusiones válidas sobre un mundo físico estable.

En cambio, la categorización y comprensión del mundo cultural se basa en la interpretación de significados, los cuales dependen de cada periodo histórico y grupo social, siendo, en consecuencia, dinámica.

En consecuencia, el conocimiento científico sobre el mundo natural no fue sometido a una reducción sociológica absoluta por parte de Mannheim (Barnes, 1994; Bloor, 1998; Mulkay, 1995).

El problema epistemológico de Mannheim (1987) es el de la relatividad, ya que si el conocimiento depende de la posición socio-histórica del observador, es difícil sostener la

validez de las ciencias culturales y, por ende, de la sociología del conocimiento. Sin embargo, el autor ofrece una perspectiva epistemológica amplia que podría generar un saber verdadero sobre el mundo cultural. Esta se sostiene en la estructura inherentemente relacional de todo conocimiento humano, dado que el conocimiento no condicionado existencialmente es un caso marginal. Así, la objetividad es posible mediante un consenso intelectual que traduce y reconcilia los resultados provenientes de distintas posiciones sociales a un nivel más general. De hecho, Mannheim (1987) sostiene que el positivismo se sostiene sobre ciertos intereses socio-históricos, lo cual llega incluso a contradecir la posición objetivista que el autor atribuye a las ciencias naturales.

Además, el autor encuentra correspondencia entre su postura y los desarrollos de la física contemporánea, la cual plantea que el conocimiento sobre el mundo físico depende de la posición espacio-temporal del observador, y que la medición misma depende de la actividad de medición. El conocimiento se somete a perspectivas parciales, cuya única posibilidad de formar un conocimiento absoluto depende de la traducción entre las mismas. No obstante, Mannheim (1987) jamás sometió a principios sociales el conocimiento natural, llegando solo a plantear el efecto de la acción de medir y la posición espacio-temporal en la determinación del mismo.

En cuanto al conocimiento producido en el campo de la OP, Mannheim (1987) da pie para posicionarlo socialmente, ya que se refiere al mundo cultural. Sin embargo, la forma en que vincula el conocimiento y la sociedad es poco específica. Incluso su solución epistemológica al problema de la validez del conocimiento cultural parece demasiado voluntarista. No obstante, este apartado no busca delinear el objeto, sino solo apoyar una postura en torno al mismo: es susceptible de interpretarse como dependiente de procesos sociales.

### ***El conocimiento sobre la OP como estructuración social***

David Bloor (1998) y Barry Barnes (1994) son dos sociólogos han fundado una sociología del conocimiento con algo muy claro: lo social es el eje fundamental para explicar el contenido y el cambio en la ciencia.

Bloor (1998) señala que el sociólogo considera como conocimiento cualquier cosa que la gente considere como tal. Son las creencias en las que creen confiadamente y mediante las cuales viven. *“En particular, el sociólogo se ocupará de las creencias que se dan por sentadas o están institucionalizadas, o de aquéllas a las que ciertos grupos humanos han dotado de autoridad”* (Bloor, 1998, p. 35). El autor plantea cuatro principios que todo sociólogo debe observar, los cuales también se dan por supuestos en otras disciplinas científicas: 1) Causalidad, planteando las condiciones que dan lugar a ciertos estados de conocimiento (no solo serán causas sociales); 2) Imparcialidad respecto de la verdad y la mentira, lo racional e irracional, etc., ya que ambos lados de la dicotomía exigen explicación; 3) Simetría, pues las mismas causas deben explicar lo falso y lo verdadero; y 4) Reflexividad, en tanto sus explicaciones deben poder aplicarse a la sociología misma.

El conocimiento producido en el campo de estudios de la OP se ha legitimado, emanando de situaciones socio-históricas particulares que han provocado el acaecimiento de concepciones y procedimientos específicos para abocarse a la misma. Desde esta postura el conocimiento producido en el campo de estudios de la OP puede ser analizado críticamente, en tanto no se valora su calidad, sino que su papel en la sociedad.

Como señala Barnes (1994), la idea es superar la concepción común del conocimiento como contemplación generada por individuos pasivos y desinteresados. El conocimiento deja de entenderse como función de la realidad misma. *“Se trata del conocimiento como algo esencialmente social, como parte de la cultura que la transmite de generación en generación, y como algo que se desarrolla y modifica activamente en respuesta a contingencias prácticas”* (Barnes, 1994, p. 102). El conocimiento ya no se entiende desde la relación de un individuo aislado con la realidad, en términos psicológicos, sino que a partir de las metas e intereses que posee una sociedad según su desarrollo histórico.

*“El crecimiento del conocimiento no debe pensarse como el resultado de un aprendizaje azaroso en relación a la realidad, sino como la correlación del desarrollo histórico de los procedimientos, las competencias y técnicas relevantes en grados diversos para los fines y objetivos de culturas o subculturas”* (Barnes, 1994, p. 105).

Bloor (1998) plantea una sociología del conocimiento donde los componentes empíricos entran en relación con lo social. El conocimiento se funda sobre las respuestas comunes y constantes frente a nuestro entorno, las cuales constituyen nuestras percepciones del mismo. No obstante, las variaciones culturales se imponen ante tales respuestas y las modulan. Las experiencias tienen lugar sobre un estado anterior de creencias, siendo el conocimiento el resultado de la componente perceptual y de la componente cultural dada por dicho estado de creencias. De igual forma, Barnes (1994) señala que el conocimiento no está más relacionado con la actividad que con la realidad. De hecho, las actividades involucradas en el conocer consisten precisamente en el *“intento de los hombres por manipular, predecir y controlar el mundo real en el cual existen”* (Barnes, 1994, p. 108). El conocimiento es útil en tanto habla de la realidad. Son los encuentros con la realidad y la retroalimentación en ellos implicada la que estructura el conocimiento, que puede fracasar en sus tentativas de control y predicción.

*“Todo el edificio de la sociología presupone que podemos reaccionar de modo sistemático ante el mundo por medio de nuestra experiencia, esto es, por medio de nuestra interacción causal con él. El materialismo y la fiabilidad de nuestros sentidos se dan, pues, por supuestos en la sociología del conocimiento y no se puede permitir ninguna dejación de ellos”* (Bloor, 1998, p. 74).

Para captar dicha relación entre lo empírico y lo social, Bloor (1998) problematiza la noción de verdad -referencia a que un juicio, afirmación o creencia que se corresponde con la realidad, al señalar que la relación de correspondencia entre teoría y realidad es difusa, ya que no se puede percibir ni conocer, ni tampoco poner en práctica. Al no ser inmediato el acceso a la realidad, no es posible contrastar las teorías que ofrece la ciencia con ella. Hay teorías y experiencias del mundo, resultados experimentales e interacciones sensorio-motrices con los objetos manipulables. Los principios del pensamiento científico se mueven en conformidad a los errores que percibimos en el marco de las teorías, objetivos, intereses, problemas y normas de los hombres. Así, la verdad se perturba y distorsiona según la proposición de los cognoscentes.

*“El motor del cambio científico es interno a esas intenciones nuestras, a nuestras teorías y a nuestras experiencias. Hay tantas formas de correspondencia como requisitos nos proponemos”* (Bloor, 1998, p. 81).

Lo anterior puede implicar el abandono de la noción de verdad. Las teorías pueden ser comprendidas como instrumentos convencionales mediante los cuales los hombres manejan el ambiente y se adaptan al mismo. Bloor (1998) propone, de esta manera, una idea pragmática e instrumental de correspondencia. Cuestión similar establece Barnes (1994), al proponer el abandono del problema de la validez, ya que no puede haber pronunciamiento sobre el rango y el mérito del conocimiento. Si el viejo conocimiento es la causa material del nuevo conocimiento, la racionalidad de los hombres no basta para garantizar un acceso a un cuerpo permanente de conocimientos auténticos. El logro del mismo dependerá de la explotación de recursos cognoscitivos específicos. Ello, por cierto, abre el problema del relativismo, ante el cual la sociología del conocimiento de la escuela de Edimburgo propone una concepción naturalista del conocimiento.

*“Los diversos universales reales postulados en diferentes tiempos y en diferentes culturas y contextos deben ser considerados igualmente como invenciones de la mente, sostenidas en la medida en la que son instrumentalmente valiosas en las situaciones en las que se encuentren”* (Barnes, 1994, p. 123).

Para los autores ello implica que no se puede dar prioridad a un conocimiento por sobre otro, ya que no hay una base naturalista para evaluar el conocimiento producido en las diferentes culturas. Por ello se recalca la importancia de la equivalencia y la simetría que para la sociología deben tener las distintas formas de conocimiento. Postulan que ello es una realidad, algo que sucede, por lo que el naturalismo sería simplemente una preocupación en torno a lo que efectivamente ocurre.

La postura recién revisada permite delinear el objeto estudiado en base a tres ejes: 1) la constitución social del conocimiento sobre la OP no niega su conexión con la realidad, necesaria para su constitución. Por ende, el conocimiento referido tiene un polo social y otro empírico. A su vez, el primero supone dos elementos: 2) la participación del conocimiento sobre la OP de una tradición cultural que define las técnicas y los procedimientos adecuados

para estudiarla; y 2) los usos sociales que delimitan los motivos para generarlo (intereses sociales, en un vocabulario más cercano a la tradición).

Sin embargo, la propuesta del programa fuerte se termina inclinando a favor de los componentes sociales, ante los cuales se supedita el manejo de la realidad. Ello supone un problema para esta investigación, consistente en la imposibilidad de cerrar el círculo entre los componentes sociales y el conocimiento producido, en tanto los primeros se imputan al segundo, pero sin especificar la vinculación necesaria entre ellos. En consecuencia, los mismos investigadores reproducen intereses estructurados socialmente, sin participar de esa misma articulación social.

Afirmamos la necesidad de establecer el modo en que la macro-estructura social se canaliza en la fabricación de un cierto tipo de conocimiento, pero a la vez se señala la necesidad de entender como la misma se actualiza en la práctica concreta de los investigadores que lo producen. La propuesta del programa fuerte no permite resolver el problema, ya que nos llevaría inevitablemente hacia los intereses conformados a una escala social demasiado lejana de la práctica investigativa, necesitándose una mirada más cercana. Esta tesis se sostiene sobre el discurso de los mismos investigadores y su capacidad de ser agentes activos en la generación de conocimiento.

Bourdieu (2000c) rompe el “cortocircuito” entre la sociedad y el conocimiento, mediante la idea de campo científico, conceptualizando un microcosmos social regido por lógicas sociales propias y donde los actores llevan a cabo ciertas prácticas. Dicho concepto permite entender que el campo de investigaciones en torno a un objeto (en este caso la OP) es un espacio relacional, con lo que las prácticas dentro del mismo dejan de entenderse como ejercicios individuales que se enfrentan con la realidad y la sociedad sin un trasfondo determinado y actualizable.

### ***¿Campo de la OP?***

El campo científico es un campo de producción simbólica y sus productos son verdades científicas (Bourdieu, 2000b).

*“El campo científico como sistema de las relaciones objetivas entre las posiciones adquiridas (en las luchas anteriores) es el lugar (es decir, el espacio de juego) de*

*una lucha de concurrencia, que tiene por apuesta específica el monopolio de la autoridad científica, inseparablemente definida como capacidad técnica y como poder social, o, si se prefiere, el monopolio de la competencia científica, entendido en el sentido de capacidad de hablar y de actuar legítimamente (es decir, de manera autorizada y con autoridad) en materia de ciencia, que está socialmente reconocida a un agente determinado” (Bourdieu, 2000b, p. 76).*

Se trata de un espacio de relaciones de fuerza, las cuales determinan la estructura del campo en un determinado momento. Dicha lucha se define en torno a la distribución del capital científico, resultante de actos de conocimiento y reconocimiento. Los agentes que participan de la lucha, los investigadores, los científicos, etc., se pueden caracterizar de acuerdo al volumen de capital que poseen, determinando la configuración del campo en relación a su peso en el mismo, dependiente a su vez del peso de todos los demás agentes. A su vez, cada agente actúa y define sus estrategias bajo la coacción de la estructura del espacio, que se le impone mientras menor es el peso relativo de cada agente (Bourdieu, 2003).

El campo científico posiciona a su vez a dominantes y dominados, quienes se instalan según su posesión de capital. Esa misma ubicación define también el afán investigativo. En ocasiones, ciertos descubrimientos revolucionarios pueden provocar una modificación en los fundamentos mismos de orden científico establecido. Ello redefine, a su vez, los principios mismos de la distribución del capital y las reglas del juego que se articulan en el campo (Bourdieu 2000b).

*“(…) lo que gobierna los puntos de vista, lo que gobierna las intervenciones, los lugares de publicación, los temas que elegimos, los objetos en que nos interesamos, etc., es la estructura de las relaciones objetivas entre los diferentes agentes que son (…) fuentes del campo” (Bourdieu, 2000c, p. 77).*

El capital científico es una especie particular de capital simbólico. Consiste en el reconocimiento otorgado por el resto de los pares competidores<sup>5</sup> a un investigador o científico específico. Quienes dominan el campo impondrán una versión de la ciencia favorable a sus

---

<sup>5</sup> Hay dos tipos de capital científico: puro, consistente en el reconocimiento hecho a un científico gracias a su contribución al progreso de la ciencia; e institucionalizado, consistente en la ocupación de puestos conspicuos en instituciones académicas.

intereses, tornándose un punto de referencia para las acciones dentro del campo. La lucha, por ende, se desarrolla con eje en la modificación o mantención de las maneras que definen la forma legítima de jugar en el campo. El interés que poseen los miembros del campo está en generar un conocimiento válido y obtener capital científico gracias a ello (Bourdieu, 2000c; Bourdieu, 2003). En consecuencia, la definición de dicho conocimiento válido y la forma de validarlo constituyen parte de la lucha, resultando “*de la confrontación de fuerzas entre los agentes del juego situados en sus diferentes posiciones*” (Ramos, 2008, p. 28).

Como ya se ha señalado, los investigadores poseen diversas formas de capital y particulares disposiciones internalizadas, esto es, un *habitus* específico. Dicho *habitus* constituye la subjetividad socializada y también estructura lo que Bourdieu (2003) denomina el sentido práctico. El científico es guiado en su acción por dicha estructura, la cual se forja mediante la socialización desarrollada al interior del campo. Al participar del mismo, el científico adquiere un sentido práctico referido a la acción y al abordaje de los requerimientos y problemas que éste le impone (Ramos, 2008). Se trata de dominar “*saberes teóricos, pero adquiridos en la práctica, en forma de oficio, y el manejo de instrumentos, que son concepciones científicas condensadas y objetivadas*” (Ramos, 2008, p. 29). La experiencia investigativa forja dicho sentido práctico, el cual trasciende el manejo de una lógica puramente abstracta (Bourdieu, 2003; Ramos, 2008).

“*El campo científico es, al igual que otros campos, el lugar de prácticas lógicas, pero con la diferencia de que el habitus científico es una teoría realizada e incorporada*” (Bourdieu, 2003, p. 75).

El hombre de ciencia debe, por ende, poseer estructuras cognitivas que sean homologas a las del campo, con el fin de adaptarse constantemente a las expectativas inscritas en el mismo (Bourdieu, 2003; Ramos, 2008).

El campo, no obstante, se ve permeado por el *habitus* que cada científico trae consigo y que depende de su socialización en entornos que trascienden el espacio de la producción de conocimiento científico (Bourdieu, 2000b; Bourdieu, 2003; Ramos, 2008). Se trata de disposiciones adquiridas y maneras de ser permanentes, duraderas, que pueden situar a los agentes en posiciones opuestas a las de quienes dominan el campo o en la misma línea de



acción. La trayectoria y el origen social construyen ese *habitus* y suponen una mayor o menor conformidad con las reglas que regulan el campo. Se pueden, en ciertas ocasiones, modificar dichas reglas (mediante revoluciones científicas que cambian la estructuración del espacio), con el objeto de conformarse con ellas. En consecuencia, de acuerdo a la posición que se ocupe en el campo, habrá un impulso hacia el cambio o hacia la mantención del orden científico instituido.

A partir de la propuesta de Bourdieu se asume la existencia de un campo de la OP, en el cual se produce un conocimiento específico. Ello supone el uso de la noción de campo científico como esquema<sup>6</sup>. Sin embargo, no se pueden aplicar los mismos principios implicados en el análisis de Bourdieu. Es fundamental entender que el campo de la OP se estructura a partir de posiciones y agentes que no buscan aumentar su capital científico, sino que persiguen una serie de réditos provenientes de distintos intereses situados socialmente<sup>7</sup>. El funcionamiento del mismo se estructura sobre posiciones que no parecen tener un principio constructivo común, ya que los agentes no parecen perseguir el mismo objetivo ni perseguir el mismo interés. Así, cada agente que produce información sobre la OP se ubica en campos distintos e incluso en varios al mismo tiempo (un consultor que hace estudios para empresas, políticos y universidades, participa del campo económico, político y científico, respectivamente).

Los intereses en el campo de la OP son múltiples y fundamentalmente externos al mismo. Dicha idea igualmente conecta con la postura del autor, en tanto las ciencias sociales se ven especialmente sometidas al influjo de usos sociales que son externos al campo (siempre que el estudio de la OP pueda entenderse como parte de las ciencias sociales).

No se puede establecer que existen distintas posiciones en torno al campo de producción de conocimiento respecto de la OP. Pudiese ser que los principios de construcción y definición del conocimiento sean homogéneos, estructurados sobre un paradigma

---

<sup>6</sup> Visto como campo de producción de conocimientos.

<sup>7</sup> Por supuesto, los académicos dedicados a la OP es probable que luchen por posiciones en el campo científico, pero no tanto en relación a otros productores de conocimiento sobre la misma, sino que en virtud de sus disciplinas y de productores de conocimiento ubicados en las mismas (incluso en relación a otros productores de conocimientos académicos sobre la OP, lo cual podría considerarse como un sub-campo científico propio de las ciencias sociales).

unificado. Preliminarmente, eso parece poco probable. Existen centros de estudios, universidades, consultoras, medios de comunicación e instancias gubernamentales en la producción de saberes en torno a la OP. En esta investigación apenas se rastrean dos de esas posiciones definidas de antemano: universidades y consultoras. Entre las mismas hay entrecruzamientos, sobre todo cuando las universidades se dedican adicionalmente a labores propias de la investigación comercial. Para Bourdieu hay varios niveles en el campo científico. Cada investigador puede ocupar una posición dentro de una organización, esa misma organización un lugar en el marco de una disciplina, etcétera. En esta investigación se simplifica la propuesta, sosteniendo que cada investigador configura una determinada posición de acuerdo a su discurso. El punto sostener que los investigadores son constructores del campo, en tanto negocian la realidad que estudian y el tejido social que lo permite<sup>8</sup>.

De acuerdo a Rose y Osborne (1999), los procedimientos técnicos tras las encuestas (cuestionario, muestra, análisis, resultados) implican la creación y modificación de la OP como fenómeno social. El hecho de que existan investigaciones al respecto y un espacio de agentes que las realizan, ya sean académicos o consultores, implica que el fenómeno mismo existe, adquiriendo una entidad particular. Por supuesto, ello no quiere decir que el constructo OP designe algo real fuera de sí, pero sí que existe en tanto hay procedimientos, definiciones e investigadores que hacen uso de ellos para estudiarlo. Esa misma existencia es la que posibilita el estudio y no las características esenciales que definen la misma.

Se ha establecido que las definiciones y procedimientos metodológicos para estudiar la OP poseen una base social y empírica. Si se asume el componente social, se prevé la existencia de un conjunto de herramientas típico con que una comunidad específica de investigadores ha venido estudiando la OP, por lo que se pueden producir discursos sociales que las engloben. Con todo, es importante afirmar que la práctica investigativa no es la reproducción de las definiciones y herramientas usadas en el pasado por un espacio de investigación, sino que un lugar nuevo y contingente, que actualiza ciertas definiciones y ciertos procedimientos técnicos ya sancionados colectivamente, pero agregando cuestiones

---

<sup>8</sup> Para Bourdieu el análisis del campo científico supone identificar las distintas posiciones que ocupan los agentes en relación al capital que ostentan, definiendo la estructura “objetiva” de las relaciones que sostienen las acciones de cada cual. Por ende, esta investigación, al centrarse en la posición auto-referida, poco cumple dicho criterio.

provenientes de otros espacios sociales. Y de hecho, esas mismas actualizaciones poseen constituyentes sociales, dado que se estructuran sobre la realización de una práctica investigativa cuyo principio está en cumplir ciertos objetivos, ya sean académicos, económicos, políticos, culturales, etc.

La anterior idea presupone la existencia de un conjunto de investigadores dedicados a la OP, relacionados por su interés común en estudiarla y por las lógicas/prácticas aplicadas en tal tarea. En consecuencia, cada esfuerzo investigativo no puede ser dissociado de la totalidad del campo. Aplicar el concepto de Bourdieu, al menos en principio y de forma exploratoria, permite la ordenación relacional de los distintos empeños de abordar la OP que esta investigación analiza.

Se decía antes que el conocimiento sobre la OP se entenderá como social y empírico. Si bien se reconocen sanciones sociales en las formulaciones que guían la práctica investigativa, también se sostiene que funcionan sobre la realidad misma. Así, las definiciones teóricas, epistemológicas y metodológicas que sostengan los investigadores poseen un sustento social y real, no siendo necesario (ni posible) diferenciarlos.

A continuación, y en base a la idea de paradigma, se buscan los principios estructurantes de la práctica investigativa sobre OP en términos de teoría, epistemología y metodología. La idea es que tales definiciones impliquen posturas y perspectivas dentro de su espacio de investigaciones, homogéneas o heterogéneas, poniendo en evidencia los fundamentos que la sostienen.

### ***El paradigma como eje generador de posiciones en el campo de la OP***

*“Un paradigma es lo que comparten los miembros de una comunidad científica y, a la inversa, una comunidad científica consta de personas que comparten un paradigma”* (Kuhn, 2001, p. 304). La comunidad científica consta de profesionales de diversas especialidades que pasan por procesos semejantes de educación e iniciación profesional, leyendo igual bibliografía y desarrollando conclusiones en común. Es esta última la que valida y sanciona un conocimiento determinado.

De acuerdo a la visión de Kuhn (2001), la ciencia “normal” funciona sobre un paradigma específico que encierra la visión de los científicos de acuerdo a los problemas fundamentales a tratar, como si se tratará de la resolución de un “rompecabezas”. El paradigma<sup>9</sup> mismo -que posteriormente Kuhn (2001) hará corresponder con la idea de ejemplares compartidos, entendidos como soluciones prácticas a problemas concretos- precisa y predice la relación entre teoría y observación, generando su no correspondencia una “anomalía”. Una acumulación de “anomalías”, fomentadas por la precisión que el paradigma impone a la visión de los científicos, gatilla una revolución, en tanto la novedad fáctica o teórica no puede ser absorbida por el paradigma y sus principios, implicando una modificación de los instrumentos de investigación y de las estructuras conceptuales. El período de ciencia “revolucionaria” genera una competencia de paradigmas por el dominio de un campo de conocimientos, triunfando aquel que desarrolle un logro científico notable, volviendo la ciencia a funcionar sobre principios eficaces y fundamentos que los miembros de la comunidad dan por sentados.

Las situaciones prácticas de resolución de problemas sirven para la resolución de otra serie de problemas, conformando lo que se denomina una gestalt. El autor entiende por gestalt una manera específica de ver el mundo en virtud del paradigma que define a una determinada comunidad científica.

*“(…) en tiempos de revolución, cuando la tradición científica normal cambia, la percepción que el científico tiene de su medio ambiente debe ser re-educada, en algunas situaciones en las que se ha familiarizado, debe aprender a ver una forma (gestalt) nueva. Después de que lo haga, el mundo de sus investigaciones parecerá, en algunos aspectos, incomparable con el que habitaba antes. Esa es otra de las razones por las que las escuelas guiadas por paradigmas diferentes se encuentran siempre, ligeramente, en pugna involuntaria” (Kuhn, 2001, p. 171).*

El conocimiento del grupo depende, por tanto, de los ejemplares compartidos, los cuales conforman una matriz perceptual en los miembros de una comunidad dada. Es un bagaje común que no requiere de reglas concretas, estando implícitas, ya que establecerlas

---

<sup>9</sup> En ediciones posteriores de su libro, Kuhn dirá que prefiere la noción de “matriz disciplinar” a la de paradigma, estableciendo que este último forma parte de la primera.

podría tergiversar tal fondo común. Las teorías y reglas de aplicación sin ejemplos no significan nada.

La ciencia deja de funcionar sobre la acumulación, en tanto se desarrolla mediante saltos cualitativos y discontinuos. Se modifica, por ende, la articulación entre métodos, teorías, valores, creencias, etc., con la asunción de un paradigma. La validez, la verdad y la objetividad son significantes cuyo contenido se repleta de acuerdo al espacio socio-histórico en el que se instalan (Castro, Castro, Morales y Lizcano, 2008). La ciencia normal supone, no obstante, un proceder acumulativo en cuanto a ir resolviendo problemas o rompecabezas, con lo que mejora su alcance y precisión.

Se pasa del estudio de las estructuras formales y lógico-sintácticas de la ciencia (y su reconstrucción) a la consideración del trasfondo pragmático de la misma (Castro et al., 2008). La actividad científica no puede aislarse ni del contexto socio-histórico en el que tiene lugar ni de la teoría científica resultante. Los contenidos de la ciencia son resultado de su historia.

La comunidad científica como base del paradigma abre lo lógico-racional a lo social-pragmático. Solo ella puede definir las teorías científicas, los métodos, los conceptos y los procedimientos de observación y experimentación como saber genuino e institucionalizado.

Una aplicación al pie de la letra de Kuhn (2001) establecería que las ciencias sociales se encuentran en un período pre-paradigmático, en tanto no existe una escuela que sea dominante para el campo, más allá de la mayor presencia y validación de ciertas corrientes. La idea es mantener la lógica del paradigma para las ciencias sociales, pero asumiendo la existencia de más de uno, los cuales deben tener la suficiente coherencia, consistencia, operatividad y globalidad para ser considerados como tales. No se trata de teorías sociológicas, sino que de concepciones generales sobre la realidad social, la naturaleza del hombre, y el modo en el que este puede conocer dicha realidad. Cabe preguntarse si el campo de la OP funciona así. A nivel teórico, es evidente la divergencia de perspectivas y el estado pre-paradigmático de la discusión sobre OP, pero a nivel de la práctica investigativa no necesariamente se replica lo mismo. Esta tesis busca definir el o los paradigmas en el campo de la OP a nivel de la práctica investigativa.

No obstante ello, hay ciertas perspectivas (Bourdieu, 2000) que sostienen que Kuhn no renunció a una lectura internalista de la ciencia, dado que las *“revoluciones científicas” no sobrevienen sino a continuación del agotamiento de los “paradigmas”* (p. 79). Dicha posibilidad de internalismo debe ser desplazada, dado que supondría considerar el convencionalismo sobre principios empírico-rationales y no sociales.

Abierta la discusión, con Kuhn se abre una veta para entender la asunción de ciertas lógicas de investigación como dependientes de ciertas convenciones socialmente mantenidas.

Es lógico suponer que dado que los paradigmas emanan de convenciones sociales, se sostengan igualmente en intereses sociales específicos. La propuesta es convertir el interés social parte estructurante del paradigma, en tanto se vincula estrechamente con la *“gestalt”* que supone el paradigma.

Se concretará la idea de paradigma desde Castro, et al. (2008), ya que permite una lectura menos abierta pero más clara de sus componentes. Sostienen que el paradigma actúa como condición de posibilidad de toda investigación científica y como límite convencional al desarrollo potencial del saber científico.

*“En el primer sentido, el paradigma ofrece al conjunto de los investigadores de una disciplina los instrumentos metodológicos y conceptuales necesarios para su trabajo, al tiempo que permite definir los problemas científicos y los procedimientos de comprobación o falsación de hipótesis. En el segundo sentido, el paradigma actúa como límite cognitivo de la investigación científica a consecuencia de su naturaleza normativa; el paradigma traza la frontera de lo pensable y experimentable dejando fuera de sí un campo de representación, observación e investigación inaccesible para quien se sitúa en su interior”* (Castro, et al., 2008, p. 410).

Castro, et al. (2008) establecen que para caracterizar a las ciencias sociales desde el concepto de paradigma, este se debe usar de forma flexible y amplia. Dichos autores señalan que hay intuiciones fundamentales sobre las que se puede interpretar el concepto. En primer lugar, constituye una gestalt, cosmovisión que involucra compromisos ontológicos, teórico-metodológicos y axiológicos, a partir de la que se define un campo empírico, un conjunto de problemas y además se marca la manera en la que debe desarrollarse la disciplina. En

segundo término, es necesaria la existencia de un grupo humano y profesional que comparta, produzca, reproduzca y transmita el paradigma. Y, por último, la noción de paradigma implica asumir la distancia onto-epistemológica y axiológica que separa diversas aproximaciones teóricas, las cuales se enfrentan o contraponen en el seno de una disciplina.

En base a tales principios (Corbetta, 2007), se definen tres ejes para definir el paradigma o los paradigmas dados en el campo de la OP y su posibilidad de configurar distintas posiciones.

La **cuestión ontológica** hace alusión a la naturaleza de la realidad social y su forma. Interroga sobre si el mundo de los hechos sociales es real y objetivo, con existencia autónoma respecto de la mente humana y de la interpretación que hace de él un sujeto. La realidad social es una representación o una cosa por sí misma. El enlace filosófico de esta interrogantes se asocia con la cuestión de la existencia de las cosas y del mundo exterior o de si su existencia esta pre-figurada conceptualmente.

Con el objeto de simplificar la cuestión ontológica, pero a la vez especificarla, el fundamento teórico se constituirá sobre la base de la definición de OP que cada investigador reconozca en su operar. La indefinición, la definición “pragmática” y la definición sustentada teóricamente son alternativas en torno a los posibles discursos, pudiendo ser la definición de OP una mezcla, un constructo complejo no delimitado.

La **cuestión epistemológica**. Esta vez la pregunta es por la relación entre el estudioso y su objeto de estudio, concerniendo a ella la posibilidad de conocer la realidad social. Se encuentra, por ende, ligada al problema ontológico, ya que la existencia del mundo social como entidad autónoma determina el que aquél se pueda estudiar sin alterarlo, a través de una distancia objetiva. Las características del conocimiento están ligadas a esta cuestión, pudiendo adquirir éste diversas formas: leyes deterministas de causa-efecto, tipos ideales, conocimientos contingentes, etc.

La condición epistemológica de los estudios se abordará sobre la base de la relación investigador-objeto, esto es, la relación entre investigador en el campo de estudios de la OP y la OP misma. Se dará especial énfasis a la mirada epistemológica adscrita por el

investigador y también a la posibilidad de otras miradas dentro del campo, pero no asumidas en los cursos de investigación propios.

En esta investigación, se propone configurar una sola pregunta en base a la **cuestión ontológica** y a la **cuestión epistemológica**, dado el carácter unificado de ambos polos. Una visión teórica debiese suponer una visión epistemológica. Sin embargo, si los actores de los procesos de investigación son activos en la construcción del conocimiento, pueden esperarse actualizaciones no relacionadas de los elementos, quebradas. En definitiva, se articula una sola categoría en base a ambas cuestiones y se denomina: **fundamentos teórico-epistemológicos**.

La **cuestión metodológica** alude al como se conoce el mundo social. Alude a los instrumentos usados en el proceso cognitivo. Obviamente, la ligazón es clara con las dos cuestiones anteriores, ya que una concepción determinada del conocimiento científico y de la naturaleza de lo estudiado supondrá el uso de un tipo específico de arsenal metodológico. No obstante, para especificar más este punto, no solo se propone estudiar el discurso sobre la metodología, sino que el referente al **tipo de conocimiento** que se produce. La razón se relaciona con que al sostener un discurso sobre el tipo de conocimiento que los investigadores producen, la justificación en relación al carácter del mismo emerge, dado que su sanción participa opera sobre un espacio social. Por ello se usa a Bourdieu en este punto, ya que -al menos a nivel práctico- entendió bien que la objetividad, validez o calidad de un conocimiento se define en virtud de la legitimidad que los pares dedicados a lo mismo le otorgan a este. De no ser así, no habría ningún tipo de preocupación en torno al muestreo, el cuestionario o a la ficha técnica en las investigaciones sobre OP.

De acuerdo a Bourdieu (2003), la objetividad es un producto social del campo que depende de los presupuestos aceptados en el mismo, sobre todo en lo que remite a la manera legítima de regular los conflictos. En rigor, lo real o lo verdadero, que es aquello sobre lo que disputa en el campo, se define según la relación entre la experiencia y la realidad que los competidores que concurren en el campo establecen como legítima (en base a ciertas normas de argumentación y comunicación). Por ende, la producción de verdades simbólicas debe adecuarse a las reglas sancionadas socialmente que definen esa producción, correlativas a principios de verificación y métodos de legitimación de hipótesis.



La construcción de conocimiento implica la relación entre sujeto y objeto, pero también las relaciones que los sujetos traban en función del objeto. El reconocimiento determinará si el conocimiento es verdadero. El acuerdo sobre lo que registran ciertos aparatos en situaciones experimentales precisas será lo que, en la práctica, determinará la sanción de realidad.

La objetividad deja de sustentarse en la relación entre un observador y la realidad, siendo intervenida la misma en torno a la identidad que esa relación posee para una clase de observadores y de comunicabilidad en una comunidad intersubjetiva (Bourdieu, 2003). Por ende, solo el resto de los investigadores dedicados a la OP pueden legitimar el conocimiento producido y permitirle alcanzar el estatuto de racional. La pregunta por el **tipo de conocimiento** producirá información sobre los elementos que los investigadores consignan como esenciales para legitimar el saber que producen a la vista de otros, por lo que se podrá profundizar en los constituyentes metodológicos esenciales del mismo.

La **cuestión metodológica** y la pregunta por el **tipo de conocimiento** definen los **fundamentos metodológicos** del conocimiento producido.

### ***Re-articulando: precisando la pregunta por lo social***

La teoría del actor-red estudia la ciencia en su configuración situada. La define como una red donde se ensamblan elementos heterogéneos, los cuales cruzan diferentes esferas sociales. Dicha red trasciende, en la construcción de los hechos científicos, las barreras del mundo científico, las cuales no se pueden definir *a priori* (Ramos, 2008).

Esta postura se desliga del enfoque clásico en sociología del conocimiento, consistente en establecer congruencias entre metas colectivamente mantenidas (intereses sociales), que el analista atribuye a un grupo social, y las ciencias que promueven individuos pertenecientes a tales grupos (Knorr-Cetina, 1995). Tal imputación resulta problemática, ya que no se responde dónde, qué contactos y como inciden sobre objetos cognitivos concretos determinados factores sociales -por ejemplo, los intereses. Así, señala Knorr-Cetina (1995), no se responde la pregunta por la forma en que una serie de cadenas causales llegan a un

objeto cognitivo específico ni la pregunta epistemológica de cómo se constituye y acepta el conocimiento.

*“Para hacerlo, no queda otro recurso que examinar la génesis y transformación de nuestros objetos cognitivos a un nivel lo bastante próximo a las actividades reales de los científicos como para ser capaces de diferenciar entre procedimientos de construcción de conocimientos y racionalizaciones”* (Knorr-Certina, 1995, p. 188).

John Law (1998) aclara aún más el punto, definiendo ciertas reglas para proceder. La sociología debe poseer pretensiones descriptivas y explicativas antes que prescriptivas. Con todo, se trata de reconocer como el mismo espacio de construcción de hechos de conocimiento funciona de acuerdo a su lógica y no en relación a principios prestados desde fuera (normativos o demarcatorios).

De esta manera, se busca desarrollar, desde la teoría del actor-red, una investigación de la ciencia que posea un enfoque genético y de nivel micro, con el fin de estudiar concretamente la determinación social del conocimiento científico.

Knorr-Cetina (1995) plantea una visión constructivista centrada en suponer que los objetos de la ciencia se fabrican reflexivamente. La ciencia no supone facticidad, puesto que todo ya se encuentra pre-fabricado (incluso la naturaleza que se manipula científicamente). Así, la actividad científica se basa más en el éxito que en la verdad. Se trata, por ende, de una fabricación instrumental del conocimiento científico.

Por ende, la propuesta metodológica es hacer etnografías en los espacios donde se construyen los hechos científicos, permitiendo la observación tal como sucede y no como resultado de racionalizaciones retrospectivas o de discursos emanados de investigadores situados fuera de su ambiente de trabajo (Woolgar, 1995).

En esta investigación no se propone el uso de la técnica etnográfica, que permitiría un estudio realmente situado de la práctica de investigación. Sin embargo, a pesar de las advertencias metodológicas de los mismos autores, es de suponer que la reconstrucción que puedan hacer los investigadores de su propia práctica permite entenderlos como agentes involucrados en las negociaciones con la sociedad y la realidad investigada. Esto sitúa una

perspectiva metodológica, justificando la entrevista como técnica, en tanto permite que los investigadores que los investigadores reconstruyan su práctica investigativa.

La composición de la OP en su forma objetivada actual es una caja negra, esto es, un objeto listo para su difusión en el tiempo y en el espacio (Latour, 1992). La noción central que usa la teoría del actor-red es la de “traducción”, que consiste en “(...) *la interpretación que los constructores de hechos hacen de sus intereses y de los intereses de la gente que reclutan*” (Latour, 1992, p. 106).

Es fundamental que la “traducción” de los intereses permita el enrolamiento de otros, con el objeto de alcanzar la referida difusión (Latour, 1992). La afirmación que se impulsa (la OP como conocimiento objetivado, en este caso) debe estar asociada a un ensamblaje formado por tantos elementos que soporte las pruebas que pudiesen destruirla. El comportamiento del resto debe ser predecible, ya que de no ser así, la caja negra estará abierta y no mantendrá su forma. La caja negra es un objeto ya establecido y no problemático, tal cual lo es la OP en su forma actual, como resultado de un proceso de conocer la realidad que supone operaciones prácticas específicas. Se propone abrir la caja negra,

*“El sentido geométrico de la palabra traducción significa que cualquier cosa que hagas, y vayas donde vayas, tienes que atravesar la posición de los rivales y ayudarlos a promover sus intereses. En el sentido lingüístico de la palabra traducción, una versión traduce a todas las demás, adquiriendo una especie de hegemonía: sea lo que sea que quieras, también quieres esto”* (Latour, 1992, p. 117).

Los antecedentes históricos sobre la OP pueden leerse como una serie de operaciones de traducción, más allá de situarse a nivel macro-estructural. La imposición de ciertos criterios estadísticos en la realización de los recuentos poblacionales, el interés de la emergente psicología social norteamericana en posicionarse como disciplina científica, la lógica de control de los gobiernos democráticos ante un caudal político que eventualmente podía desbordarse, el miedo de ciertas clases sociales ante la “masa” irracional, entre otros procesos sociales, confluyeron en la determinación de la OP en su constitución actual como saber asociado a cierta operatoria práctica. De manera preliminar, es precisamente ese interés

el que cumple un papel en esta investigación y el que será directamente producido desde los discursos de quienes se desempeñan en el campo.

*“El medio de transformar el yuxtapuesto conjunto de aliados en un todo que actúe como una unidad, consiste en vincular entre sí las fuerzas reunidas, es decir, construir una máquina. Una máquina, como su nombre lo indica, es, ante todo, una maquinación, una estratagema, una especie de artimaña, donde se mantiene en jaque a las fuerzas tomadas prestadas, de manera que ninguna pueda separarse del grupo”* (Latour, 1992, p. 125).

En este marco, se trata de captar el correlato de sentido asociado a ciertos intereses que cruzan la producción de conocimiento sobre la OP. Ahora bien, tales intereses no solo remiten a los actores humanos, de acuerdo a este principio conceptual, sino que a los no humanos. Como bien señala Latour (1992), la tarea de los constructores de hechos está clara: un conjunto de estrategias para alistar a los actores humanos, y un segundo para alistar e interesar a los actores no humanos, para que sostengan al primero. Si las estrategias son exitosas, el hecho construido es indispensable, paso obligado para todos quienes desean perseguir sus intereses.

John Law (1998), Latour (2001) y Michel Callon (1995), establecen las premisas operativas básicas sobre las que reposa esta teoría. En general, se trata de una re-actualización de los principios ya anunciados por los autores de la escuela de Edimburgo, aunque con un giro adicional. Además de la ingenuidad que debe poseer el sociólogo al explicar los orígenes del conocimiento científico verdadero y del que no lo es, aplicando los mismos términos, el analista debe extender esa simetría metodológica desde el mundo natural al mundo social. Los sociólogos no hacen asunciones sobre la naturaleza, que es aquello sobre lo que negocian los científicos socialmente contextualizados, pero sí respecto del mundo social. El mundo social se usa para entender las negociaciones sobre el mundo natural, evitando que los mismos científicos o constructores de hechos de conocimiento hablen o se expresen sobre el mismo. Los científicos también intentan imponer visiones sobre el mundo social en sus negociaciones. Así, el fenómeno social es negociable, y el sociólogo debe explicarlo.

*“Si se adopta esta perspectiva, entonces el papel del sociólogo pasa a ser el de descubrir los métodos por los que actores y colectividades articulan concepciones acerca del mundo social y natural e intentan imponerlas a otros, así como analizar en qué medida tales intentos tienen éxito”* (Law, 1998, pp. 65-66).

Así, se propone el principio de agnosticismo generalizado (Callon, 1995; Law, 1998), según el cual el observador debe mantener la imparcialidad respecto a las discusiones científicas y técnicas de los científicos, y sobre cualquier desacuerdo que pudiese existir sobre la naturaleza de la estructura social. Sobre su misma base se establece el principio de simetría generalizada, que impone al observador el uso de los mismos términos y principios explícitos al describir el éxito (o fracaso) tanto de los componentes sociales como de los científicos en los desacuerdos entre los constructores de hechos.

En este punto interesa sostener una perspectiva metodológica. Se propone estudiar la práctica investigativa y los sentidos a ella asociados a través de los mismos constructores de OP (el saber imputado como relacionado con la noción OP). El sujeto y su discurso cumplen un papel esencial en la investigación, en tanto es de suponer que cualquier producción de conocimiento sobre la OP pasa por sus propias operaciones prácticas de estudio, cruzadas por intereses que ellos mismos negocian y sostienen, tanto en relación a la objetivación de la realidad que estudian (principios teórico-epistemológicos), como la estudian (principios técnico-metodológicos) y sobre qué razones lo hacen (principios sociales). Por supuesto, todos los intereses y principios se encuentran atados mediante la práctica de investigación, pero se separan analíticamente para su estudio y reconstrucción ordenada.

A continuación se da nitidez al vínculo ciencia-sociedad desde la teoría del actor-red, con el fin de precisar algunos puntos.

Latour (2001) establece, teniendo en consideración lo ya dicho, que la ciencia debe explicarse en base a factores científicos y sociales a la vez, sin separarlos. Se trata de superar el internalismo y el externalismo en un solo movimiento.

Es, retomando un concepto ya anunciado, una traducción entre los términos científicos y los políticos/sociales. Con ello no solamente se alude a intereses sociales, sino

que a “convencer” a lo que se estudia de participar de la construcción científica que se lleva a cabo.

*“Los estudios sobre la ciencia no ocupan una posición en el seno del debate clásico entre una historia internalista y otra externalista. Lo que hacen es re-configurar por completo la cuestión. Lo único que puede decirse es que las sucesivas cadenas de traducción implican la existencia, en uno de sus extremos, de recursos exotéricos (...), y, en el extremo opuesto, de recursos esotéricos (...). Todo lo importante sucede entre los dos, y las mismas explicaciones sirven para mover la traducción en ambas direcciones. En este segundo modelo utilizamos los mismos medios para comprender la ciencia y la sociedad”* (Latour, 2001, p. 112).

Asimismo, la cuestión epistemológica (las representaciones que tenemos del mundo) y la cuestión ontológica (lo que el mundo es) se atan, en tanto lo científico y lo socio-político se unen en una misma red de interacciones y traducciones para la construcción de los hechos científicos. Las personas y las cosas están mezcladas, iniciando controversias o finalizándolas. El mundo humano y el no humano participan del conjunto de referencias circulantes *“que se suceden en cascada a través de un gran número de transformaciones y traducciones”* (Latour, 2001, p. 118).

Sobre la propuesta teórica del actor red, se entiende el campo de la OP como constituido en base a las negociaciones de una serie de agentes con la realidad estudiada y la sociedad. Sin embargo, la OP es una “caja negra”. Se funda en operaciones ya consabidas y legitimadas de traducción. No es un objeto en constitución. Por ende, resulta lógico pensar que los roles de los distintos investigadores que la estudian estén tipificados y pre-definidos, así como las herramientas que usan para estudiarla.

Lo que se desea es situar el lugar, relativamente estable, que los investigadores ocupan en el campo en torno a las orientaciones sociales que definen su labor. Su conexión con la realidad se opera en la cuestión ontológica, epistemológica y metodológica ya tratada. Y también está estabilizada. Solo la idea de un elemento estructural permite, a nivel epistemológico, la emergencia de la investigación, pues un constructivismo

permanentemente y contingente ofrecería casos a analizar con sus propias lógicas, pero no la posibilidad de “dibujar” los trazos de un campo de estudio.

Bourdieu (2003) da señas de como reconocer tales orientaciones sociales. Sostiene la necesidad de objetivar al sujeto de la objetivación, produciendo los instrumentos necesarios para dominar las determinaciones sociales a las que están expuestas las ciencias sociales. El objeto de las mismas es demasiado importante, tanto para el mundo como para los poderosos, desde el punto de vista de la vida social, el orden social y el orden simbólico, de allí su débil autonomía. Además, el éxito social de los agentes productores se distribuye en torno a la asunción de un mayor constreñimiento ante presiones externas. Un rasgo adicional de las ciencias sociales está en que la ruptura social implicada en la construcción científica se arbitra en referencia a lo “real” construido.

*“Lo ‘real’ es absolutamente exterior e independiente del conocimiento, pero a su vez una construcción social, un producto de las luchas anteriores que (...) sigue siendo un objetivo de luchas actuales”* (Bourdieu, 2003, p. 153).

La ciencia social, y la OP, como parte de sus tópicos, es una construcción social de una construcción social, pues es en el propio objeto, es decir, la totalidad de la realidad social representada y el microcosmos donde ésta se objetiva, donde ocurre una lucha por construir el objeto, asegurándose la ciencia social de doble manera: el investigador es parte del mundo que objetiva, y la ciencia que genera es una fuerza en ese mundo. Así, Bourdieu (2003) propone que la reflexividad debe convertirse en una disposición constitutiva y grupal del *habitus* científico, capaz de actuar sobre las determinaciones sociales *a priori*, evidenciándolas.

Por ende, los influjos sociales operan construyendo el objeto mismo de la OP en su representación mediante encuestas. Son precisamente tales objetivos sociales, ubicados fuera (aparentemente) del conocimiento producido, los que se desea evidenciar, en tanto son los constituyentes de las traducciones regulares que ocurren en el campo.

Obligar ese proceso de reflexividad en el campo, escudriñando el discurso de los investigadores, constituye la indagación del contenido de uno de los ejes de esta

investigación, en tanto se ha anunciado constantemente que el objetivo social que se pretende del conocimiento lo configura, interna y externamente.

Jesús Ibáñez (1989) propone la transformación del requerimiento explícito en demanda implícita como una operación epistemológica necesaria para superar el peso del conocimiento inmediato. El requerimiento se formula en términos ideológicos y debe traducirse a términos científicos.

La práctica técnica remite a fines que se realizan fuera de ella (completándose una demanda, requerimiento o carencia). En las ciencias sociales, el afuera es un tejido ideológico. La demanda implícita expresa el desajuste entre las relaciones sociales y el estado de la producción: “*La demanda es de transformación permanente de las relaciones sociales*” (Ibáñez, 1989, p. 32). Esta última se formula como requerimiento por un jefe o cliente (o incluso por uno mismo). En consecuencia, se determina a la vez la producción y el consumo del objeto.

El requerimiento y la demanda se complementan (el requerimiento es un punto discreto en una onda continua). La articulación ideológica del requerimiento supone que las necesidades de la sociedad no siempre son compatibles con los deseos individuales. La ideología cumple su función al hacer deseables por los individuos las necesidades de la sociedad, para lo cual debe generarse una representación de ella que rellene los huecos y aplane las contradicciones. La efectividad del orden social se funda en su operación a nivel inconsciente.

En específico, esta investigación entiende que el requerimiento explícito supone un para qué o para quién se utilizará la información producida. Para ello, el conocimiento sobre la OP debe entenderse como información que articula dos significados: informarse de y dar forma a. “*Una investigación social extrae, por la observación, información y devuelve, por la acción, neguentropía*” (Ibáñez, 1989, p. 34). Entonces, el conocimiento de la OP supone producción de información y acción en base a ella, operación práctica sobre la sociedad. Es el eje de la acción, fundado en el sentido ideológico tras la producción de información, lo que debe estudiarse para entender el lugar de la orientación social en la fabricación del conocimiento.



A continuación, se anuncian las dos orientaciones dominantes que estarían fundando la producción de conocimiento sobre la OP. Con todo, la pregunta sobre “lo social” se deja abierta al discurso, con el objeto de no pre-figurarla sobre imputaciones ajenas al discurso de los mismos investigadores. Así, se abre la posibilidad de estudiar los **fundamentos sociales** del conocimiento sobre la OP.

Manuel de Mora y Araujo (2005) señala que la OP no solamente es una disciplina del conocimiento, sino que un campo que genera información con propósitos diversos: consultoría y asesoramiento en la toma de decisiones, campañas, difusión. La profesionalización del área ha llevado a que parte sustancial de la información manejada se genere a través de la actividad de consultoras y agencias que asesoran en el ámbito de la toma de decisiones. Por cierto, señala el autor, ello no es ajeno a la idea de conformar un campo de saber con alcance científico.

Así, establece que el campo de la OP es a la vez: una disciplina científica, cuyos juicios son factuales, estableciendo que es la OP; una rama de la filosofía social, cuyos juicios son normativos, en torno a lo que esta debiera ser; una pretensión de disciplina prospectiva; cuyos juicios son prospectivos, sobre lo que será la OP; y un objeto de consultoría, cuyos juicios son indicativos, sobre lo que conviene hacer. Sin embargo, dos son los campos predominantes, el de la ciencia de la OP, basada en un procedimiento para producir juicios factuales, donde el método hipotético deductivo y la inducción son los ideales en la práctica de la investigación, entrándose al triángulo del conocimiento propuesto por el autor en torno a cualquiera de sus vértices, los cuales son: teoría e ideas, realidad y datos. Por otra parte, está la práctica profesional, donde se modifican los ejes del triángulo, pasando la realidad a ser la investigación, la teoría las recomendaciones o decisiones, y los datos los escenarios posibles o pronósticos. En un caso, la idea es producir conocimiento, en el otro, recomendaciones para la acción.

No se trata de definir a priori el interés que cada investigador asume, sino que definir un marco previo que permita entender que los intereses sociales, según las condiciones de funcionamiento actual del campo, giran, en lo fundamental, en torno a espacios científico académicos o vinculados a la consultoría profesional.

## **Diseño metodológico e instrumental**

### ***Estrategia Metodológica***

Solo el enfoque cualitativo permite focalizar la investigación en los actores que fabrican la OP, comprendiéndolos dentro de su propio marco de referencia (Taylor y Bogdan, 2000) y permitiendo la re-construcción de su experiencia. El objetivo es alcanzar la estructura de la comprensión/observación del otro, lo cual significa valorar el discurso producido no desde una vara externa, sino que de acuerdo a una inherente a los propios investigadores (Canales, 2006).

El puente para la percepción del significado que las cosas tienen para las personas es el lenguaje, que deja de entenderse como algo dado y se considera en su calidad de objeto (Ibáñez, citado en Beltrán, 1995). La ruptura epistemológica propia de lo cualitativo deconstruye la noción ideológica implicada en el lenguaje inmediato y re-construye con sus fragmentos un concepto científico (Ibáñez, citado en Beltrán, 1995). El lenguaje vehicula los discursos producidos por sujetos sociales, irradiando sentido y no solo indicaciones respecto al mundo (Alonso, citado en Beltrán, 1995). Por ende, a través de la palabra es posible re-configurar escenarios de sentido compartidos en relación a las prácticas sociales. En este caso, el sentido buscado remite a los fundamentos del conocimiento que producen los investigadores y que, a mayor nivel de abstracción, soportan el campo de producción de conocimientos de la OP. Entendiendo que los investigadores son el eje central del conocimiento producido, en tanto negocian los elementos que finalmente lo constituyen, es su perspectiva la que esta investigación releva.

Asumiendo el planteamiento de Pablo Cottet (2006), en el devenir histórico de la práctica de investigación social, se reconocen modos formalizados de objetivar la unidad sujeto/saber. Este diseño se estructura sobre la objetivación de discurso. En ese sentido, los investigadores de la OP constituyen un colectivo, teniendo cada uno un saber en cuanto al discurso sostenido por el mismo. Este ejercicio singular de investigación social fabrica dicho colectivo discursivo, cuya unidad proviene de atribuirle una voz orientada en torno a “algo”.

La frontera interna que estructura la voz compuesta y unificada del colectivo se confirma respecto de otra voz, otra posición, de allí su frontera externa.

Las opinión de los investigadores de OP “*es un conjunto virtual de posiciones recíprocamente establecidas y posibilitadas en una formación social*” (Cottet, 2006, p. 199). El opinante sabe algo, en este caso, los fundamentos que orientan el conocimiento que construye, y ese mismo saber define una posición en torno a otras posiciones dentro de un colectivo, cuya frontera externa son otros colectivos. Así, se pueden recrear las condiciones del grupo (o grupos) y, por tanto, de la construcción social de los elementos que están a la base del conocimiento producido, pues, se busca el orden interno del otro, “*en el espacio subjetivo-comunitario, como sentidos mentados y sentidos comunes*” (Canales, 2006, p. 19).

### ***Tipo de estudio (alcances de la investigación)***

Se trata de una investigación exploratoria y descriptiva. Se han definido los nudos que parecen estructurar el conocimiento producido en el campo de la OP. No obstante, la idea es dotarlos de contenido a partir de los discursos de los investigadores que lo componen. Ya existe una amplia discusión sobre cuáles son los constituyentes del conocimiento sobre la OP, pero lo que interesa para efectos de este estudio es ubicarlos en el discurso de los investigadores, saber cómo son actualizados por ellos en sus esfuerzos investigativos. Por ende, la investigación está a medio camino entre la descripción y la exploración de un campo desconocido en su operar profundo.

### ***Diseño de Investigación***

El diseño de la presente investigación es no experimental y transeccional (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). Las razones de ello están en que se ejecutará el estudio en el ambiente natural de quienes serán entrevistados, sin controlar variables dentro de un ambiente experimental o artificial. Por otra parte, se trata de una investigación hecha en un

único momento temporal y que no implicara el seguimiento de los entrevistados ni de las variables estudiadas.

### ***Técnica de producción de información***

Este estudio usará la técnica de producción de datos denominada entrevista en profundidad. Ésta consiste en encuentros comunicativos reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes, dándose una relación de conocimiento dialógica donde el primero extrae información de los segundos. La relación se presenta como espontánea, concentrada y de intensidad variables, generándose encuentros cuyo fin es la comprensión de las perspectivas de éstos últimos respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, expresadas a través de sus propias palabras. (Taylor y Bogdan, 2000; Gainza, 2006; Alonso, 1995).

La entrevista en profundidad tiene su núcleo informativo en las “*maneras de pensar y sentir (...), incluyendo todos los aspectos de profundidad asociados a sus valoraciones, motivaciones, deseos, creencias y esquemas de interpretación que los propios sujetos bajo estudio portan y actualizan durante la interacción de entrevista*” (Gainza, 2006, p. 220). Si el investigador es un agente activo en el ensamblaje del conocimiento, la producción de su interpretación es pertinente en la comprensión de los soportes del conocimiento sobre la OP.

Alonso (1995) sostiene que la información que se extrae proviene de la biografía del interlocutor, entendida como el conjunto de representaciones acopladas a las situaciones que ha vivido el mismo. Las visiones que den los consultados derivan, en consecuencia, de marcos de interpretación que se vinculan a la vida de éstos. La entrevista permite que los investigadores actualicen, mediante la palabra, los elementos que ponen en juego en la generación de conocimiento, entendida como una práctica concreta en la que se ven implicados.

La subjetividad es lo que produce la entrevista. Para Alonso (1995), en el uso de la técnica aludida adquieren mayor sentido y relevancia los actos ilocutorios más expresivos, que pueden dar cuenta de las situaciones de descentramiento y diferencia expresa. Sin embargo, dichas subjetividades no expresan solamente un *yo lingüístico individual*, sino que

un *yo social* que se estructura como un proceso en el que el individuo se experimenta a sí mismo como tal (de forma indirecta) en función de los puntos de vista particulares de otros individuos que pertenecen al mismo grupo, o desde el punto de vista generalizado del grupo social al que pertenece. La trascendencia de este planteamiento guarda relación con la posibilidad de captar el carácter de cada discurso como una posibilidad de acceder a la trama social que lo sostiene. Así, los constituyentes del conocimiento sobre la OP son parte de un sentido configurado socialmente. Ello se fundamenta en que la práctica de investigación se ve limitada por su papel o rol en la sociedad, aunque más bien cabría hablar de prácticas de investigación y sus roles en la sociedad (en plural). La entrevista dará lugar a discursos referidos a prácticas de investigación que ponen en acción ciertos constituyentes y no otros, según su lugar en un determinado contexto socio-histórico. Asimismo, cada discurso se relaciona a otros discursos y a otras prácticas, que a su vez ponen en acción otros elementos como los ejes estructurantes del conocimiento sobre la OP.

La entrevista que se aplica en esta investigación es de tipo conversacional, aunque manteniendo un guion base para dirigir los esfuerzos del encuentro dialógico hacia los fines específicos que persigue la investigación. En tal sentido, la investigación es consciente de que produce conocimiento y no que de que lo encuentra.

Basado en Patton (citado en Valles, 2009), la entrevista contiene un guion con temas a tratar, aunque con ciertas libertades en el orden y formulación de las preguntas, con el objeto de darle carácter conversacional a la misma. Este tipo de entrevista se enmarca en el vínculo que Valles (2009) propone entre la entrevista y la conversación cotidiana. La conversación sería la mejor práctica preparatoria para la realización de entrevistas con fines profesionales, ya que es un punto de referencia constante para la misma. La propuesta del guion se ancla en que se deben recorrer ciertos temas para responder los objetivos de la entrevista, puesto que de otra forma no se responde la pregunta de investigación.

A continuación se presenta la operacionalización de los distintos elementos teóricos que organizan la pregunta por los fundamentos del conocimiento producido en el campo de la OP. Asimismo, se delinearán tópicos eventuales para guiar las conversaciones, en el entendido de que su orden y contenido pueden verse modificados según como marchen las mismas.

Tabla 3. Operacionalización de las categorías que organizan el estudio

Categorías	Dimensiones	Tópicos a tratar en las entrevistas
Fundamentos teórico-epistemológicos	La cuestión ontológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de OP</li> <li>- Sentido de OP implicado en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Importancia/trascendencia de una definición de OP para organizar la propia práctica de investigación.</li> <li>- Definición ideal de OP para fundar la propia práctica de investigación.</li> <li>- Contraste con otras posiciones en el campo.</li> </ul>
	La cuestión epistemológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación entre investigador y objeto OP.</li> <li>- Sentido de la relación para la propia práctica de investigación.</li> <li>- Importancia de la discusión sobre la relación entre el investigador y el objeto para la organización de la propia práctica de investigación.</li> <li>- Contraste con otras posiciones en el campo.</li> </ul>
Fundamentos metodológicos	Acercamiento metodológico en torno a la OP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abordaje metodológico de la OP en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Racionalidad tras el uso de ciertos procedimientos por sobre otros en el estudio de la OP, en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Reconocimiento de las diferentes herramientas técnico-metodológicas usadas en el estudio de la OP (técnicas de producción, de análisis, muestreo, etcétera) en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Contraste con otras posiciones en el campo.</li> </ul>
	Tipo de conocimiento producido en torno a la OP (calidad del conocimiento y la justificación de ésta)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carácter del conocimiento producido en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Evaluación del conocimiento producido en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Elementos importantes para definir los rasgos del conocimiento producido en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Relación entre la actividad realizada para producirla y la actividad científica.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contraste con otras posiciones en el campo.</li> </ul>
Fundamentos sociales	Usos sociales del conocimiento producido en torno a la OP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intereses sociales tras el conocimiento producido en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Funciones o roles sociales tras el conocimiento producido en la propia práctica de investigación.</li> <li>- Usos sociales específicos de los diferentes actores interesados en el conocimiento sobre la OP.</li> <li>- Contraste con otras posiciones en el campo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### ***Muestra***

El primer criterio es la muestra estructural, que supone que cada discurso representa una posición o una estructura en la red de relaciones (Canales, 2006), siendo cada sujeto portador de un discurso alguien distinto de los otros, y representando un componente de la perspectiva común que el grupo sostiene. Bajo este criterio, se elige entrevistar a investigadores según el lugar desde el cual producen conocimiento sobre la OP. En específico, investigadores de OP en Universidades, Centros de Estudio, Instituciones Gubernamentales, Empresas Consultoras y Medios de Comunicación (Cordero y Tapia, 2009). Ese principio de clasificación se sostiene en la expectativa que se tiene de la producción de conocimiento sobre la OP desde cada espacio en virtud de su papel en la sociedad (Huneus, 1999). Otro criterio atingente pudiese ser la orientación política, dado que existen ciertas empresas y centros de estudios que se coordinan con ciertos grupos políticos, ya se explícita o implícitamente (Navia, 2004). Sin embargo, no se ha rastreado evidencia que distinga el conocimiento producido sobre OP según la orientación política sostenida. Además, no todos los espacios que estudian la OP reconocerán -aunque la tengan- alguna adscripción política, por lo que solo sería pertinente para centros de estudio o medios de comunicación donde resulte una obviedad (el CEP, el CERC, Libertad y Desarrollo, Fundación Futuro, etcétera.). En relación a las empresas consultoras, un criterio interesante a considerar sería el tipo de clientes atendidos (al menos principalmente), en tanto ello podría suponer algún grado de rutinización de las prácticas de producción de conocimiento según los requerimientos que se resuelven.

En principio y dado el carácter exploratorio de la investigación, solo se pretendió generar discursos en torno a las inserciones institucionales sin mayor especificación:

Espacio institucional	Cantidad de entrevistados
Universidades	2
Centros de estudio	2
Instituciones gubernamentales	2
Empresas consultoras	2
Medios de comunicación	2

Esta muestra inicial no pudo cumplirse, fundamentalmente por la imposibilidad de encontrar entrevistados de centros de estudio, instancias gubernamentales y medios de comunicación, puesto que no respondían las peticiones de entrevista. Además, se determinó que la producción de conocimiento desde las instancias gubernamentales, los medios de comunicación y algunas universidades, implica solicitudes o relaciones con empresas consultoras. Ello no cambia demasiado el panorama muestral, dado que los requerimientos pasan originariamente por los actores insertos en tales espacios, quienes persiguen un objetivo social determinado y actúan como contrapartes técnicas a lo largo de los procesos de investigación, siendo, por ende, constructores del mismo.

Al sondear posibles entrevistados, también se pudo reconocer que los centros universitarios que estudian la OP ejercen labores de consultoría, con lo que se configura una nueva posición institucional susceptible de ser producida discursivamente.



Finalmente, la muestra quedó establecida de la siguiente forma, según quienes respondieron las peticiones de entrevista:

Espacio institucional	Cantidad de entrevistados
Universidades	2
Universidades que realizan consultoría	2
Empresas consultoras	4

Lamentablemente, dadas las limitaciones de recursos temporales y monetarios, no pudo cumplirse con el principio muestral de saturación, en tanto el análisis de la información se realizó sobre el corpus aquí indicado, sin agregarse nuevos discursos a las diferentes posiciones -con el objeto de no encontrar información novedosa- detectadas como estructurantes del colectivo estudiado. Sin embargo, se logró configurar posiciones de discurso con la suficiente coherencia como para generar un primer nivel.

### ***Tipo de análisis***

El tipo de análisis aplicado a la información producida fue de contenido.

El análisis de contenido se entiende como una técnica de interpretación de textos, cuyo objeto es conocer diversos aspectos y fenómenos de la vida social (Andreu, 2000). El contenido de un texto se entiende como algo en relación a lo cual aquél funciona como un instrumento. Es algo fuera del texto, en torno al cual define y revela su sentido (Navarro y Díaz, 1995).

Todo contenido de un texto se puede entender como algo manifiesto o latente (Andreu, 2000). El dato expreso remite a la dimensión de lo sintáctico, entendida como la superficie de lo dicho, en tanto que el dato latente se refiere a lo semántico, esto es, lo que se dice sin pretenderlo (Andreu, 2000; Navarro y Díaz, 1995). Asimismo, ambos datos adquieren sentido y pueden ser captados solo en relación a un contexto (Andreu, 2000), eje que puede ser referido como propio de lo pragmático (Navarro y Díaz, 1995).

Este último se puede entender como un marco de referencias que contiene información que el intérprete del texto puede conocer de antemano o inferir del texto para captar el contenido y el significado de todo lo dicho en él (Andreu, 2000). Para esta investigación, el contexto se define en función de las posiciones desde las cuales cada entrevistado habla: consultoría privada, academia y centros de investigación académico/comerciales. Sin embargo, para no traicionar la sujeción ante la información producida, igualmente se crea contexto desde las inferencias que se pueden hacer del texto mismo. Sin esa suposición, el texto sería la simple reproducción de un contexto ya conocido, sin aportar en nada al conocimiento del fenómeno estudiado.

Como señalan Navarro y Díaz (1995), el texto es la cristalización de (un aspecto de) un proceso de comunicación lingüística (verbal) entre sujetos, operado en un contexto específico. En ese marco se movilizan los efectos de sentido contenidos en el texto. Por consiguiente, cada entrevista se relaciona con otras entrevistas, con otros textos, articulando un espacio contextual común que les otorga sentido. El punto clave es que ese sentido no se conoce en detalle, en profundidad, permitiendo el análisis de contenido inferirlo.

Cada acción comunicativa (cada producción de entrevistas) supone una relación recursivamente reflexiva. El sujeto que comunica no solo expresa aspectos de su propia subjetividad, sino que presupone y expresa aspectos de las subjetividades con las que se relaciona en el proceso comunicativo (Navarro y Díaz, 1995). Ello es esencial en la constitución del contexto. Este último es la modulación que impone, en la expresión de la subjetividad del sujeto que comunica, no solo su intención individual básica en la situación que se halla, sino que las características que el sujeto atribuye a los sujetos con los que interactúa real o potencialmente. De este modo, en la entrevista queda sujeto el colectivo de discurso y no solo el habla particular del individuo entrevistado. Desde el contenido de las entrevistas se constituye un horizonte social, un contexto que las subyace.

Ahora bien, y especificando un poco más, si se entiende que la función semántica es generada en y por el sujeto individual, aquella resulta indisociable del aspecto pragmático del fenómeno comunicativo (Navarro y Díaz, 1995). Por ende, el significado de las expresiones no puede entenderse como una entidad separada del sujeto, sino que como una realidad entrañada por su acción, emergiendo en relación a la misma. Ello supone que el contexto constituye la acción misma. Ahora bien, en esta investigación, dicha acción es la

práctica misma de investigación, y el discurso producido en relación a ella, particularizado, necesariamente remite a otras prácticas ejecutadas, en tanto todas comparten, en su calidad misma de acciones concretas, sentidos que las organizan. Retomando, el texto sobre la misma, es una expresión atada a otras, vinculada socialmente a otras.

Desarrollado parcialmente el modo en que las entrevistas son un puente informativo para conocer el contexto social que las envuelve, se define el procedimiento del análisis de contenido en su detalle más acabado.

Las unidades de registro se definieron teniendo en consideración las categorías y sub-categorías planteadas teóricamente, las cuales se referían a los fundamentos del campo de producción de conocimientos de la OP y a sus dimensiones, respectivamente. Por ende, se entendieron como cada segmento textual discernible que tuviese alguna conexión de sentido con las mismas.

Las unidades de contexto se entendieron como las posiciones, esto es, porciones de texto mayores que daban sentido a una agregación de unidades de registro pero entre entrevistados. Extra-textualmente se definió el espacio institucional desde el cual cada entrevistado enunció su discurso. Textualmente se buscó la agregación entre las unidades de registro según el establecimiento de posiciones en torno a las diferentes sub-categorías, más allá de si se generaba una correspondencia con aquellas que fueron supuestas extra-textualmente para componer la muestra, aunque teniéndolas evidentemente en consideración. De tal manera se definieron las posiciones contextuales, marcos de sentido para las diferentes unidades de registro.

Luego, se desarrolla el proceso de codificación, que consiste en vincular las diferentes unidades de registro detectadas a determinadas unidades de contexto. Así, se definen distintos códigos según cada sub-categoría, constituyéndose las posiciones finales en relación a cada sub-categorías y categoría.

Hecho ello, se retoma la categorización, pero esta vez completando todo el espectro de categorías y sub-categorías pre-definidas teóricamente, repletándolas de sentido y determinando su pertinencia en la organización del discurso de los investigadores. Cada categoría y sub-categoría se devuelve repleta de texto, organizadas según las diferentes posiciones reconocidas en su interior. Los esquemas categoriales se arman en base a la

relación entre las categorías y sub-categorías, manteniendo siempre las distinciones según posiciones, en tanto se busca delimitar la estructura del campo de estudios de la OP.

El punto final del análisis lo constituye el modo en que las diferentes categorías y sub-categorías se relacionan sustancialmente en la fundamentación del campo de estudios de la OP.

## **Resultados de la investigación**

### ***Introducción***

Se armó una matriz de categorías y sub-categorías para orientar el análisis de las entrevistas producidas. En este sentido se presume una lógica deductiva, donde las categorías, construidas a partir de la teoría, ordenan la información. No obstante, dicha dinámica inicial se ajustó con el movimiento inverso de forma inmediata, permitiendo que las categorías se llenarán de contenido completamente desde el discurso de los entrevistados. Cabe decir, la vaguedad de las categorías y sus respectivas sub-categorías constituyen una propuesta orientada a la ordenación de la realidad en virtud del objeto de esta investigación, permitiendo que lo concreto emerja de forma ordenada y no como un caos abstracto, pero asumiendo que se debe dar espacio a los discursos de los mismos investigadores, en tanto que agentes activos en la construcción del conocimiento.

En específico, los discursos se ordenaron sobre tres categorías y sus dimensiones (sub-categorías):

- Fundamentos teórico-epistemológicos: estos remiten a la cuestión ontológica y a la cuestión epistemológica. La primera refiere al concepto de OP que los investigadores asumen en su práctica de investigación. La segunda remite a la relación que los investigadores dicen establecer con el objeto al estudiarlo. Ambas cuestiones se relacionan en tanto que piso teórico sobre el cual la práctica de investigación se lleva a cabo.
- Fundamentos metodológicos: estos remiten al acercamiento metodológico en relación a la OP y al tipo de conocimiento producido. Lo primero alude a la manera de estudiar los fenómenos en la práctica investigativa de la OP. Lo segundo se refiere al carácter del conocimiento producido, asunto que se conecta directamente con la calidad que éste posee y su justificación, la cual pasa por el desarrollo de operaciones técnico-metodológicas específicas.
- Fundamentos sociales: es la categoría con menor especificación. Su apertura se dejó completamente en manos de los investigadores, dada su menor conexión con

los elementos propios del discurso legislativo de las ciencias sociales. Inductivamente se identificaron dos posibles sub-categorías, aunque más bien son especificaciones no excluyentes de los fundamentos sociales: el uso social desde fuera de la propia práctica y el “propio” lugar en el uso social. En el primer caso se generó un repertorio de los usos sociales que los investigadores (fundamentalmente de consultoras) traducen cuando hacen estudios a pedido de mandantes. En el segundo caso se anunciaron los usos sociales que los mismos investigadores daban al conocimiento producido.

Cada categoría ordena un apartado de los resultados. Los discursos se organizan de acuerdo a cada sub-categoría reconocida, buscando la emergencia de posiciones. Así, en el apartado correspondiente a cada sub-categoría o dimensión de las categorías mayores hay sub-apartados que se corresponden con las posiciones detectadas. Por ejemplo, en la cuestión epistemológica se reconocieron dos posiciones, por lo que se presentan dos sub-apartados. Al final de cada apartado mayor (fundamentos teórico-epistemológicos, metodológicos y sociales) se presenta una síntesis de los discursos correspondientes a las distintas posiciones reconocidas, estableciendo una visión de conjunto.

En cada sub-apartado referido a cada sub-categoría, se propone una lectura descriptiva de las posiciones, anclada en la visión que los investigadores poseen de su práctica de estudio. Las citas se usan a modo de ilustración de las posiciones detectadas, siempre y cuando conserven cierto grado de inteligibilidad. De no hacerlo, la descripción de las actividades más particulares pasa por el tamiz del autor de esta investigación.

Por último, se presenta una mirada conclusiva e integrada, donde se reconoce la estructura del campo de la OP en torno a las posiciones producidas en relación a las diferentes categorías y sub-categorías.

### ***Fundamentos teórico-epistemológicos***

Esta categoría se compone de dos sub-categoría de sentido: la cuestión ontológica y la cuestión epistemológica. La primera alude a la definición de OP presente en las diferentes

posiciones que estructuran el colectivo de discurso, mientras que la segunda se refiere a las diferentes posiciones respecto de la relación investigador/objeto.

### *La cuestión ontológica*

#### Indefinición problemática de la OP

Esta posición discursiva es propia del espacio institucional académico que a su vez desarrolla actividades de consultoría. No define la OP, pero entrega orientaciones sobre cómo hacerlo, aunque sostiene la dificultad implicada en dicha labor. Ya se trate de una definición precisa en su conformación teórica y delimitada metodológicamente, o compleja y que combine la dimensión individual con la dinámica colectiva de la OP, el trabajo está pendiente y supone un esfuerzo sustantivo de parte de las ciencias sociales abocadas a ello. Por ende, la OP no se concreta, lo cual es problemático y debiera resolverse. En específico, según la orientación, el problema teórico se especifica en relación a captar al sujeto de la OP (precisarla en tanto que fenómeno) o la dinámica constitutiva de ésta última (definirla sobre la base de su complejidad como fenómeno).

Por un lado, como ya se ha dicho, se sostiene que los estudios de OP (en su forma actual) no son capaces de dar con su definición, sino solo con su “superficie”, apenas rasgueando el relato consensuado “de hoy”. No se posee una construcción acabada y sólida respecto de lo que es la OP, puesto que no ha habido capacidad de hacerlo ni nadie se ha involucrado de manera estricta en dicha labor.

*“Porque la OP debería referirse a un sujeto, a un sujeto que tiene lenguaje, un sujeto que tiene lenguaje, ya. Nosotros no estudiamos ese sujeto que tiene lenguaje, nosotros estudiamos aquello que lenguajea, pero que eso que lenguajea es una cuestión súper... es de una estructura muy débil”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

Por otro lado, se señala la existencia de una definición operativa de OP, la cual permite estudiar ciertas cuestiones específicas referidas a la misma, pero que no refieren a sus rasgos esenciales. Como modo de resolver aquello, se reconoce la necesidad de estudiar

la OP en tanto que constituida por dinámicas, escudriñando las variables y factores que influyen su formación. Con todo, el espacio referido a la OP en su forma actual es el de las actitudes individuales, para cuyo tratamiento ya existe un instrumental metodológico institucionalizado. El punto crítico es que constituye una manera incompleta de abordar el estudio de la OP, dado que también es fundamental captar su dinámica, ámbito para el cual no existen metodologías ni instrumentos sancionados colectivamente. Así, su estudio debiera enfrentarse asumiendo los dos planos referidos: actitudes individuales y constitución colectiva de la misma. Algunas propuestas para el estudio del segundo ámbito pasan por el uso de paneles, pero no solo de encuestas, sino que a través de grupos de conversación y otras técnicas de tipo cualitativo, capaces de comprender el fluir íntegro implicado en el fenómeno de la OP. No obstante, se asume que es un campo olvidado, tanto en Chile como en el mundo.

*“Es más operativa, sí. O sea, y justamente ese es uno de los grandes temas que está como crítica y también como debilidad, en la medida que estos estudios no tienen permanencia en el tiempo y, por lo tanto, dependen de... de o una demanda o de algún investigador que esté en el ámbito temático, pero no hay un equipo instalado en términos de darle sustento teórico-conceptual en el largo, mediano, a largo plazo, en general la definición de la OP es más operativa, ya, porque en realidad el tema de la OP son dinámicas...”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

La posición aboga por conformar un espacio de estudio de la OP en su dimensión teórica, permitiendo su delimitación precisa y compleja. La última aseveración no constituye una contradicción, ya que la determinación de la OP como un fenómeno específico supone la referencia a una realidad social compuesta (de una cierta manera y no otra) de diversas dimensiones que se relacionan de modos complejos. Sin embargo, se reconocen problemas institucionales y de carencia de voluntad en la apertura de dicho espacio reflexivo.

*“Yo creo que nosotros, desde la sociología o desde otras ciencias sociales, deberíamos aportar que por lo menos nuestras definiciones sean lo más parecido, parecido a una fórmula matemática, o sea, una cuestión que sea muy específica, que sea muy... que sea auto-explicable, digamos, y hoy día no... hoy día te vai' a encontrar con que un poco es una mezcla de esto otro, esto otro y vai' a tener*



*contradicciones por su carácter polisémico”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Formaría más de un proyecto de largo plazo en términos investigativos-teóricos, eso supone colocar acá dentro un tipo de indagación sustantiva que está asociada a un grupo de investigación y eso no hemos logrado nunca construir ni llegar a ese punto, por razones institucionales, de financiamiento, yo creo que no hemos entrado a lograr colocar acá un núcleo que supondría gente investigadora permanente”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

#### Indefinición no problemática de la OP

En esta perspectiva no se define la OP. Sin embargo, ello no constituye un problema, pues la práctica de investigación no lo necesita. Es una posición sentada en la investigación desarrollada por las consultoras.

La definición de orientaciones teóricas y metodológicas se da fundamentalmente en torno a los objetos específicos que se estudian, abandonándose cualquier reflexión general sobre la OP.

*“Por lo tanto, nuestros estudios en muchas situaciones responden a marcos teóricos o antecedentes que han sido formulados por un mandante, te das cuenta (...) pero normalmente nos encontramos con definiciones y teorizaciones preestablecidas, entonces nosotros tenemos algún grado, algunos grados de libertad en términos de las operacionalizaciones de los conceptos, pero la verdad que re poco, en nuestro quehacer específico, respecto de la construcción, respecto del diseño del constructo, vienen normalmente... ya vienen preestablecidos”* (Entrevista 3, investigadores de consultora privada).

No se opera sobre la base de un concepto de OP constituido o sancionado institucionalmente. Normalmente, son los mandantes quienes definen de antemano los objetos que desean estudiar, estando los marcos de referencia (teóricos e informacionales) predefinidos. Así, las consultoras no trabajan en la estabilización teórica de los conceptos,

adecuando su labor a la operacionalización de los mismos. Asimismo, se reconoce la realización de trabajo reflexivo en relación a los instrumentos que las consultoras desarrollan para producir información sobre la OP, pero con respecto a los objetos específicos que se tematizan. En consecuencia, la OP como constructo genérico no está presente en la reflexión, ya que tanto al hacer estudios a petición de mandantes como en aquellos que desarrollan por cuenta propia, los objetos tematizados son más acotados.

*“Pero yo te diría reflexión respecto de la temática que se quiere recoger, no del concepto de OP”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Lo que hacemos es generar estudios ad-hoc para evaluar o conocer o profundizar en algunos ámbitos de la OP, que como te digo, son acotados a una materia de interés particular”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

A pesar de reconocerse la no adscripción a un concepto específico de OP y al hecho de no reflexionar problemáticamente sobre ello, se plantean algunos cuestionamientos teóricos sobre la misma. No obstante ello, tales líneas son propias de reflexiones personales antes que de modos constituyentes de la práctica de investigación en torno a la OP que se lleva a cabo en las consultorías.

*“Yo establecería que la OP corresponde a las opiniones de las personas en torno al espacio o temáticas que corresponden al ámbito público”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada). De hecho, se señala que dicha definición puede tener trascendencia para el trabajo dado en la consultoría: *“No nos interesa la sumatoria de opiniones, sino la identificación de los discursos circulantes en términos de fenómenos de orden público de los diversos actores que componen la sociedad”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

En conformidad con ello, surge la pregunta sobre la implicancia de dicha definición personal para la práctica de investigación desde consultoras, sobre todo considerando la aparente contrariedad entre la negación de la OP como “sumatoria de opiniones” y la práctica de investigación estructurada sobre el dispositivo de la encuesta.

Con todo, hay un reconocimiento explícito de la inscripción de la labor desde la consultoría como referida a la OP: *“Entonces, uno diría ‘yo me muevo en el campo de la OP sin duda, indudablemente, trabajo sobre la OP, pero nuestra reflexión tiene que ver normalmente con las temáticas que estamos investigando en torno a la OP’”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

En otra orientación sostenida en esta posición, se plantea que la discusión sobre el concepto de OP no se encuentra cerrada. Así, no se delimita el concepto de OP, pero se construyen algunas ideas respecto de la dinámica propia de su formación, en tanto hay mandantes que buscan desarrollar estudios de OP no solamente para conocer el pensamiento, las opiniones o la evaluación de la gente sobre una determinada cosa, sino que para desarrollar e implementar estrategias sobre lo sondeado:

*“O sea, los estudios de opinión no se hacen porque sí o porque ‘veamos cómo va la cosa solamente’, siempre hay un objetivo de poder tomar decisiones adecuadas y oportunas con la información que tú has recabado, por eso son tan importantes y por eso finalmente los clientes pagan por poder hacer esas investigaciones, porque saben que conociendo la opinión de tu población objetiva o de tu público objetivo, de tus audiencias, de tus votantes, de tus electores, lo que sea, pero conociendo lo que esa población piensa, opina, evalúa, etcétera., te permite tomar decisiones mucho más informadas y mucho más acertadas”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

El planteamiento de esta visión se desliza desde una postura dubitativa (la discusión sobre el concepto de OP y sobre la construcción de la OP está abierta) a otra de mayor certeza (se tiene claridad de las razones que motivan el estudio de la OP y de la forma en que a partir de los sondeos se puede influenciar a la misma). La reflexión se sitúa, en consecuencia, a nivel de la racionalidad de quienes solicitan estudios de OP y no sobre el concepto en general ni sobre su proceso de formación en términos íntegros.

Resulta importante, según la referida asunción, tener en consideración la calidad de los estudios que se realizan, optimizando metodologías, ajustándolas, renovándolas y ejecutando controles de calidad sobre los equipos y la información producida, ya que se tiene

en consideración que la toma adecuada de decisiones, ya sea a nivel de los temas importantes que aquejan al país o en planos más acotados, se relaciona directamente con la calidad del conocimiento que se produce:

*“Pero yo creo que uno de los desafíos mayores, aparte del tema técnico o de la calidad en la industria, es también poder dar o que se le dé la relevancia necesaria a los estudios como una herramienta para poder tomar decisiones respecto de la OP y ver finalmente los estudios de opinión como información estratégica”*  
(Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

Aparte de eso, se otorga trascendencia histórica a los estudios de OP, considerándolos una fuente que, controlada en términos de calidad, puede ofrecer información relevante sobre el estado de opinión del pasado. Para ello, no obstante, se deben transparentar los elementos que configuran el estudio, a nivel teórico y metodológico.

#### Definición práctica de OP

Esta posición se concreta sobre la práctica de investigación dada en el mundo comercial. Se configura sobre un discurso que define la OP sin cuestionarse sobre su trasfondo teórico, recurriéndose a un concepto operativo y práctico que facilite los procesos de investigación. Se dan dos sentidos sobre la OP cuya articulación resulta evidente.

Por un lado, esta posición consigna que una definición teórica de OP no es necesaria, ya que con una definición operativa es suficiente para que la investigación se lleve a cabo. Además, no existe una instancia legitimada que haya definido la OP, con lo que hay muchas definiciones de OP circulando y diversos acercamientos metodológicos respecto de la misma. El trabajo en el campo de la investigación comercial es práctico, razón esgrimida para no necesitarse un concepto de OP fundamentado teóricamente.

*“Hay una definición operacional de OP, que son todos los chilenos mayores de 18 años, pero eso tiene que ver porque usualmente los estudios de OP, y especialmente los del gobierno o los de política, se hacen sobre la base de gente que potencialmente*

*vota en las elecciones, por eso que se pone tope de 18 años o más, como determinación de rango etario” (Entrevista 4, investigador de consultora privada).*

Otro sentido sobre la OP señala que *“es lo que la gente cree, piensa, opina sobre distintos temas, aparezca de esa manera en la prensa, que es otra forma de decir (lo que es la OP)”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada). Por consiguiente, parece evidente que cualquier tipo de problematización sobre la OP es algo ajeno a esta posición discursiva. De hecho, se plantea que si existe algún asunto pendiente en el campo de la OP, este remite a ciertos temas poco estudiados, ya sea porque hay poco interés, supone un gasto mayor de recursos o son muy complejos de tratar, implicando cierta resistencia.

La práctica de investigación es una fórmula, un procedimiento consensuado. No se precisa de una teoría, sino solo una orientación básica de lo que desea saber (opiniones, creencias, pensamientos) y en que espectro poblacional.

#### Definición teórica no problemática de OP

Esta posición se configura desde la particularidad de la institucionalidad académica. Se basa en sostener una definición de OP que permita fundar operaciones de medición a nivel metodológico. Ello implica una definición no problemática, y con suficiente alcance teórico para fundar la práctica de investigación científica. Las definiciones sobre OP que estructuran esta posición encuentran su fundamento en la tradición teórica referida a la misma, lo cual refrenda su trascendencia más allá de lo metodológico o práctico.

En una línea, la OP se define de forma minimalista, como agregado estadístico de opiniones. Se trataría de una definición que funda adecuadamente el sentido de la investigación en el campo.

*“Está esa como concepción, que tendría más arraigo en la disciplina, yo te diría como hace unos 30 años atrás y con el advenimiento feroz de las encuestas, encuestología, cada vez deviene más popular una definición minimalista como el agregado de opiniones individuales. Ahora, es curioso, también tienes literatura que habla, el mismo agregado estadístico de opiniones individuales tiene propiedades*

*emergentes, que no tienen las opiniones de las personas individuales”* (Entrevista 8, investigador académico).

Dicha definición permite situarse dentro del campo disciplinario y académico que estudia la OP. Aun así, se reconocen algunos problemas teóricos no resueltos, como la necesidad de una visión dialógica o emergente de la noción, entendida como “opinión promedio”. Asimismo, se cuestiona la racionalidad de ciertos procedimientos técnico-metodológicos, en tanto no se reconoce la lógica implícita tras ellos, sino solo su aplicación protocolar derivada de un consenso institucional.

*“Pero, no se ha podido hasta ahora, porque a nadie se le ha ocurrido como traer a colación, en el fondo, una visión como más emergente, una visión más dialógica de OP, cómo me mides la OP como el conjunto o la opinión promedio, por decirle de alguna forma, la de todos los columnistas y comunicadores sociales, eso sería muy interesante... hacer eso; pero esa dimensión está muy perdida, hay mucho trabajo que trata de conectar como patrones y contenido informativo de los medios con reacciones de la OP, entendida como agregado de opiniones individuales”* (Entrevista 8, investigador académico).

Más allá de la necesidad de una mirada más reflexiva en torno a la OP o del cuestionamiento de ciertas operaciones metodológicas institucionalizadas en relación a su estudio, esta posición se conforma con la orientación implicada en el espacio académico que la aborda. Por ende, cualquier problematización de la definición de OP queda reducida, en tanto no se pone entre paréntesis la comprensión misma del fenómeno, sino que la necesidad de profundizar ciertas cuestiones sobre el mismo o de indagar en el sentido de ciertos procedimientos para su estudio.

Otra definición que recorre esta posición y que se vincula a la idea de agregado de opiniones, cambia la OP por la idea de actitud, con el objeto de reforzar el fondo teórico que sostiene la práctica de investigación académica.

*“La opinión es aire y las actitudes son más bien constructos psicológicos estables a lo largo del tiempo, entonces tratamos de medir algo que sea un poco más estable*

*(...) básicamente mapear la sociedad con números, construir sociedad con números, entonces por cierto, la OP es parte de eso” (Entrevista 7, investigador académico).*

Las actitudes explican los comportamientos, mientras que las opiniones constituyen simplemente una representación individual y variable frente a un fenómeno concreto. Igualmente, las opiniones mismas se configuran en función de las actitudes, constructos sociales, medibles y estables temporalmente. Las opiniones varían según los flujos de información, mientras que las actitudes, a la base de las primeras y los comportamientos, no lo hacen, lo cual permite su medición y predicción. Así, se configura una delimitación más profunda del fenómeno, pero no necesariamente contraria a la idea de agregado de opiniones. El individuo es el eje de la posición, ya sea como portador de opiniones o actitudes, estando allí el fundamento de la lógica académica para estudiar la OP. La actitud es simplemente una “formula” conceptual más precisa que la “opinión”.

La posición anclada en la academia asume un concepto de OP teóricamente fundado, pero a-problemático. La conformidad con el sentido asumido en la academia sobre la OP impone tal postura. Un campo científico de problemas no puede basarse en un concepto problemático, no puede fundarse allí.

### *La cuestión epistemológica*

#### Compenetración sujeto/objeto

Epistemológicamente, esta posición asume que la perspectiva asumida por los investigadores frente a los objetos supone su construcción. Así, el estudio de la OP se define según la visión del investigador, por lo que se relativiza la objetividad posible, más allá de las herramientas que se apliquen. Por ende, se particularizan los modos de entender la relación con el objeto.

Se plantea que las posiciones epistemológicas están en los investigadores y no en los objetos a estudiar. Se trata, por ende, de una posición política.

*“Personalmente yo creo que esa producción de conocimiento no puede ser una producción de conocimiento porque sí (...). Yo creo que toda producción intelectual tiene también un leitmotiv final, ya, pero el leitmotiv final de un investigador tiene que ser cuidar y defender aquello que produce (...). Yo creo que el rol del investigador es poder defender la rigurosidad del tema y hacia donde iba el objetivo de esto (...). Porque eso finalmente depende de concepciones epistemológicas del investigador propiamente tal (...). Yo no haría conocimiento que no le va a servir a nadie”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Yo no creo en las distancias (...). Es imposible. O sea, esta es una renuncia a la objetividad”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Tú, en cualquier teoría (...) estas seleccionando una parte del fenómeno, y al seleccionar una parte del fenómeno, tú haces un tipo de, en el mediano o largo plazo, de definición del fenómeno”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

*“Que es como pre-epistemológico si tú quieres... hay una conciencia aguda de que tu instrumento podría, potencialmente, afectarle a una persona psicológicamente, uno no hace eso. A nivel como más cognitivo, es decir, más epistemológico, qué influencia tiene mi cuestionario, la forma en que yo estoy escribiendo el cuestionario sobre lo que se entiende como OP, aquí es inmediata, si la OP no es como un árbol poh, es un constructo artificial, no es cierto”* (Entrevista 8, investigador académico).

Se trata de definir claramente la OP y delimitar su espacio metodológico, para lo cual hay que mantener un cuestionamiento permanente en torno a la misma, sin sancionar de manera definitiva su contenido (visión relacionada con el principio epistemológico de construcción de conocimiento científico que defiende Karl Popper, mediante la falsación permanente de las hipótesis). La investigación es permanente, de largo aliento y compleja. No obstante, tal postura se acopla mejor a la lógica académica que a la de consultoría, aunque en ambos espacios el cuidado de lo metodológico es vital, en tanto que modo de desarrollar procesos válidos de investigación, que se puedan defender.

También se reconoce que en ocasiones las posiciones particulares sobre los objetos quedan subsumidas ante la visión de un espacio institucional determinado. En torno a la OP,



por ejemplo, domina la medición como principio de separación entre el investigador y el objeto, cautelándose no romper dicha alteridad a través del instrumental metodológico aplicado. Esa mirada supone una hegemonía en torno al estudio de la OP, la ciencia y los instrumentos a usar, que trae aparejada mejores recompensas, publicaciones e índices de relevancia. No obstante, como ya se ha reconocido, se trata de una mirada particular y parcial entre muchas otras. Es el investigador y no el objeto el que impone la relación.

*“Pero en el Centro mismo, en tanto que se entronase como un Centro de medición y la medición supone... que esto no se llama Centro de comprensión o Centro de levantamientos culturales. Me entiendes, MIDE. Yo creo que la medición supone una cierta alteridad entre objeto y sujeto, objeto que mide, sujeto que mide, me entiendes, es una alteridad que justamente viene desde un tipo de teoría del conocimiento, una suerte de epistemología donde esta esa alteridad. Y el tema es cuan sofisticada es la técnica o el instrumento para que esa alteridad no sea superada”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

Sin embargo, a pesar de que se renuncia a la objetividad, se mantiene la necesidad de cierto control metodológico en congruencia con la mirada dominante ya referida. Más allá de que el objeto sea construido, preservar la calidad metodológica permite dar una visión más verosímil de lo representado. Para llegar a una noción elaborada y creíble de la OP, hay que observar consideraciones metodológicas, diseñando correctamente la estructura y forma de los instrumentos (normalmente cuestionarios), dado lo fácil que resulta condicionar y con el objeto de cumplir requerimientos éticos (no preguntar cuestiones socialmente indecorosas, que incomoden al entrevistado o que impliquen un sentimiento de invasión de su parte) y epistemológicos. La representación de la OP construida depende precisamente de ello. En este punto, nuevamente se distingue el mundo académico de la OP del mundo comercial, en tanto el primero es bastante auto-reflexivo respecto de los efectos que los cuestionarios o ciertos acercamientos metodológicos tienen sobre la representación de la OP. *“Entonces, todo el rato viendo (en las revistas internacionales de OP) como las representaciones de la OP varían de acuerdo a todo el instrumental metodológico que se ha empleado”* (Entrevista 8, investigador académico). En consecuencia, se acusa una mayor rigurosidad técnica en las

investigaciones académicas. De hecho, la consultoría, al abordar requerimientos académicos, sostiene la necesidad de responder ante requerimientos metodológicos más complejos.

Por ende, se puede llegar a una representación verosímil de lo estudiado si se ejecutan operaciones metodológicas cuidadosas desde el punto de vista metodológico. Se matiza la inevitabilidad de la no objetividad al sostener formas de neutralizarla. Por un lado, se puede evitar todo tipo de sesgo proveniente de las personas, grupos o instituciones que solicitan estudios, quienes buscan, en ocasiones, forzar la producción de información en un sentido específico. Para ello, el investigador debe colocar por delante la producción de información de calidad, haciendo “valer” su lugar de “experto” en el diseño del estudio, la proposición de la muestra o la elaboración del instrumento. La “competencia técnica” que posee lo vuelve capaz de evitar la emergencia de sesgos ideológicos que pudiesen afectar la calidad de un estudio. También se puede someter la producción de información ante códigos de ética, evitando distorsiones provenientes de la subjetividad o de otras fuentes.

*“Finalmente el investigador es quien puede o está capacitado para tomar las mejores decisiones técnicas respecto de la investigación, y no terceros”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Yo creo que donde se juega (la objetividad) es en la adopción de criterios éticos o códigos de ética que te permiten mantener ciertas posiciones y hacer ciertos tratamientos de la información”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

El vínculo sujeto/objeto es problemático y se reconoce la imposibilidad de la objetividad, en tanto los fenómenos sociales se constituyen al definirse, operacionalizarse, contextualizarse, analizarse y en las relaciones con los clientes. De allí la importancia de transparentar la propia posición frente al objeto.

*“Es clave, desde ahí tú miras, tú observas lo que estas investigando, de ahí tú defines hasta donde llega tu problema de investigación, el investigador es finalmente quien operacionaliza, el que define, el que acota el objeto de estudio, el que delimita el estudio, y él canaliza también en un contexto, es el que le pone contexto al análisis, el investigador finalmente es quien construye el objeto de estudio y es quien además*

*da a conocerlo o lo comunica a un cliente y, por lo tanto, es cliente también se va a construir una visión sobre el problema de investigación de acuerdo a lo que el investigador le traduzca, y le informe y le comunique, por lo tanto yo creo que es clave, y ahí uno tiene que ser súper honesto, súper transparente de cuál es tu postura de donde partes tú, de donde estas mirando, porque ese cuento de la objetividad... es una utopía”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

#### Distancia sujeto/objeto

En esta posición la distancia sujeto/objeto es absoluta y puede preservarse metodológicamente. Cualquier distorsión de la misma pasa por el proceso de producción del conocimiento, cuyo control es esencial si se desea mantener la objetividad.

Desde una perspectiva académica se reconoce la existencia de modelos o patrones que se desean medir, los cuales son universales de acuerdo a la teoría. El principio de la labor investigativa es saber cómo se manifiestan tales modelos a nivel poblacional. Para ello, la medición es clave y debe ejecutarse correctamente, siendo fundamental la calibración del instrumento para que registre en cada individuo exactamente el mismo rasgo o carácter. El objeto conceptual ya viene configurado, pero debe trasladarse de manera óptima al plano instrumental, tránsito implicado en su validación, con el fin de que todas las personas entiendan lo mismo por cada pregunta y todo el equipo tenga el mismo entendimiento de la noción estudiada.

*“Entonces, si me preguntas cuál es la relación de... no, tenemos conceptos, primero tenemos problemas, luego, cómo operacionalizamos ese problema, después buscamos conceptos: qué nos dice la literatura al respecto, vemos que consideramos más apropiado dentro de lo que la literatura ofrece, pescamos, validamos, limpiamos, ajustamos, vemos si funciona, si funciona vamos a la segunda fase y levantamos. Y testeamos la hipótesis en función del problema en sí”* (Entrevista 7, investigador académico).

Lo que se pretende medir está en la población, la “literatura” informa de ello y solo debe estructurarse adecuadamente el concepto y ajustarse el instrumento de medición en

función del mismo, validándolo en la población a estudiar. La distancia entre el investigador y el objeto estudiado es total, ya que bien desarrollado el proceso, se mide lo que efectivamente existe, el hecho mismo. A nivel de la investigación comercial, el proceso sigue, de alguna forma, el mismo sentido. La distancia sujeto/objeto se basa en que lo estudiado esta fuera del proceso de investigación, por lo que el investigador no influencia de ninguna forma su objeto. Por ende, está ahí afuera, esperando ser objetivado. Un proceso bien desarrollado, sería capaz de captar la realidad, ya sea académico o comercial.

Así, bajando a un nivel práctico lo ya señalado, se puede imputar que si los cuestionarios se hacen adecuadamente y el terreno se controla completamente en cuanto a su calidad, prácticamente no hay efectos sobre el objeto estudiado. Apenas se reconoce el deseo personal de conocer un fenómeno, pero no una vinculación epistemológica con él.

*“Todas las personas que hacen investigaciones de OP saben que hay un montón de factores que pueden, de alguna manera, incidir en las opiniones de los encuestados (...) el trabajo profesional justamente de las empresas consiste en diseñar mecanismos para asegurar de la mejor forma posible la calidad de la data y esto significa, porcentaje de supervisión muy alto sobre la data que recogen los encuestadores básicamente o yendo a terreno nuevamente a verificar que las encuestas han sido hechas, o simplemente mirando los datos”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“En este sentido la relación entre sujeto investigador y objeto investigado, el investigador y los investigados, es nada po, no existe, no hay mayor involucramiento, es solo el deseo de conocer”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada).

La distancia sujeto/objeto es absoluta y puede preservarse, al menos idealmente. No obstante, la emergencia de elementos distorsionantes es algo difícil de controlar cuando no depende de los investigadores. Por ejemplo, el terreno, donde participan agentes fuera de los investigadores, fuente de distorsión.

### *Síntesis de los fundamentos teórico-epistemológicos*

Se han reconocido 4 posiciones en torno a la cuestión ontológica y 2 con respecto a la cuestión epistemológica.

En lo fundamental, las definiciones de OP encuentran poca relación entre sí a nivel sustancial, reposando sus semejanzas en cuanto a su alcance y forma, lo cual ocurre incluso al interior de las mismas posiciones definidas.

La posición enmarcada institucionalmente en centros académicos que a la vez realizan labores de consultoría, problematiza el concepto de OP. Si bien no se da una definición, se proponen líneas respecto de los elementos teóricos que debiera considerar la misma. Una orientación sostiene la necesidad de desarrollar un concepto claro y auto-evidente (como una “fórmula matemática”), donde se reconozca al sujeto de la OP, mientras que la otra plantea que la noción debe definirse en relación a su formación, entendida como una dinámica estructurada sobre un plano individual y otro colectivo, con lo que se apela a un concepto complejo. La problematización de la OP y la necesidad de una definición sobre la misma para investigar, dan cuenta de una posición menos enmarcada en circuitos de producción académica legitimados, capaces de constreñir con sus principios lo que “deben” hacer los investigadores. No encarnan los principios ontológicos del campo académico (ni del campo en general), cuestionándolos.

La posición enmarcada en la investigación comercial sostiene dos modos de entender la OP, los cuales se vinculan de modo evidente. De un lado, la OP no se define y se propone que ello no constituye una traba para la práctica de investigación. Del otro, la OP se define de forma práctica (como las opiniones, creencias o pensamientos de las personas sobre algo o como un espectro poblacional específico), bastando para el emprendimiento de investigaciones sobre la misma. Resulta evidente que la OP indefinida y la OP definida de forma operativa constituyen una perspectiva articulada. En efecto, la indefinición de OP probablemente incluye esas definiciones prácticas, solo que no las reconoce explícitamente como tales, trasladándolas al proceso metodológico y no al preámbulo teórico. Antes se perfiló la diferenciación sobre el reconocimiento de algo parecido a una definición en los discursos más que en relación al contenido de los mismos.

Por último, la posición plenamente académica fundamenta una noción teórica de OP, sin problematizarla, dado que es operativa y funcional a la investigación. Se deslizan dos ejes de definición: en un caso, se recurre a la idea de actitud sobre la de OP, dado que es un constructo medible y estable, además de estructurante de las opiniones y conductas de las personas. En el otro, se asume que la OP es un agregado de opiniones (definición minimalista). Ambas líneas de definición encuentran correlato en la historia teórica del concepto de OP, no siendo puramente prácticas u operativas. Igualmente, se sostiene que falta profundizar en ciertos aspectos del fenómeno, siendo necesario generar una noción más emergente y dialógica de OP, carencia que no constituye una barrera importante para la investigación académica, sobre todo porque no pone en entredicho el carácter esencial de la definición. El trasfondo de esta noción se encuentra en el espacio internacional de investigaciones científicas sobre la OP (al cual pertenece la posición). Cualquier empeño investigativo de carácter científico no podría fundarse en el vacío teórico, ya que se debe tener claridad de aquello que estudia, sin importar la complejidad.

Epistemológicamente hay un quiebre interesante que vale la pena referir. La posición que mantiene la OP en la indefinición, pero la problematiza (entre la academia y la consultoría), sostiene que el objeto OP no presume *a priori* una relación con el investigador, estando aquella en la perspectiva de este último. Sobre esa base, se particularizan las perspectivas al respecto: por una parte, se sostiene la investigación como una forma de generar conocimiento útil y en permanente cuestionamiento; y desde otra, se plantea la construcción de conocimiento sobre la OP en base al paradigma empírico dominante, el cual impone una distancia objeto/sujeto absoluta y que debe preservarse metodológicamente, aunque ello no niega la actualización de otras posturas con respecto al objeto (se relativiza la distancia asumiendo la posibilidad de otras perspectivas sobre el objeto, en tanto se construye).

En consecuencia, esta perspectiva asume no poseer un concepto de OP claro, lo cual constituye un problema que el campo debe resolver. La relación sujeto/objeto no supone una sola perspectiva, en tanto la misma depende del investigador y su enfoque, con lo que la objetividad se relativiza. La coherencia teórico-epistemológica se mantiene.

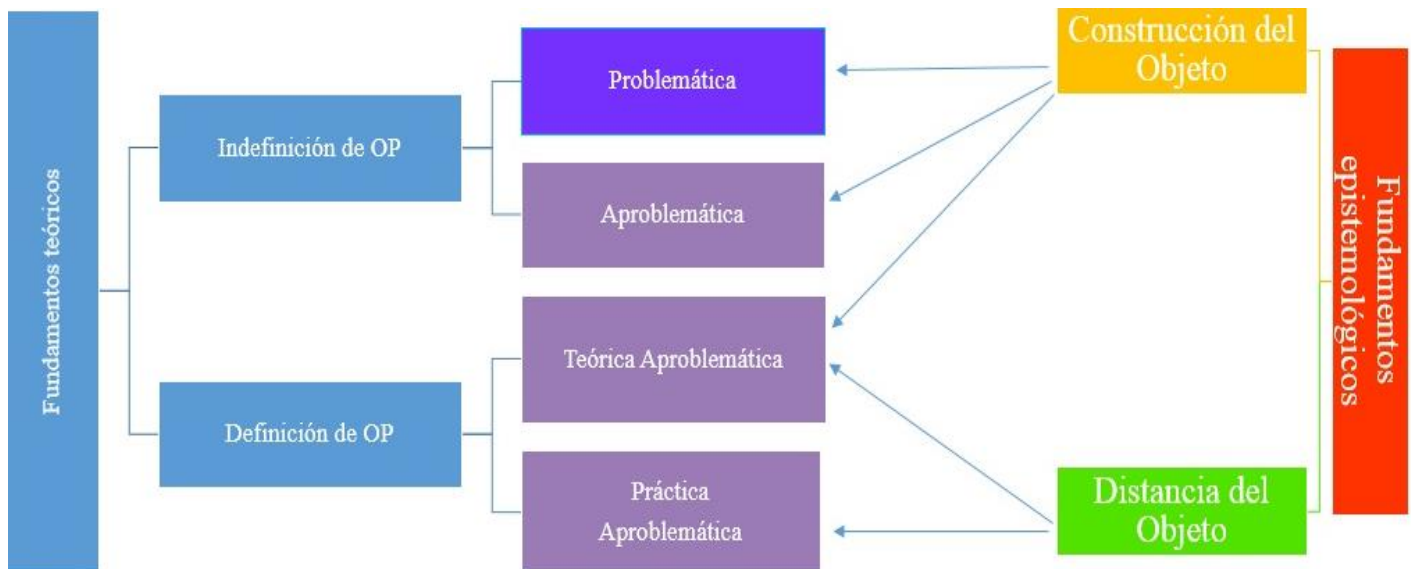
Sin embargo, en el espacio comercial y en el espacio académico se producen entrecruzamientos entre las posturas epistemológicas, con lo que las definiciones de OP reconocidas no se cuadran con aquéllas.

En una perspectiva, se mantiene la compenetración investigador/objeto ya detectada en la posición recién referida (académico/comercial). La objetividad resulta algo imposible, aunque puede cautelarse cierto grado de la misma mediante controles metodológicos, ya sea a partir de marcos normativos o de la competencia técnica de los investigadores. La OP es un artificio construido, pero se puede preservar metodológicamente una visión verosímil de la representación elaborada.

En la otra perspectiva, lo que se estudia es medible y está en la realidad. El instrumento de producción de información es un “termómetro” que recoge lo que se investiga. Para ello, no obstante, se debe armar un dispositivo teórica y metodológicamente bien fundamentado, capacitado de afrontar la realidad. Las posibles distorsiones en la relación investigador/objeto dependen de asuntos técnicos asociados al terreno (proceso de realizar encuestas, no supervisarlos, no “validar” los datos) o a la mala realización de ciertas prácticas investigativas (construir mal el cuestionario, por ejemplo), que de resolverse liberan al objeto del influjo del observador (aunque es complejo resolver todo, pues el control tiene sus límites). Apenas se reconoce el deseo de conocer algo, una orientación personal hacia ciertos temas.

El no encuadre entre lo epistemológico y lo teórico supone un problema. Sin embargo, aún no se puede solucionar. Por ahora, manténgase solo la posición académico/comercial como articulada en relación a lo epistemológico y lo teórico. En las posiciones comercial y académica déjese en suspensión el quiebre entre lo teórico y lo epistemológico.

## Esquema resumen de las posiciones en relación a los fundamentos teórico-epistemológicos





### ***Fundamentos metodológicos***

Lo metodológico se organiza sobre dos sub-categorías: acercamiento metodológico y tipo de conocimiento producido.

#### *Acercamiento metodológico*

Las perspectivas sostenidas se distinguen de acuerdo a la valoración diferenciada que otorgan a las perspectivas metodológicas institucionalizadas para realizar estudios en el campo de la OP. Se trata, por ende, de una re-actualización del debate entre perspectivas cualitativas y cuantitativas, el cual se zanja según el uso que los investigadores proyecten para las investigaciones que realizan.

#### Equilibrio entre lo cuantitativo y lo cualitativo

El rasgo más importante de esta posición es que el uso de determinadas estrategias metodológicas se define según su pertinencia para responder los requerimientos de los clientes o las preguntas de investigación propuestas. Por tanto, la diferenciación entre lo cualitativo y lo cuantitativo no se estructura según la calidad intrínseca de cada acercamiento metodológico, sino que en torno al ámbito de la realidad social que se aborda. La OP pierde especificidad metodológica como objeto, estando cruzada por la temática particular que se estudie en cada investigación singular. Sin embargo, igualmente se reconoce la mayor legitimidad que recibe lo cuantitativo en el campo como modo de estudiar la OP.

*“Mira, nosotros, en general, depende mucho (la metodología) de la naturaleza de lo que se quiere (...). En general, dependiendo de la naturaleza de los requerimientos que hace el mismo estudio o cuando se están haciendo consultorías, lo que quiere los sujetos que hacen su encuesta”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Aquí no es una banderización en términos de técnicas, de técnicas o de metodologías, un piso más arriba, ehh, es una decisión respecto de que es lo más factible o más viable y la mejor forma de enfrentar una determinada pregunta de investigación”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“No, los clientes te contratan porque se supone que uno es el experto que tiene que proponer cual es la metodología más idónea”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

La posición sostiene el uso de una serie de técnicas de producción de información: grupos focales, entrevistas en profundidad, encuestas, etnografías, etcétera. La técnica a usar depende de la naturaleza del estudio o de la solicitud del mandante. De hecho, la triangulación metodológica es una forma valorada en la posición con el objeto de responder de forma más integra el requerimiento de los clientes o de resolver determinadas preguntas de investigación.

*“Y, por lo tanto, nosotros triangulamos metodologías, cualitativas, cuantitativas, dependiendo de lo que se necesite”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Bueno, la verdad es que de todo, en términos metodológicos, cuali, cuanti y/o idealmente combinado y mixto. O sea, lo ideal cuando tú haces estudios de opinión es combinar las metodologías”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

El hecho de adaptar el nivel metodológico a la especificidad de las preguntas, ya sea que provengan de requerimientos particulares o de esfuerzos académicos, implica el reconocimiento de lo cualitativo y lo cuantitativo como lógicas que se adecúan no solo a dimensiones distintas de los fenómenos sociales estudiados, sino que con respecto a la cantidad de conocimiento que se tiene de los mismos. Así, la investigación cualitativa permite delimitar los fenómenos, en tanto produce información sobre los sentidos que definen ciertos temas en determinados ámbitos sociales, mientras que la investigación cuantitativa está mejor capacitada para reconocer parámetros a gran escala. Sin embargo, ello no implica una valoración de lo cuantitativo por sobre lo cualitativo, sino que su distinción de acuerdo a la condición que posee el objeto estudiado. En definitiva, es otra manera de adecuar el ámbito metodológico de las investigaciones a las características del objeto en estudio.

*“Usualmente cuando tú estás buscando algún tipo de información relevante y donde no existe ningún preconcepto sobre el objeto de estudio, a veces ocupas técnicas proyectivas (cualitativas)”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“Yo creo que los métodos cualitativos son súper útiles para registrar, cuando uno conoce poco de un tema es mucho mejor empezar por estudios cualitativos para ver bien como la gente los nombre, como desarrollan las ideas, que significados les dan a determinadas palabras, conceptos (...). Pero cuando tienes que llegar a... ya a registrar o medir parámetros poblacionales, los estudios cuantitativos no hay quien los reemplace, si están bien hechos” (Entrevista 5, investigador de consultora privada).*

La investigación se concibe como una práctica que debe configurarse en referencia al objeto y no sobre la base de un principio definido de antemano. Sin embargo, dicha adaptación metodológica no se fundamenta en la caracterización del objeto como cruzado por dimensiones propias de lo cuantitativo o lo cualitativo, sino que en referencia al tema del cual se busca establecer la OP.

Con todo, la posición específica no encuentra asidero absoluto en el campo, ya que en el mismo se otorga una mayor legitimidad a la encuesta como técnica de producción de información y, en consecuencia, al número como producto de las investigaciones.

*“A la gente le gustan mucho los números y da una sensación de robustez y de solidez que muchas veces a lo cuali no se le asigna, cuestión que a mi parecer no es que sea lo correcto, pero así ocurre, que la gente piensa que a encuesta es mucho mejor” (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).*

*“Aquí hay un tema también de la primacía de lo cuantitativo desde DIPRES (...), y DIPRES tiene por política la aceptación solamente de indicadores de orden cuantitativos” (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).*

*“Para algunos clientes el dato numérico es mucho más fuerte que el dato, digamos, subjetivo que puede darte el grupo de focus (...). A los clientes les cuesta entender el tema de cuan representativa son las opiniones cuando se genera data cualitativa” (Entrevista 4, investigador de consultora privada).*

## Primacía cuantitativa

La posición inserta en el espacio académico sostiene que la metodología cuantitativa constituye el acercamiento metodológico ideal respecto de la OP. Es el paradigma dominante en el mundo académico en torno a la misma. Ello supone un proceso de auto-selección, donde solo los investigadores dispuestos a adoptar dicho paradigma, se inscriben.

El carácter cuantitativo del conocimiento permite la traducción de las investigaciones en el campo. El número es un lenguaje universal, de modo que puede fundar un frente científico de investigaciones donde todos se entiendan en base a los mismos elementos significativos. De hecho, la red en la que aquél se expresa se ubica a nivel internacional, articulando los esfuerzos de investigación en torno a una línea que constriñe y obliga.

*“Cuando tú trabajas con diseños o con modelos operacionales (cuantitativos), al menos asumes cuál es tu limitación, la limitación de tu investigación (...); entonces, al menos tienes tus conceptos definidos y eso es lo que permite dialogar con gente de otro lado, nuestro aporte es que la investigación sea internacional”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“El instrumento que te permite el modelamiento estadístico es el cuestionario estructurado (...), te puedes permitir regresión, y cosas por el estilo, análisis multivariado y todo eso también es muy común... de los dos ítems que te mencione, claro, todos los artículos tienen... análisis de punto multivariado”* (Entrevista 8, investigador académico).

*“Bueno, el mundo de la OP como rama disciplinar que tiene sus ítems, no es cierto, un poco de Public Opinion Quarterly, (...). Es un campo súper cuantitativo, o sea, está súper consolidado el dominio del mundo cuantitativo”* (Entrevista 8, investigador académico).

Lo cualitativo se reduce a la preparación, mejoramiento y ajuste de los instrumentos de investigación, pero no al estudio específico de los fenómenos sociales. Dicha estrategia aparece como un acercamiento metodológico capacitado de comprender la especificidad de un fenómeno, pero no su condición universal. La profundidad del dato cualitativo no puede abstraerse de las condiciones socio-históricas a partir de las cuales se produce, quedando

atado a ellas. En cambio, el dato cuantitativo paga su superficialidad siendo generalizable, universalizable.

*“Sí. Hacemos cuali... solo en caso de que necesitemos el desarrollo de un ajuste de instrumentos, principalmente nosotros trabajamos con variaciones de instrumentos extranjeros (...), pero no es el corte de lo que hacemos”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“Hay cosas que son bien valiosas cualitativas, pero son muy esporádicas, que logran tener acceso a publicaciones como de las revistas especializadas de más alto impacto y cosas así, generalmente uno ve re-poco, entonces, el dominio a nivel, en términos como de medición, está muy fuerte la encuesta”* (Entrevista 8, investigador académico).

Otro acercamiento metodológico que validan los entrevistados son los diseños experimentales. Es un diseño específico de investigación que articula esfuerzos recientes en el campo de la OP y que parece fundar el futuro de las investigaciones académicas. De hecho, su funcionamiento ya se reconoce en el estudio de los efectos que los cuestionarios tienen en los entrevistados (línea abierta y complementaria al uso de la encuesta), ya sea a nivel de su estructura o de la información contenida en los mismos. Se montan micro-laboratorios experimentales, donde parte de la población recibe un estímulo y la otra no, siendo el objetivo establecer el efecto de los cuestionarios en relación a sus características diferenciales. Con todo, sigue siendo un tipo de diseño que se funda en la medición de los efectos, única forma de determinar si las diferencias se deben a la implicancia de las variables consideradas.

*“Y ahora mi tercera pata es un centro que acabamos de crear con Oxford donde nosotros hacemos estudios experimentales en ciencias sociales (...). De hecho, el corte más duro, ahora lo vamos a ver desde las encuestas hacia experimentos por sobre las encuestas”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“Lo que te diría, también está muy en boga, diseños experimentales”* (Entrevista 8, investigador académico).

En consecuencia, lo cuantitativo sigue siendo el eje gravitante del campo, ya que los nuevos desarrollos en el mismo pasan por el uso de técnicas que imponen la objetivación numérica. Antes se usaban solo las entrevistas cara a cara o telefónicas, mientras que hoy se realizan encuestas vía web, más allá de sus sesgos (no logran llegar a la población sin acceso a internet o a la población sin las suficientes “habilidades” tecnológicas para contestarlas, como también pueden resultar aburridas y ser dejadas de lado por la muestra considerada). También se abren líneas interdisciplinarias en el campo, vinculando la comunicología con el estudio tradicional de la OP.

*“Pero, también se están abriendo nuevas vetas, todo el mundo de la OP como área/disciplina, área temática, estudio; es bien interdisciplinario, tienes harta sociología, ciencia política, también tiene esta gente de las comunicaciones, de las facultades de comunicaciones, como periodistas que aprenden estadística, básicamente (...). Y a ellos también les interesa mucho el tema como análisis de contenido de los diarios, no es cierto, análisis de contenido de los medios”*  
(Entrevista 8, investigador académico).

El futuro y el pasado del campo se asocian a la lógica de la investigación cuantitativa. El número es un lenguaje universal y el campo puede ser realmente científico en tanto opere fundamentándose en él.

Punto intermedio: supremacía de lo cuantitativo sin valoración

Esta posición, enmarcada en un centro académico y en actividades de consultoría a la vez, también reconoce en su quehacer una preeminencia de lo cuantitativo, pero no argumenta que sea la única forma de hacer investigación en el ámbito de la OP o que sea la forma correcta de hacerla, sino solo que constituye el paradigma dominante desde el que se hacen estudios en el centro donde se desempeña. Lo cualitativo entra solo como complemento, ya sea a nivel exploratorio (exploración de temáticas poco estudiadas) o heurístico (dar sentido a ciertos datos). El espacio institucional donde se inscribe enfatiza la medición, no así las significaciones culturales o discursivas en flujo. Por ende, el enmarcarse en dicho contexto específico de investigación determina el uso de cierta orientación

metodológica, aunque sin valorarla más que otra. En consecuencia, su separación de la posición que sostiene la adecuación metodológica a la pregunta de investigación o solicitud de los clientes es una situación propia de la práctica de investigación sostenida en una determinada institucionalidad antes que una concepción sobre el modo de estudiar determinados fenómenos sociales.

Por ende, lo cuantitativo (incluso positivista, según se define en la posición) y la representatividad constituyen los ejes metodológicos a tener en consideración. Se trata de una posición que valora los desarrollos académicos sobre la labor en consultoría (ambas encarnadas en el mismo). Se prefiere el muestreo probabilístico, dada su fundamentación estadística y a pesar de su mayor costo, por sobre muestreos por cuotas. También, se busca profundizar en los datos, cuestión difícil de hacer frente a clientes cuyo único interés es producir información rápida y acotada a sus intereses.

En consecuencia, lo cuantitativo es el eje de la práctica, pero por imposición institucional. Al ser así, no se valora por sobre lo cualitativo. De hecho, se sostiene que para desarrollos teóricos de mayor nivel en cuanto al concepto de OP, sería necesario el uso de procedimientos metodológicos cualitativos.

#### *Tipo de conocimiento producido: la pregunta por la calidad*

El tipo de conocimiento supone el carácter del conocimiento que se genera desde cada práctica de investigación. No obstante, una cuestión que parece más propia de lo epistemológico o de lo teórico se precisa en lo metodológico, ya que la pregunta por el tipo de conocimiento desplaza los sentidos hacia la justificación de la calidad del conocimiento producido.

#### Normatividad teórica, metodológica y ética como eje en la producción de conocimiento de calidad

La primera posición re-construida es crítica respecto del conocimiento producido en el campo de la OP. Emerge contextualmente del espacio institucional ubicado entre la

academia y la consultoría. Se acusa la necesidad de normar el campo en relación a tres ejes: metodológico, ético y teórico. Tales nudos se encuentran relacionados, dado que un concepto de OP que incorpore reflexión y trabajo teórico abre la posibilidad de una definición clara y delimitable a nivel metodológico, lo cual permite su estudio “ético”, evitando la manipulación o el condicionamiento.

Si se articulan los planos que se deben normar, lo teórico se ubica a un mayor de nivel de abstracción e importancia, permitiendo la emergencia de los otros dos niveles (metodológico y ético).

*“Se quedan en el plano técnico, pero yo estoy hablando que ese plano técnico tiene un plano ético que todavía no es abordado y que solo es abordado por aquellos que efectivamente tienen en su cabeza ‘aquí hay una cuestión ética que es importante’”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Si nosotros tuviéramos una definición mucho más clara, probablemente menos ambiciosa en algunos aspectos, digamos, pero que sea más precisa (...), podríamos vislumbrar los alcances respecto a lo que podemos sacar de ahí y con ello pensar también las metodologías, los instrumentos que nosotros estamos usando para bordarlo, hoy día nosotros la abordamos según lo que nosotros tenemos a mano, pero eso, digamos, como no está institucionalizado, como es algo así como claro, digamos, bueno entonces es súper maleable, súper maleable”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

Sin embargo, prácticamente no se desarrollan investigaciones sobre la OP que permitan avanzar en su definición o en aclarar aspectos relacionados a la misma. De hecho, aun cuando se cumplan los estándares de científicidad propuestos por el paradigma dominante, esto es, muestreo, pilotaje de instrumentos, control de calidad en la aplicación de las técnicas de producción de información, conformación de las bases de datos y otras supervisiones fundamentales, el aspecto crítico sigue siendo la inexistencia de un trabajo referido a marcos teórico-interpretativos sobre la OP en sí, ya que solo se estudian temáticas específicas referidas a la misma o, dicho de otra manera, corrientes de opinión parciales sobre diversos temas (política, mercado, etcétera).



Así, se cuestiona la científicidad del conocimiento producido en el campo, dado que no supone ningún avance teórico y, por lo tanto, no responde necesariamente ante las normas de científicidad absolutas que se sancionan comunitariamente. De cumplirse algún principio de científicidad, pasa por el desarrollo de estudios empíricos en regla.

*“Lo científico tiene que ver con una experticia o una forma de hacer, una forma de construir conocimiento. Ehh... y eso está mediado por una metodología, esta mediado por ciertas características, pero además ese conocimiento científico es validado solamente por los científicos”* (Entrevista 1, investigador académico-comercial).

*“Porque en términos metodológicos, desde nuestro paradigma, las normas son científicas, pero desde nuestro paradigma, siempre uno, desde donde está situado, o sea... pero adolecen de teoría, que es lo que yo te decía, no tienen una reflexión teórica como potente, algunas veces en términos temáticos lo tienen, o sea, pero en términos de objeto de OP no la tienen (...)”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

Sin embargo, el campo de la OP ni siquiera ha podido ser normado en torno al paradigma dominante (empirista y de poco desarrollo teórico). Ello se refleja en que no se transparenta la información metodológica de los estudios que se llevan a cabo, criterio principal para evaluar la calidad de una investigación empírica sobre la OP. Ni siquiera los estudios de buena calidad (como pueden ser los de la Universidad Diego Portales, los de LAPOP en el Instituto de Ciencia Política de la Universidad Católica, los de la FLACO en la década de los 90’, o los del CEP) han logrado instaurar normas éticas y técnicas referidas a la adecuada producción de información sobre la OP.

Por tanto, el rasgo de una distinción específica entre el campo académico y el campo comercial de la OP se centra en especular que el primero tendría mayor voluntad de ser normado según ciertos principios de producción de información, mientras que el segundo no, en tanto se encuentra “cortado” por intereses definidos por la competencia en el mercado, que no necesariamente se corresponde con formas estrictas de producir conocimiento. Así,

la academia produce un conocimiento que al menos se adecúa a los criterios de producción dominantes. El mundo comercial ni siquiera eso ha podido hacer.

*“En Chile creo que ni siquiera existe una conciencia de que hay dos campos distintos y sujetos a reglas de construcción social distintas, ya. Con reglas éticas distintas, ni siquiera... yo creo que no estamos ni siquiera en este ámbito. Y, por lo tanto, no hay transparencia de métodos, no hay observancia de las reglas éticas, y todo pasa a los outlets de medios de comunicación, etcétera., como si fueran del mismo nivel y tipo, o sea, no hay declaración de quien te está financiando, no hay descripción explícita y pormenorizada del tipo de instrumento, de las reglas metodológicas con que lo hiciste, de las formas... o sea, no hay posibilidad alguna de replicar el estudio (...) No te dicen cuáles son las técnicas que permitieron comprobar o que permitirían comprobar la calidad de los datos obtenidos, etcétera, etcétera., desde las encuestas telefónicas no te dicen de donde están sacando la base de datos, si esa base de datos... como se aseguran que se aproxime o se distancie de la población”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

El discurso configurado en relación a esta posición reconoce que la práctica de investigación propia encarna la crítica, dado que también necesita acoplarse a los principios normativos anunciados. Se puede cumplir la norma metodológica y la ética, pero la teórica aún esta descubierta, en tanto exige un esfuerzo de mayor magnitud, institucional y estructurante del campo en sí.

El factor técnico como eje en la construcción de conocimiento de calidad

La posición discursiva estructurada desde el espacio institucional de las consultoras privadas sostiene que la calidad del conocimiento producido sobre la OP depende de factores eminentemente técnicos. Bajo tal idea se enmarcan los procesos de control de la calidad de la información generada y la definición de parámetros de producción de la misma en torno a lógicas legitimadas en el campo. Así, la sistematicidad y rigurosidad de los estudios pasan por el diseño de la investigación, el control del terreno y el análisis de la información producida.

*“Yo creo que la encuesta de opinión es muy relevante, por eso es que la responsabilidad es máxima, en términos de su levantamiento, de su análisis, de la transparencia de la entrega de resultados”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

Un ámbito referido particularmente al diseño remite a la definición de un marco de referencia en torno al tema estudiado en conjunto al cliente/mandante o predefinido por él (con mayor conocimiento del objeto), el cual permite dar una respuesta metodológica fundada en todos los niveles implicados, pasando por el muestreo, las técnicas de producción de información, el instrumento y sus componentes (variables o dimensiones, según su carácter cuantitativo o cualitativo, respectivamente), el tipo de análisis, entre otros elementos. Es una cadena de procesos cuyo control estricto permite producir conocimiento de elevada calidad técnico-metodológica.

*“Pero cuando tú empiezas algo desde cero, lógicamente tienes que documentarte, tienes que saber del tema, tienes que aclarar, a lo mejor no escribes un marco teórico... no necesariamente escribes un marco teórico, pero sí te documentas y revisas material y al menos tienes un par de reuniones con tu cliente, para que tu cliente también clarifique contigo cuales son las dimensiones del tema de investigación, finalmente tu cliente es quien más sabe del cuento, clarifiquen y que puedan clarificar en conjunto cuales son las dimensiones, cuales son las variables relevantes, a que se le va a dar prioridad”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Pero normalmente nos encontramos con definiciones y teorizaciones preestablecidas, entonces nosotros tenemos algún grado, algunos grados de libertad en términos de las operacionalizaciones de los conceptos”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Ahora, es una preocupación constante, trabajar los diferentes ámbitos de la validez de la medición (...). Yo te diría, hoy en día la calidad metodológica de la investigación que se está produciendo en este lugar en particular, es muy buena, muy, muy buena; porque hay una cantidad de control (...), en términos de la*

*verificación, de la producción de la información de un ámbito a otro, o sea, tenemos un ámbito de levantamiento, una unidad de revisión, de supervisión, de validación de la base de datos”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

En cuanto al tipo de encuesta, se sostiene que cada cual posee sus respectivos sesgos (telefónica, presencial o vía internet). Por ello, debe seleccionarse cuidadosamente el formato de encuesta que se utilizará según la población que se estudiará o el objeto de investigación.

La posición especifica el uso técnico que debe darse a cada tipo de encuesta. Las encuestas presenciales funcionan mejor para estudios amplios, en tanto que las telefónicas son adecuadas para estudios pequeños. Las encuestas a teléfonos fijos poseen el sesgo de no considerar jóvenes ni estratos sociales bajos. Por ende, cada tipo de encuesta se acopla mejor a cierta población en estudio, dados los sesgos que implican. Sin embargo, es un tópico común en el campo sostener que la encuesta presencial es más rigurosa, dada su conexión directa con el entrevistado.

Respecto al muestreo, mientras más valor monetario implica, mayor su científicidad. Ello se debe a que un muestreo realmente científico implica, por ejemplo, no reemplazar a quien sale seleccionado aleatoriamente, lo cual supone trabajos de campo de mayor extensión temporal.

*“Un tema súper importante es el tema del muestreo, ehh... y si tú no muestreas bien los datos, los datos, la información es de menor calidad”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada).

En cuanto a la construcción del cuestionario, también se reconoce su centralidad en la generación de conocimiento de calidad.

*“Si tú haces un mal instrumento, todo lo que venga después no te sirve de nada. O sea, tener un excelente terreno, una capacidad de análisis maravillosa, unos súper informes, pero si el instrumento está mal hecho, si las preguntas están mal planeadas, si hay temas que eran claves y no los preguntaste, después no hay nada que hacer”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“El mismo diseño del cuestionario también es esencial, o sea, hay cuestionarios que son diseñados con una especie de meta lenguaje sociológico que nadie entiende ah, o cuestionarios que siendo... estando bien elaborados en lo formal, son de una extensión tal, digamos, que a la mitad se te ha fugado la mitad de la muestra o que dejan de responder”* (Entrevista 4, investigadora de consultora privada).

Otro elemento que la posición refiere como sustento de la calidad de la información producida está en el trabajo de campo. En relación al mismo cumple un papel esencial el lugar de los encuestadores en el proceso, en razón de lo cual se deben generar mecanismos para controlar su labor. Es esencial poseer una desconfianza permanente en torno al terreno, ya que los encuestadores habitualmente buscarán ahorrarse trabajo sacrificando la calidad de la información. Previo al terreno, igualmente se pueden controlar ciertas variables, como pagar razonablemente por las encuestas aplicadas o elegir a encuestadores cuyo trabajo habitual sea ese, en tanto su prestigio depende de ello. Los controles posteriores se relacionan con supervisar la realización del terreno, ir nuevamente al mismo y verificar los datos producidos.

*“Porque finalmente tienes un súper buen instrumento, pero el terreno no te está dando ninguna calidad, ninguna certeza de que esa información es confiable. Todo tiene que ser perfecto, todo tiene que cuadrar bien”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Se describe el trabajo de supervisión de las encuestas como, entre comillas, la desconfianza organizada, porque tú no puedes suponer, porque tú no puedes suponer, digamos, que toda la cadena de producción de un estudio de OP está fundada sobre la, entre comillas, la honestidad de las personas que recogen la data, o sea, siempre va a haber alguien que va a querer pasarse de listo y pasarte una encuesta trucha entre medio (...) entonces es una técnica, una metodología que tiene un nivel de incertidumbre alto cuando no puedes asegurar bien la calidad de los equipos”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“La calidad del instrumento y la calidad de los encuestadores son fundamentales, ahí se juega por lo menos el 50-60% de la confiabilidad de los datos”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

Por cierto, la digitación y el análisis también pueden implicar errores, pero son ámbitos de mayor control, dado que basta con revisar la base de datos y contar con analistas de cierta experticia. En consecuencia, también entra como factor en la calidad del conocimiento la capacidad técnica del equipo que lleva a cabo los estudios.

Como ha quedado planteado, el control de la calidad de la información producida a nivel metodológico es permanente y en diversos ámbitos: levantamiento, revisión, supervisión y verificación de las bases de datos. Sin embargo, ello se deslinda en dos orientaciones: por un lado, si la consultora es grande, posee una gran “cadena de producción de encuestas”, disponiendo del personal y la capacidad institucional para ejecutar los controles técnicos referidos; por otro, si se trata de una consultora pequeña, se responde de manera específica a los requerimientos de los clientes.

*“Como somos una consultora pequeña podemos darnos ese lujo de tener equipos que transiten de lo cuali a lo cuanti, y que tengamos esa mirada estratégica de cada una de las investigaciones”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“La cadena de producción es increíble y una máquina sorprendente (...). Somos pocas las empresas (consultoras) grandes en este país”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

Por otra parte, el conocimiento de “mala calidad” solo entrega información respecto de lo que cree o piensa la gente, siendo fundamentalmente producido por estudios pequeños de tipo telefónico y que aparecen periódicamente en ciertos medios de comunicación, aunque a la vez se asume que su objetivo es otro y, en razón de ello, se justifica de alguna forma su realización. De hecho, el carácter técnico de la investigación en consultoría encuentra un buen ejemplo en los estudios pequeños mediante muestras telefónicas, en tanto solo importa producir cierta información, controlando ciertas variables técnicas y asumiendo su potencialidad.

Una preocupación tildada como “académica” en esta posición supone vigilar las condiciones de divulgación y producción de los estudios. Ello trasunta en colaboraciones permanentes con entidades de tipo académico. En ocasiones hay problemas a nivel de divulgación, lo cual redundo en que “terceros” (las contrapartes) entregan información “mala” o parcial. Por ende, la entrega de los resultados o la presentación de los mismos también es un ámbito a tener en consideración en las investigaciones.

Es importante que el mundo académico trabaje el tema de la OP. Sin embargo, el hecho de carecer de recursos temporales, financieros y experiencia institucional supone que difícilmente pueden producir conocimiento sobre la OP que sea de calidad, más allá de algunos esfuerzos parciales. Ello parece relacionarse a que no constituye el giro de las entidades académicas hacer estudios de OP, por lo que los contratan. No obstante, la posición sostenida en la consultoría sostiene que la academia impone requisitos técnicos de mayor complejidad ante los estudios que solicitan.

*“Tener una maquina armadita y precisa de levantamiento de información, como la que pueden tener ciertas empresas, no es una pega sencilla. Requiere dedicación y financiamiento, y es algo que no está disponible, en términos de los centros académicos”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Las universidades y centros de estudio, no es su giro hacer investigación de opinión, entonces, por lo tanto, no lo hacen, aunque hay universidades como la Católica, como el Micro Datos, cuyo giro de esos institutos es dedicarse a hacer encuestas, ahí ya es diferente, pero no es que estén haciendo investigación para ellos, ellos son proveedores de investigación”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

Un modo de controlar la calidad de los estudios realizados pasa por suscribir las normas de espacios comunitarios que sancionen la producción de conocimiento según ciertas directrices. Aparecen como una instancia legítima y comunitaria de controlar la producción de conocimiento en el campo.

Por una parte, están los congresos o seminarios sobre OP, cuyas reflexiones no necesariamente suponen una mejora técnica del conocimiento producido, dado que no trascienden hacia la práctica de investigación.

*“Yo creo que hay un punto intermedio, yo creo que en general que al menos existan los espacios para debatir y para intercambiar opiniones, y también para ser críticos de lo que uno mismo está haciendo, de reflexionar un poco, yo creo que se contribuye a por lo menos tener una retroalimentación, en general un espacio de reflexión del propio trabajo, pero de ahí a que eso se traduzca en que se mejoren los estándares de calidad en la industria, yo no creo”* (Entrevistada 2, investigadora de consultora privada).

Por otra, la posición reconoce una forma de controlar la calidad del conocimiento producido mediante la suscripción al código ético de la AIM (Asociación de Investigadores de Mercado).

*“Trabajamos con el código de ética de la Asociación de Investigadores de Mercado, y que es súper claro en términos de lo que es posible, de lo que no es posible, del tratamiento de información, de lo que puedes entregar”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Hoy día está la Asociación de Investigadores de Mercado, que es una instancia que reúne a 18, 20 empresas de estudios de OP, donde, de alguna manera, lo que se trata de tener como estándares, estándares comunes para... algunos consensos básicos sobre como aproximarse a la investigación”* (Entrevista 4, investigadora de consultora privada).

Como se ha visto, la posición sostiene el desarrollo de conocimiento de calidad en base al manejo de la totalidad de variables técnico-metodológicas ya anunciadas, pero ello no implica que se trate de conocimiento científico. Existe ambivalencia al respecto y se deslizan diferentes perspectivas. Sin embargo, no es constituyente del conocimiento que sea o no científico, cuestión sobre la cual no hay una visión sancionada. Lo importante es que se produzca conocimiento que sea de elevada calidad, que se ejecute el control ya referido.

*“Completamente, lo que nosotros hacemos son estudios bien hechos y, como te digo, cumpliendo con rigurosidad e excelencia en cada una de sus etapas, de principio a fin, o sea, desde la primera reunión para saber cuáles son las inquietudes o problemas que tiene se cliente o revisión de términos de referencias, si es que es una*



*licitación pública, hasta las últimas presentaciones que tú hagas en una investigación y, en ese sentido, yo creo que sí, son estudios bien hechos”* (Entrevista 2, investigadora de consultoría privada).

*“Yo tengo mi duda si es que se produce información científica dentro de la academia (de ser así, con menor razón el conocimiento es científico en la consultoría)”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“¿Qué significa carácter científico?, que tenga un diseño cuasi experimental la muestra o que tú asegures el proceso de selección al azar de una manera lo más rigurosa posible, porque donde reside lo científico, es una cuestión un poquito ambigua”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“Hay que diferenciar los conceptos de datos y de conocimiento, que no es lo mismo. O sea, los estudios estos (los de OP) producen datos, producen información, el conocimiento tiene que ver de la relación de los conceptos con la información, como tú lees la información”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada).

Un último elemento que limita la investigación es el presupuesto de los mandantes. Al contar con una mayor cantidad de recursos financieros, la investigación puede ejecutar controles más estrictos de la totalidad de los factores técnicos considerados, ya sea que se ubiquen a nivel del diseño de la investigación o de la producción de la información.

*“Entonces nosotros, a diferencia de ese modelo de negocios, lo que tratamos siempre de combinar metodologías en la medida que los recursos del cliente lo hagan posible”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Los mandantes tienen normalmente un presupuesto y un tiempo acotado para obtener ciertas propuestas, tú tienes que también... que tomar una decisión, en términos de cuál es la mejor estrategia metodológica, dada las condiciones de investigación”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Ahora, como te digo, siempre hay un ejercicio de realidad que tiene que ver con ajustarse a los presupuestos disponibles”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

## Transparencia metodológica cuantitativa como eje constitutivo de conocimiento científico de calidad

Una posición discursiva que emerge del espacio institucional académico sostiene que el conocimiento producido sobre la OP es científico. Tal condición deriva de su participación en marcos académicos internacionales. La lógica cuantitativa permite transparentar cada paso del proceso y esgrimir su defensa: se puede justificar cada decisión tomada en el proceso de investigación, produciendo información robusta y transparentando los cálculos, estimadores y estadísticos usados. El procedimiento correcto es definir y operacionalizar con asertividad los conceptos, contribuyendo al debate académico en referencia a un tema, develando, verificando o refutando hipótesis en base a la producción de nueva evidencia. Se trata de ofrecer las investigaciones al escrutinio académico, permitiendo su eventual replicabilidad y difusión en revistas científicas especializadas. El circuito académico es normativo en torno al conocimiento que se produce, cuyo carácter cuantitativo permite cautelar la transparencia metodológica necesaria para inscribirse en el debate propiamente científico.

*“Entonces, para nosotros, ciencia es como una conversación larga, pero con números. En este caso, siempre testeando hipótesis en el mundo real”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“A mí no me conflictúa tanto la noción de ciencia, porque para mí la ciencia es una conversación permanente entre especialistas de un área que cada vez se va haciendo más acotada y la conversación se va haciendo más acotada, pero la evidencia te permite participar de las conversaciones, es como la llave de entrada”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“Buena parte de la científicidad, está sustentada –creo yo- en la replicabilidad de los resultados, bueno, dos personas con distinto... background culturales, sociales, lingüísticos pueden, eventualmente, llegar al mismo resultado si es que siguen todos los procedimientos que se estipularon”* (Entrevista 8, investigador académico).

Como se puede notar, la lógica cuantitativa permite que la producción de conocimiento sea transparente, donde todo queda a merced del examen ejercido por la comunidad científica, la cual determina la calidad del mismo. La investigación es una

actividad aséptica, un protocolo donde todo se justifica. El investigador desaparece tras la producción de conocimiento de nivel científico.

### *Síntesis de los soportes metodológicos del conocimiento generado en el campo de la OP*

Una primera posición, a medio camino entre la actividad académica y comercial, no valora una lógica de investigación por sobre otra (cualitativa o cuantitativa). De hecho, en caso de haber dominio institucional del eje cuantitativo, en tanto que modo dominante de objetivar la OP y según el espacio singular desde el que se hacen las investigaciones, solo ciertas preguntas de investigación y solicitudes podrán resolverse. Así, lo cualitativo y lo cuantitativo debieran definir su uso de acuerdo al objeto en estudio.

En la misma perspectiva, el campo de producción de conocimientos sobre la OP debiera estar normado de múltiples maneras para generar conocimiento de calidad: teórica, metodológica y éticamente. Ello no existe y debe resolverse. En primer lugar, es importante generar líneas de investigación de permanente cuestionamiento que generen conceptos más complejos y/o constructos precisos y consensuados de OP. En segundo lugar, de no abrirse aun tal trasfondo de interrogación teórica, al menos debieran respetarse las normas propias del paradigma empirista de OP, que permiten conocimiento de calidad en ese marco específico. Y en tercer lugar, debe preservarse no manipular ni condicionar la OP.

Como se puede notar, la normatividad invocada por la posición exige una reformulación del campo a varios niveles, partiendo por lo teórico, lo cual abriría líneas metodológicas novedosas según los requerimientos que estipule el mismo objeto. El estado actual del campo produce conocimiento de baja calidad, en tanto ninguno de los tres niveles está cubierto completamente en el campo. Por cierto, el nivel más importante es el teórico, pero a su vez el más difícil de cumplir, dado que exige una modificación institucional y esfuerzos de investigación inexistentes. De hecho, la posición misma, cruzada por la actividad comercial y académica al mismo tiempo, sostiene no poder realizar tal cuestionamiento, salvo de modo muy parcial y en referencia a temas específicos. Es la OP el objeto que debiera emerger. Por ende, la científicidad de la producción realizada se pone en

duda, en tanto las normas definidas por la comunidad científica parecen no cumplirse del todo, sobre todo si se considera el poco avance de marcos conceptuales sobre la OP.

Así, el campo debiera estar normado, y ello implicaría a su vez la reformulación del mismo. La no valoración de lo cuantitativo o lo cualitativo, parece fundarse en la necesidad de mantener abierta la configuración metodológica con el objeto de responder ante un concepto de mayor complejidad. Ello supone que la perspectiva metodológica no debe definirse *per se*.

Esta posición se conecta con la siguiente que ha sido reconocida, amparada en la investigación de consultoría. En ella también se valora de igual manera la investigación cualitativa o cuantitativa según la pregunta o requerimiento de investigación que se desea responder. Sin embargo, la pertinencia de cada estrategia adquiere su sentido específicamente en relación a la pregunta que se busca responder, sin delimitarse de modo más profundo el concepto de OP. En relación al tipo de conocimiento que se produce, se sostiene que la calidad del mismo depende de factores absolutamente técnicos. En consecuencia, se releva exclusivamente el ámbito metodológico, aludiéndose al cuestionario, al uso de cierto tipo de encuestas, a los procesos de validación de la información y al control estricto del terreno.

Esta posición se sustenta en una práctica investigativa tipificada. La lógica es responder de buena manera ante las solicitudes de los clientes. Para ello, los diseños metodológicos deben adecuarse a las mismas (no importa si es cualitativo, cuantitativo o mixto) y el protocolo técnico debe cumplirse a cabalidad (muestreo, cuestionario, control del terreno, etcétera).

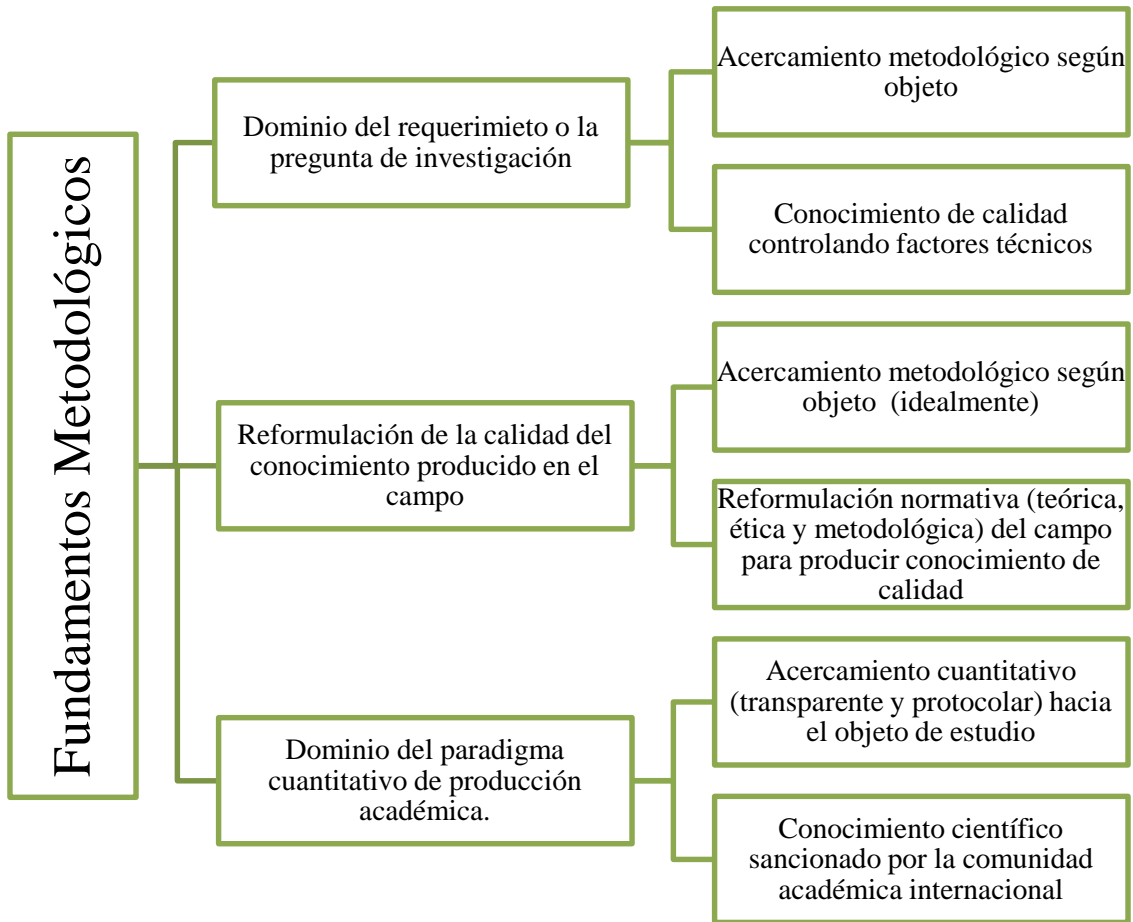
Por último, se ha reconocido una posición exclusivamente académica. Esta vez, la lógica cuantitativa es la manera adecuada de estudiar la OP, porque ello es lo que permite hacer ciencia. El mundo académico así lo define. Lo cualitativo se deja exclusivamente para el ajuste contextual de los instrumentos, en tanto que lo cuantitativo genera datos universales y traducibles, por lo que puede fundar un terreno de investigación científica abierto al extranjero.

El carácter que se le imputa al conocimiento que se señala producir desde la posición académica es el de científico, en tanto se contribuye a la verificación o refutación de las

hipótesis que el mundo académico considera importantes. En esa línea argumentativa, la investigación cuantitativa es la única capaz de ofrecer un conocimiento transparente en todos sus pasos y, por ende, apto para el mundo académico. Solo la lógica cuantitativa permite justificar cada decisión tomada en el proceso de investigación de manera técnica, con lo que su puesta en práctica puede ser evaluada en torno a su calidad sin depender de las “artimañas” de los investigadores. Es el mundo académico de nivel internacional el que sanciona tal tipo de producción, en tanto referencia de los investigadores que son parte de esta posición.

Como se puede notar, las pautas metodológicas se definen de acuerdo al objetivo que posee conocimiento que se produce. Una posición académico/comercial tensionada por responder ante dos espacios, sin ser completamente parte de ninguno, cuestiona la producción dada en el campo, sosteniendo la necesidad de re-fundamentarlo a nivel teórico, metodológico y ético. Su apertura metodológica es mayor, a pesar de que en ella se inscriben lógicas que se pueden entender como propias del paradigma dominante, lo cual se expresa en cierres institucionales que limitan la práctica a lo cuantitativo y al control de factores técnicos. La posición comercial hace derivar todo su enfoque metodológico de los requerimientos o las preguntas concretas que se resuelven. La preocupación es por generar conocimiento de calidad en ese marco, en base al control de una serie de elementos técnicos, y adecuar lo metodológico (cualitativo, cuantitativo o mixto) al objeto estudiado. Por último, la posición académica se conforma con las condiciones cuantitativas de producción, en tanto permiten la generación de conocimiento científico, según se inscribe en debates internacionales y contribuye a la delimitación de determinados fenómenos.

## Esquema resumen de las posiciones en relación a los fundamentos metodológicos



### ***Fundamentos sociales en la producción de conocimiento sobre la OP***

Dos sub-categorías organizan el discurso sobre lo social en la generación de conocimiento sobre la OP: el uso social externo a la práctica de investigación y el “lugar propio” en el uso social.

#### *El uso social desde fuera de la propia práctica*

La investigación de OP en el plano de la consultoría supone la traducción del interés primigenio de un mandante o cliente en un conocimiento al que busca darle un uso social específico. La investigación se acopla al interés de otros y no al propio. El uso social perseguido en la investigación está, en consecuencia, fuera de la propia práctica de investigación.

Así, se reconoce una gran variedad de intereses en el campo de la OP, cuya estructuración se define en virtud del cliente o mandante que solicita el estudio. Además, la adjudicación de las investigaciones se desarrolla en el mercado. Una ilustración la ofrece la plataforma “Mercado Público”<sup>10</sup>, donde los investigadores compiten en torno a determinadas licitaciones desarrollando propuestas técnicas y económicas.

La información a producir se necesita de manera rápida y debe responder a la contingencia, adecuándose a los criterios definidos por el cliente y adaptándose a la lógica mercantil que impera en su construcción. Se trata de aplicar una “receta” metodológica, sin cuestionarse sobre el concepto mismo de OP o sus fundamentos. Los objetos tematizados son precisados por los requerimientos o las demandas. En la consultoría se hacen estudios para evaluar, conocer o profundizar algún ámbito de la OP en virtud de los requerimientos de diversos clientes, provenientes del mundo privado, público, académico o político.

El conocimiento requerido permite orientar acciones y decisiones desde los clientes. Se trata de modificar la OP implementando y desarrollando estrategias en torno a lo sondeado. El mundo político estaría fundamentalmente preocupado de ello.

---

<sup>10</sup> Red de licitaciones del Estado en torno a distintos servicios.

*“En general lo que hacemos es que clientes, ya sea del mundo privado o del mundo público, o también de entidades académicas, trabajamos proveyendo servicios a bastantes universidades y centros de estudios, lo que hacemos es generar estudios ad-hoc para evaluar o conocer o profundizar en algunos ámbitos de la OP, que como te digo, son acotados a una materia de interés particular”* (Entrevistada 2, investigadora de consultora privada).

La actividad comercial se estructura sobre mandantes que solicitan realizar una “medición”, implicando ello reflexiones conjuntas, orientaciones y recomendaciones en torno a lo estudiado, pero en referencia a los parámetros que ellos fijan. El interés en la construcción de cierto conocimiento proviene del mandante y no de la consultora.

En la estructura discursiva se reconoce además una posición plenamente académica, que no traduce los intereses de otros en producir un conocimiento, sino que busca siempre generar conocimiento en función de un uso social propio. En ese marco se dan dos posibilidades. Por un lado, el carácter estrictamente académico de la práctica supone no relacionarse con el campo comercial, salvo como cliente. Por otro, se subsume al interés científico propio el trabajo de consultoría, por lo que el uso social principal es el académico y solo posteriormente el de los mandantes.

En cuanto a los intereses traducidos, los investigadores reconocen ciertos usos sociales que orientan las demandas por conocimiento. Y esas demandas las presentan los clientes dado que entienden que la OP es un bien que puede guiar los intereses propios, siendo insumo de acciones y decisiones. Su control permite una mejor inserción ante el público.

*“En la medida que se juega el poder es porque efectivamente entonces ahí hay algo, ya, hay una lucha, hay una lucha respecto a lo que se dice, como se dice, quien lo dice, quien tiene mayor incidencia, cual tiene mayor impacto, ese es un bien en que se está compitiendo, lo voy a poner en términos bourdieanos, ese es un bien, es un capital que se está peleando, entonces porque efectivamente ejerce ese poder, y si ejerce ese poder, entonces ejerce un rol, ese tipo de rol, habría que... en primera instancia nominalmente podría decir de contrapeso a la autoridad, y ponerle un... de límite a la autoridad”* (Entrevista 1, investigador académico-consultor).



## Interés estatal

El foco del Estado está en trabajar la agenda de programas públicos que se implementan, donde los estudios de OP posibilitan su evaluación y la mejora en la provisión de derechos y servicios a los ciudadanos.

Las principales solicitudes del Estado son evaluaciones de programas, políticas o estrategias ejecutadas, dada la necesidad de retroalimentarse de las opiniones de los usuarios/beneficiarios, con el fin de tomar decisiones en torno a ciertos temas. El Estado no realiza estudios propios, ya que no es su actividad o no tiene la capacidad (salvo ciertas reparticiones, como el INE o el SERNAC), razón por la cual los licita. El Estado busca avanzar y posicionar su agenda programática. *“El Estado, básicamente, cuando nos contrata, quiere avanzar una agenda”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

*“El sector público sobre todo, porque hace mucha investigación que está vinculada a la evaluación de los programas o de políticas específicas o de estrategias concretas que ellos tienen, y necesitan esa retroalimentación desde la perspectiva de los usuarios y beneficiarios de sus acciones, y también porque como son tomadores de decisión necesitan generar información sobre temas que son relevantes”* (Entrevista 2, investigadora consultora privada).

*“Todos van en la línea, si tú dijese, si tuviésemos que encontrar que tienen en común, primero, el resguardo del bien público, segundo, el desarrollo del Estado, o sea, como el Estado, yo te diría... van mucho en la línea de la protección social, van mucho en la línea de cómo el Estado asegura derechos, en como el Estado es capaz de generar condiciones y calidad de vida de... de las personas, de la ciudadanía, ahora, lo que pasa es que eso es, digamos, es parte de los deberes de este conjunto de mandantes, pero ahí tú entras específicamente en las temáticas”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

Interés político (políticos profesionales u organizaciones políticas)

En cuanto a los intereses sostenidos por los políticos, se sostiene que desean saber su nivel de valoración, votación o el grado en que la gente los conoce. Desde esa información, los políticos o las organizaciones (partidos, por ejemplo) planean estrategias de acción que corrijan un estado de cosas o lo mantengan.

*“Y también en el ámbito de opinión entran los estudios político-electorales (...), con un interés de orientación del trabajo, ya sea parlamentario, municipal, o evaluación de las gestiones que se están haciendo en cada uno de esos ámbitos”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Los políticos, por ejemplo, están preocupados de saber cuánto los conocen, cuánto los valoran y cuánto los votan, fundamentalmente”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“Si una persona quiere ser candidato y encarga un estudio, el interés es obvio, porque quiere ser candidato, quiere ser senador, diputado, alcalde, no sé, hay un interés específico”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada).

No todos quienes trabajan en consultoría sostienen realizar estudios para políticos o entidades políticas, dada la evidente intencionalidad que estaría tras ellos. La práctica de investigación se asociaría a una determinada orientación política, perdiendo su objetividad.

*“Nosotros no hacemos encuestas para candidato, no hacemos encuestas de tendencia electoral (...). Pero, no nos interesa responder a intereses particulares en ámbitos de ciertas tendencias políticas”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Por definición nuestra no hacemos encuestas de opinión de que en el ámbito claramente político, porque claro... o sea, porque sabemos de qué es un ámbito que cuando entras en él, necesariamente vas a responder a quien te está financiando”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

## Interés privado

Se reconoce una intencionalidad comercial tras los estudios de OP. No se especifica el fondo de la intención, pero parece estructurarse sobre dos ejes: el interés comercial de quienes producen los estudios (empresas consultoras) y de quienes los solicitan, estando entre estos últimos los actores del mundo privado. Normalmente se trata de estudios de mercado, y en lo tocante a la OP misma, evaluaciones de marca, satisfacción de usuarios, perfilamiento de clientes, etc. Pocas veces hay un interés en la OP propiamente tal, salvo que se entienda el papel que la misma puede jugar en la constitución de la marca en sí. El fondo de los estudios es “posicionar” la marca, ubicarla en la OP y no estudiar su relación con ella.

*“Ellos buscan evaluar sus marcas, su imagen, o su posicionamiento o perfilar a sus clientes o caracterizar su demanda o evaluar campañas (...), sin embargo los estudios que son propiamente tal de opinión, es decir, conocer... son pocos (...), excepto cuando están relacionados con su giro o con su negocio”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Básicamente a los privados lo que les interesa de la OP son fenómenos muy específicos, que, en realidad, casi no forman parte de la OP, que es la identidad de marca (...) y los atributos de la identidad de marca (...), y los temas anexos que afectan la identidad de marca en la OP (...) Ya, llega hasta ‘esto que es social, afecta una identidad de marca’, pero es súper difícil, muy, muy escaso, y en general lo que ocurre es más bien al revés, ‘me interesa posicionarse en la OP, por lo tanto, voy a hacer un estudio de OP’”* (Entrevista 6, investigador académico-comercial).

También se busca satisfacer intereses corporativos, por lo que solicitan estudios de calidad de servicios. El hecho de vincular metas de gestión a los resultados de éstos, supone la modificación de cuestiones concretas según el dictado de los “números”. Por ejemplo, la forma en que se ofrecen ciertos servicios a los clientes o el dar beneficios a los empleados son cuestiones que se ajustan a los resultados en las investigaciones. Así, el mundo privado ejecuta medidas concretas con los resultados:

*“Nosotros medimos nuestros resultados, finalmente, por la capacidad que tienen los propios clientes de generar acciones prácticas para revertir o reforzar alguna*

*debilidad, algún cambio de servicio”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

### *El “propio lugar” en el uso social*

A continuación se plantea el papel que los mismos investigadores ocupan en la producción del conocimiento orientado hacia ciertos usos sociales. Son agentes interesados en la producción de ese conocimiento y como tales ocupan un lugar “típico” en la traducción de intereses, ya sea que ellos usen socialmente el conocimiento o solo sean un “medio” para ello.

### Entre el medio y el fin: tensión en el uso social

La primera posición reconocida se ubica a medio camino entre lo comercial y lo académico. Sin embargo, se asume que la actividad principal es la académica, la cual debe lidiar con la actividad comercial para financiarse (o con fondos concursables). Por ende, acontece una tensión entre ambas prácticas de investigación, configurándose una obligación de doble faz: la actividad comercial financia al centro y la actividad académica es lo que constituye su deber ser.

Tal ambivalencia se traslada a la manera en que se plantea la distinción entre el plano comercial y el académico. El primero se centra en satisfacer los requerimientos -delimitados y evidentes- de clientes, mientras que el segundo busca abrir líneas de investigación propias de quienes se desempeñan en cada centro, problematizando de manera permanente ciertos objetos. No obstante, su foco no es el concepto de OP propiamente tal, sino que temas específicos relacionados a ella. Asimismo, cada espacio ejecuta operaciones metodológicas que se adecúan al uso social que se espera hacer del conocimiento producido.

Los estudios comerciales están limitados temporalmente y usan estrategias metodológicas cuyo eje no está en la profundización, sino que en la generación rápida de saberes. Los clientes normalmente no buscan profundizar en los datos, ya sea por el costo adicional o porque tales indagaciones no se pueden publicar, en tanto no se comprenden

fácilmente. Por ende, se asume que la forma de actuar de tal espacio se encuadra bien con la aplicación de “recetas metodológicas” según los requerimientos de los mandantes. El mercado valora procesos rápidos, de bajo costo y escasa profundidad, de modo que el margen de acción queda acotado a cumplir con tales criterios.

*“Es que funcionan desde paradigmas diferentes. Uno desde el paradigma de la competitividad de mercado, por lo tanto, tiene que ver con relaciones más técnicas, más acotadas de ver. Y otras no, en general, los estudios que nosotros hacemos tienen carácter longitudinal, tienen tiempos diferentes, fondos diferentes, ya”* (Entrevista 1, investigador académico).

Las investigaciones académicas despliegan análisis complejos de los datos producidos (covarianzas, asociaciones, modelamientos, índices, análisis de cluster, entre otros). También se desarrollan estudios longitudinales (de seguimiento de muestras en el tiempo) y hay una mayor preocupación filosófica y epistemológica por el método. Todo ello se debe a la intención que posee la academia de abrir líneas de investigación en el tiempo, generando conocimiento que permanentemente tensiona los objetos y temas estudiados. Es esta labor la que la posición referida entiende como definitoria de su labor y no la comercial, asumida de modo instrumental. La distinción entre la práctica académica y la comercial se desliza en la posición hacia una evaluación diferencial entre ambas, planteándose, explícitamente o no, que la academia produce conocimiento de mejor calidad.

*“Otra de sus intencionalidades es que tiene una capacidad heurística que nos permita seguir produciendo más cosas, digamos, en ningún caso hay un interés de resolución, sino de cuestionamiento y de poder seguir avanzando, y eso implica una sistematicidad y rigurosidad en los métodos que, que es diferente al tipo de rigurosidad, no estoy diciendo que sea menos riguroso lo otro, pero en el fondo tiene otro tipo de rigurosidad metodológica”* (Entrevista 1, investigador académico).

*“Nosotros no queremos ser consultora, nosotros creemos que, nosotros creemos que el hacer ciencia o el hacer, digamos, estas proyecciones académicas, implica un nivel de sistematicidad diferente, los tiempos son diferentes, los intereses son diferentes y,*

*por lo tanto, te cambia todo, te cambia todo, incluso transforma las metodologías que tienes que utilizar” (Entrevista 1, investigador académico).*

*“Ahora, cuál ha sido nuestros intereses, en general más asociados a la investigación académica (...). Entonces ha sido como nuestros intereses, están más asociados a líneas de investigación temáticamente que exploran aspectos específicos de OP que al ámbito total de la OP” (Entrevista 6, investigador académico-comercial).*

Más allá de primar un eje sobre otro, en torno a la distinción académico/comercial que orienta el trabajo ambivalente de la posición, se sostiene una tensión, ya que los intereses comerciales deben convivir con los intereses académicos, en tanto los centros deben nutrirse de recursos para poder desarrollar las investigaciones que le conciernen. Ello se funda en la dificultad de adquirir fondos destinados únicamente a la actividad académica, dado que los recursos se otorgan con miras a reproducir las posiciones dominantes en el campo científico.

*“Pero, en el fondo, nos pone en una tensión, porque mi intención no es entrar a competir, porque si empiezo a competir en el mercado, entro en otra dinámica, el centro pierde lo que se espera de él, y a mí me interesa (...) una dinámica respecto a la construcción de conocimiento, esa construcción de conocimiento, en estricto rigor, no siempre va de la mano con la construcción que hace el mercado respecto al conocimiento que se genera, digamos, entonces hay un tema ahí. Ehhh... cómo logro incentivar a mis investigadores a que hagan esta cosa de consultoría, pero sin dejar de hacer esta cosa más académica, o cómo investigar el interés académico, hay que hacer esto igual, sin trasvasiar, digamos, los límites, y esos límites son súper difusos (...). Plata para la investigación no existe” (Entrevista 1, investigador académico-comercial).*

*“O sea, tenemos un historial más propio de indagar ese temas y porque va más e la línea de nuestros intereses profesionales o investigativos o institucionales y lo que tratamos ahí es de allegar fondos para ese interés, sea proyectos Fondef, Fondecyt, o postulación a fondos universitarios que aquí se licitan, pero son internos a la Universidad y algunos caso, no siempre hemos colocado fondos propios de la institución, de MIDE en este caso” (Entrevista 6, investigador académico-comercial).*

En un sentido anexo, los investigadores académico/comerciales reconocen que el conocimiento sobre la OP tiene un sentido político. El conocimiento sobre la misma supone un espacio de construcción de lo público, una posibilidad orientada por la definición del fenómeno que se estudia. No obstante, si bien se reconoce la trascendencia de los estudios de OP en esa línea, esta posición no detalla investigaciones en esa dirección, salvo algunos trabajos sobre participación ciudadana que podrían abrir la arena pública.

La posición se quiebra en dos, cruzada por un doble uso social. Los investigadores que la componen se ven arrastrados por orientaciones de acción distintas. Esa posición global los vuelve observadores privilegiados del campo, pudiendo criticarlo en su condición de totalidad.

#### Investigación comercial como mediadora de usos sociales ajenos

Esta posición se estructura sobre la particularidad del espacio institucional de la investigación comercial. Discursivamente se asume que el rol de las consultoras es llevar a cabo estudios ad-hoc según las solicitudes particulares de clientes. Por ende, el requerimiento de los mandantes es el eje constitutivo del uso social dado al conocimiento producido. El papel de la consultoría es ejecutar esa acción típica, propiciando la generación de conocimiento de calidad y no sesgado sobre la OP, integrando el contexto de producción y otros factores atingentes a la investigación. Así, si bien la participación de la consultoría en la delimitación del uso social es nula, su acción regularizada es un engranaje esencial para ciertos actores que desean conocer la OP en base a ciertos objetivos e intereses.

*“Hay algunos estudios que se usan para monitorear y para saber en qué va el cuento, pero hay otros que no, que hay decisiones y diseños de estrategia, e implementación de acciones súper concretas a posteriori de los estudios, pero eso ya no depende del ámbito del consultor”* (Entrevista 2, investigadora del consultora privada).

*“Pero no estudios libremente temáticas dentro de la OP, yo respondo a temáticas impuestas normalmente por un mandante, porque son estudios licitados o estudios comprados o estudios encargados, o también a veces tenemos suerte de alianzas*

*también, alianzas estratégicas que establecemos con otros”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Todos los estudios, dependiendo de su tipo, tienen distintos tipos de intereses”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

Dicho rol específico se refrenda en la distinción que la posición hace entre la actividad comercial y la académica. Cada espacio se relaciona de forma distinta con el conocimiento que produce. La deducción de la lógica académica se deriva de la contratación que los centros de estudios o las universidades hacen de determinadas consultoras para llevar a cabo sus investigaciones.

La diferencia entre ambos espacios estriba en la naturaleza del conocimiento que se busca generar. El mundo académico busca un conocimiento complejo, definido por el afán de estudiar un fenómeno específico, mientras que las consultoras tienen su objetivo en la generación de un conocimiento *ad-hoc*, sin trascender mayormente ese fin. El sentido está claramente delimitado por la condición empresarial de las consultoras, en tanto deben generar utilidades en base a su quehacer.

Para la posición es una característica de las consultoras generar información práctica, la cual debe ser manipulada de una manera específica por quien solicita el estudio para adquirir otro carácter, otro sentido. Solo en manos de un determinado cliente, ya sea académico, público o privado, el conocimiento se especifica, ya sea que se transforme en un insumo para generar estrategias de acción, abrir líneas de investigación o simplemente conocer el estado de una cuestión.

El tiempo también es un elemento a tener en consideración en la distinción entre el plano académico y el plano comercial. Las consultoras disponen de poco tiempo para hacer sus estudios, dado que se valora la producción rápida de información por parte de los clientes, lo que impide una exploración compleja de los datos producidos (los clientes del ámbito privado solicitan análisis sencillos y pocas veces van más allá en cuanto a los requerimientos técnico-metodológicos). Es una imposición del mercado en el que las consultoras se desenvuelven, estipulando las orientaciones que tienen sus acciones.



*“En las universidades y centros de estudios son muchos más rigurosos y demandantes en términos técnicos de sus investigaciones y, por lo tanto, no todas las consultoras están en condiciones de cumplir esa calidad que ellos exigen”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Hay que tener claro que nosotros no somos una entidad académica, ya”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Los tiempos académicos son súper distintos a los tiempos de una consultora. Para nosotros lo ideal es terminar un estudio y seguir al tiro con otro. En cambio, una investigación académica puede dar vuelta un año entero con un solo estudio”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

*“Buena parte de los estudios de opinión están más cerca de un conocimiento práctico de cómo es la realidad que postularse para conocimiento científico (propio de la academia). Científico tiene que ver con explicar porque se producen tales o cuales comportamientos, porque las sociedades evolucionan de tal o cual manera”* (Entrevista 5, investigador de consultora privada).

Más allá de la acción tipificada que las empresas consultoras cumplen en el campo de la OP, cada una desarrolla estudios propios para cumplir su objetivo de ser una alternativa para instancias que deseen desarrollar investigaciones y no puedan hacerlo por sí solas. Se reconocen tres posibles trabajos por cuenta propia: estudios de índole metodológica que prueben indicadores y filtros muestrales, investigaciones de elevado impacto público y colaboraciones (también públicas) con entidades académicas o medios de comunicación. El fin de emprender tales estudios consiste en posicionar a la empresa en el mercado de la investigación social, proponiendo un servicio de calidad a los posibles contratantes.

*“Todos los estudios que hacemos son por encargo y los estudios propios que hemos hecho son exclusivamente con fines metodológicos más que con fines de estudiar una temática en particular, es decir, para probar ciertos indicadores, que nos permitan filtrar o segmentar en el caso de los estudios político-electorales, o ciertos componentes más cualitativos que nos permitan ajustar, pero nuestras herramientas metodológicas”* (Entrevista 2, investigadora de consultora privada).

*“Sí, claro, son estudios que son muy buenos, muy interesante, todo lo que quieras, pero que además hacen una contribución muy importante a la marca GFK-ADIMARK, ayudaron por años al posicionamiento de la empresa ADIMARK. Posteriormente a la fusión del grupo GFK en Chile, se optó por mantenerlos, porque era un aporte demasiado importante a la marca, entonces y porque nos instala con mucha visibilidad en el mercado”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

*“Porque nos interesa como una herramienta de posicionamiento público (participar de una encuesta sobre jóvenes con la Universidad Diego Portales), en la medida que tú generas conocimiento y lo entregas gratuitamente a la comunidad y alguien te escucha o te publica, estás haciendo un acto de presencia, estás, entre comillas, afianzando tu rol de actor público en ese ámbito”* (Entrevista 4, investigador de consultora privada).

En el discurso se reconocen roles sociales auto-referidos a la práctica de investigación, en tanto que forma de sentirse parte de las consecuencias implicadas en la generación de determinado conocimiento. Participar de estudios para el sector público permite darle cabida a las opiniones de las personas en la esfera de las acciones estatales sobre asuntos de interés general. Desarrollar colaboraciones con entidades académicas permite a las consultoras informar de manera actualizada sobre temas específicos. Colaborar con medios de comunicación permite participar en la mejora de la información que estos publican. En cada caso, se reconoce la participación de un rol social específico, dando un sentido a la información que se produce, según la manera en que sea usada por los clientes o mandantes.

*“Estamos convencidos que nosotros estamos haciendo un aporte a la sociedad, nosotros le estamos dando voz a las personas para poder acercar sus opiniones y ser incorporadas en los procesos de decisión, de planificación y en la forma de operar, específicamente, con la línea de entrega de servicios sociales”* (Entrevista 3, investigadora de consultora privada).

## Uso social académico

La posición ubicada en la academia reconoce como uso social principal el generar conocimiento científico. Para ello, la práctica de investigación debe verificar y refutar hipótesis en torno a evidencia empírica. Es el espacio académico internacional el que define ese uso social y, a la vez, el modo de desarrollar la práctica de investigación, que debe ser cuantitativa en tanto posibilita la participación en el mismo. El eje de la acción es precisamente producir conocimiento científico capacitado de delinear con mayor claridad los objetos estudiados.

La composición de la actividad científica subsume completamente la labor de esta posición discursiva. Incluso cuando se hacen investigaciones de consultoría, el interés esencial es producir conocimiento académico. Se resuelve el requerimiento de los clientes, pero asumiendo que lo principal es la explotación académica del conocimiento producido.

*“Sí, por supuesto. Yo no tengo ningún problema en hablar de ciencia, o sea, las características fundamentales de una empresa científica o una actividad científica están presentes, no es cierto, o sea, llegar a traer resultados, desarrollo conceptual, ese desarrollo conceptual trata de derivar en hipótesis que son empíricamente verificables, falsificables, lo que uno quiere decir. Después, vas a los datos y tratas de demostrar tu punto o no”* (Entrevista 8, investigador académico).

*“Entonces, la función social nuestra es tratar de responder problemas con los métodos más rigurosos que tenemos para poder entender esos problemas”* (Entrevista 7, investigador académico).

*“Nosotros no nos pensamos como una consultora, sino que como un grupo científico que hace estudios de mercado, pero solamente cosas que nos interesan”* (Entrevista 7, investigador académico).

La normatividad definida por el espacio académico internacional lleva a la evaluación del campo de la OP (tanto académico como comercial) según si cumple con la lógica de hacer las cosas sancionada como la correcta. En concreto, se sostiene generar conocimiento con miras a la contribución académico-científica de nivel internacional. El fin es participar del debate académico, generando conocimiento de elevada calidad metodológica. El uso social

es contribuir a la discusión científica, lo cual se paga sujetando la actividad académica ante marcos que pre-definen metodológica y temáticamente los objetos.

En este contexto, se ordenan dos perspectivas que confluyen en la evaluación del campo de la OP en función de si cumple con la lógica académica de generar el conocimiento que se reconoce como ideal. Por una parte, se asume que el espacio académico y el comercial han mejorado: el primero, dado que cada vez se acopla con mayor especialización a la investigación sobre OP de nivel internacional; y el segundo, en tanto se han desarrollado consultoras capacitadas de dar respuesta metodológica a peticiones de investigación científica, reconociendo que la producción y publicación según estándares internacionales exige información sobre la metodología en varios puntos (muestreo, tasas de respuesta, tasas de rechazo), rigurosidad que no observan todas las empresas consultoras, pues sus clientes requieren información rápida y no sustentada en patrones técnicos. Por otra parte, se desarrolla una visión sumamente crítica del ámbito comercial y académico de la OP, dada la carencia de formación en metodología cuantitativa de parte de las contrapartes y los mismos investigadores. Además, se reconoce un sometimiento ante las respuestas que los clientes desean escuchar. Esto implica una escasa legitimidad en torno al campo. Ahora bien, lo relevante, como ya se señaló, es que la evaluación del campo, en términos de su calidad, pasa por el sometimiento ante los patrones paradigmáticos que la posición académica sostiene son los ideales en la producción de conocimiento sobre la OP. Por ende, se abstrae una forma de objetivar la realidad social estudiada, sosteniéndose su normatividad.

*“(En el plano académico ha mejorado) la fineza de las preguntas de investigación, la temática que está trabajando, la metodología que está trabajando ciertamente (...) yo diría que hay cierta correlación en que las generaciones más jóvenes, de académicos más jóvenes, como se pusieron al día con los estándares internacionales, en términos como de nivel de especialización temática” (Entrevista 8, investigador académico).*

*“(En ciertas empresas consultoras) como que tú ya sabes que hay como un capital humano dentro de esa empresa consolidado en términos de las encuestas académicas, que hay una disposición hacia el tema académico, que las exigencias son más altas (...). Cosas que no necesitas hacer para un cliente que más o menos*

*quiere saber sobre algún problema más aplicado, no es cierto, y quiere resultados rápidos”* (Entrevista 8, investigador académico).

*“Cuando exista la necesidad de formarse o las contrapartes se empiecen a formar más, en métodos, van a empezar a exigir más, eso va a significar profesionalizar el área, el campo (...), profesionalizar a los profesionales del área y especializarse en algunas áreas”* (Entrevista 7, investigador académico).

Con todo, esta posición ve el espacio de la consultoría desde fuera y el académico en relación a una posición dominante. El hecho de hacer estudios de consultoría, pero sometidos a los propios intereses académicos, impide que la posición asuma el sentido de investigar propio del espacio comercial. Así, la lectura del campo es externa, con lo que se dificulta hacer la abstracción necesaria para analizarlo en relación a sus constituyentes sociales, cuestión que involucraría una lectura de orden filosófico o teórico según se afirma desde la posición.

*“Yo estoy más en... el mundo de las bases de datos, procesar la información, tratar de desentrañar que determina que los ciudadanos voten o no voten... miradas menos abstractas, teoría de rango medio, por decir de alguna forma”* (Entrevista 8, investigador académico).

*“Cuando trabajamos en contrademandas, nosotros elegimos con quienes trabajamos, y eso ha sido una de las características, lo que nosotros hacemos es conocido porque somos tipos rigurosos (...), generalmente tratamos de sacar a partir de cualquier investigación que hacemos algún producto científico”* (Entrevista 7, investigador académico).

Fuera de ciertos marcos normativos y metodológicos que orientan el trabajo, esta posición plantea guiarse en base agendas de investigación particulares. No obstante, esa imputación “personal” necesariamente se acopla a un contexto social de generación de conocimientos, el cual lo legitima, dándole visibilidad y permitiendo la constitución de carreras académicas de parte de los investigadores. Incluso la consideración de los temas parece estar marcada por el espacio académico donde la posición se desenvuelve.

*“En definitiva, dentro del campo académico de la OP, hay supuestos normativos que son como de alto consenso. Representación democrática es algo que hay que maximizar; mientras las instituciones políticas representen más los intereses de la ciudadanía, mejor; mientras la ciudadanía participa, mejor”* (Entrevista 8, investigador académico).

Así, el principio que ordena el discurso de esta posición supone que la vara de “medición” de la propia actividad y de la desarrollada en el campo pasa por el cumplimiento de los estándares internacionales de generación de conocimientos. Podría reconocerse que esta posición dominante se ubica desde el mundo anglosajón, con perspectivas metodológicas más “rigurosas”, al menos en el sentido por ellos reconocido.

#### *Síntesis de los fundamentos sociales*

Los fundamentos sociales en la producción de conocimiento sobre la OP participan de dos perspectivas afirmadas discursivamente: agentes que traducen los intereses de otros en el uso social del conocimiento y agentes que articulan redes de intereses en referencia a usos sociales propios. En cada caso, se trata de agentes/investigadores que traducen sus intereses. La diferencia estriba en que los investigadores comerciales no buscan darle un uso social al conocimiento producido, o al menos no como eje principal de su actividad, en tanto que los investigadores académicos sí.

Para los investigadores comerciales lo fundamental es dar respuesta a las solicitudes específicas de clientes. Es la actividad “típica” y convenida que llevan a cabo. Es su rol en la producción de conocimiento sobre la OP. Ellos no “explotan” socialmente el conocimiento, pues su interés principal radica en la obtención de utilidades en función de su inscripción empresarial. En tonos generales, traducen tres usos sociales: político, económico/comercial y estatal. El primero se funda en políticos profesionales y organizaciones que buscan determinar el nivel en que son conocidos, su valoración o la evaluación de las gestiones que han realizado, con el objetivo de modificar, en base a la información producida, un estado determinado de OP para tornarlo favorable a ellos. El segundo se centra en la evaluación de marcas corporativas, estudios de satisfacción, etcétera., cuya información se utiliza para

posicionar en la OP marcas, productos o servicios comerciales. El tercero busca evaluar proyectos públicos, avanzando una agenda de programas y mejorando o ajustando la provisión de servicios y derechos sociales a los ciudadanos. La OP es un “recurso” que los agentes buscan encarrilar con miras a sus propios objetivos, para lo cual es fundamental conocerla. Por ende, la investigación de consultoría genera información que adquiere su significación final en el uso social que le dan los actores que la han solicitado. Se trata de un dato práctico, en “bruto”, no rodeado de un sentido específico.

Si bien la posición comercial traduce los intereses de otros en el desarrollo de investigaciones específicas, incorpora a los mismos el cumplimiento de roles sociales propios. En concreto, los estudios para el Estado permiten a las empresas cumplir con el papel de representar la voz de las personas frente a las decisiones del mismo; y las alianzas con entidades académicas contribuyen con conocimiento actualizado sobre un tema.

Asimismo, los investigadores comerciales hacen estudios particulares en sus empresas, siendo su fin posicionarse mejor como agentes capaces de producir las investigaciones solicitadas por los mandantes que los contratan. Se reposiciona el rol típico que cumplen los investigadores comerciales en los estudios por cuenta propia. Los trabajos metodológicos para ajustar indicadores o filtros muestrales se enfocan de manera explícita en mejorar la provisión de servicios a clientes específicos, mientras que las investigaciones de resonancia pública buscan preconizar la marca de las empresas consultoras.

La posición académico-comercial afirma iguales criterios en la realización de estudios según requerimientos ajenos. Sin embargo, dicha labor se somete a la académica, cuyo objeto es generar conocimiento sobre la OP en base a líneas de investigación asociadas a temas específicos. Con todo, la OP no se aborda en su generalidad como objeto, lo cual constituye una traba importante para el carácter de la actividad desarrollada. La postura comercial, en este caso, supone un aporte financiero para las labores académicas, ancladas en “esfuerzos de largo aliento”, la mantención en movimiento de los centros académico-comerciales. Por tanto, existe una tensión entre ambas actividades, ya que se necesita hacer consultoría para financiar los centros, a la vez que se prioriza la actividad académica.

La posición plenamente académica niega el uso comercial, sometiéndolo totalmente a la actividad científica. Si aparece, debe implicar también un uso social académico. De hecho, ya no se trata de generar conocimiento académico en general, sino que específico de un espacio científico claramente delimitado, con lo cual se diluye la crítica sostenida por la posición académico-comercial, habiendo conformidad en relación al contexto que sanciona los productos investigativos desarrollados. La particularidad del mundo académico referido es su carácter internacional, sancionando modos, conceptos y temas. La adecuación al mismo configura el uso social plenamente académico, convertido, asumido como tal. La posición académico-comercial, fracturada por un doble movimiento, no alcanza un lugar en un espacio científico delimitado, con normas claras, con premios evidentes por publicaciones en revistas indexadas. Sin embargo, al estar jalonada, puede observar desde fuera el mundo de la OP, no como las posiciones plenamente comercial o académica, las cuales asumen su rol típico, su sometimiento ante una actividad configurada de antemano.

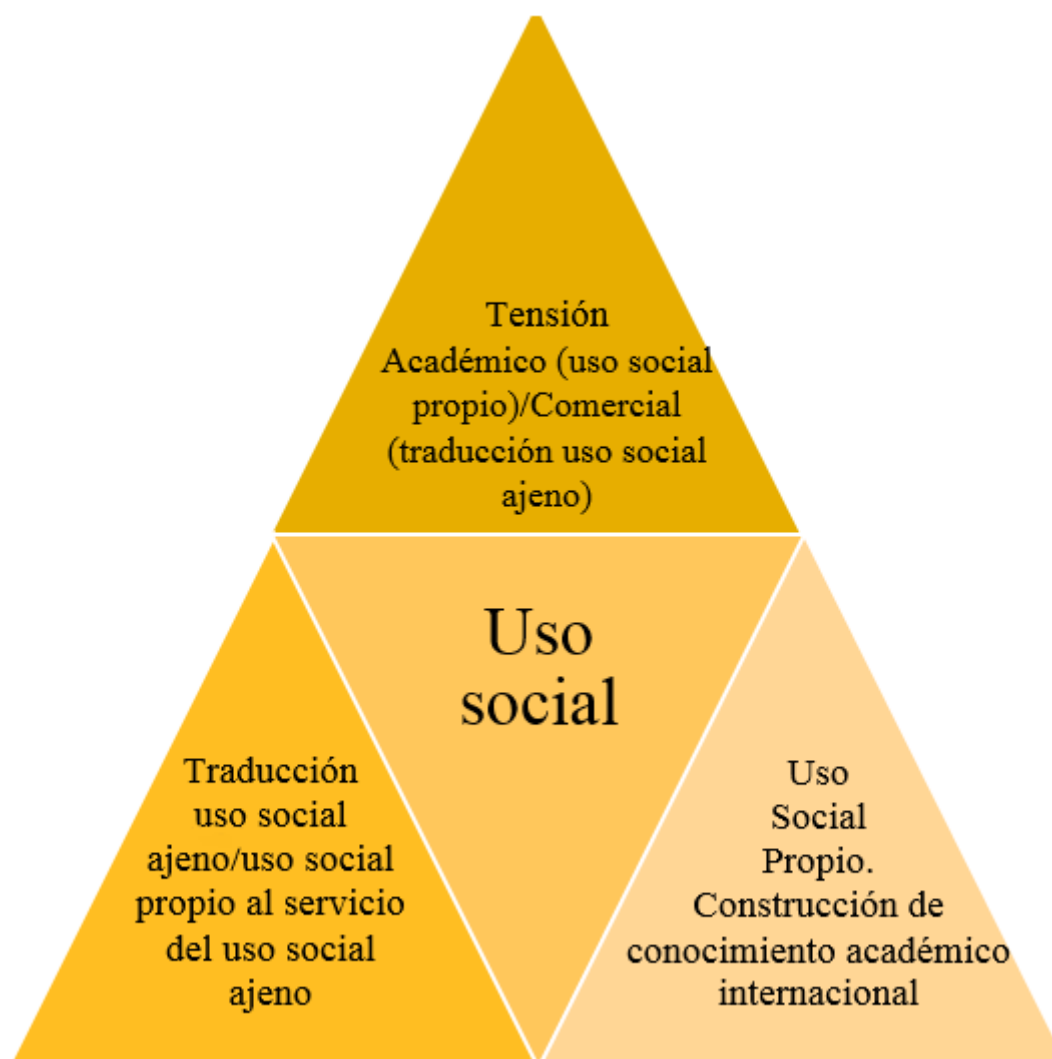
Por otra parte, la pretensión de producir conocimiento académico puede ocultar otro interés social: posicionarse en el campo científico. Los entrevistados no lo dicen. Sin embargo, no es contradictorio que deseen “conquistar” posiciones en el mundo académico y a la vez contribuir al conocimiento de ciertos fenómenos sociales relacionados con la OP.

El uso social que cada posición imputa a la producción de conocimientos se refleja en la distinción que hacen entre el espacio académico y el comercial. Por supuesto, el espacio comercial traduce intereses, y los clientes muchas veces no desean un conocimiento de elevada profundidad. En cambio, la orientación académica profundiza en los temas, mantiene con vida líneas de investigación en el tiempo. La posición comercial sostiene, según su propia experiencia investigativa, que los clientes académicos son más rigurosos metodológicamente. La posición académica evalúa la calidad del campo de la OP según se encuadre con las lógicas propias del mundo científico asumido como dominante. En tanto, la posición académico-comercial crítica al campo de la OP en su totalidad. El primero incumple principios éticos y metodológicos ya consignados en el paradigma dominante. El segundo, no estudia conceptualmente la OP, eje gravitante de un esfuerzo académico que se precie de tal.



El uso social se delimita. El comercial traduce el interés de otros en usar el conocimiento. El académico delimita fenómenos sociales, los conoce mejor. El académico puede estar anclado en el espacio científico/comercial o ser genérico. El primero espera más, busca más: es el eje de una posible re-estructuración reflexiva en el campo. El segundo se conforma con la norma dominante.

### Esquema resumen de las posiciones en relación a los fundamentos sociales



### **Respondiendo la pregunta: hacia una lectura del campo de estudios de la OP**

La categoría central de este análisis es la de “fundamentos sociales”. Es decir, el lugar que los investigadores ocupan en relación al uso social del conocimiento producido, organiza la visión que tienen del objeto y la forma de abordarlo.

Los investigadores ejecutan prácticas de investigación específicas de acuerdo al papel que cumplen en la construcción de un conocimiento orientado por ciertos objetivos sociales. Por ende, la investigación se tipifica según factores sociales de nivel macro-estructural (Barnes, 1994; Bloor, 1998), que de no cumplirse -según el sentido que implican- no darán el resultado esperado. Sin embargo, los agentes mismos no son accionados por tales constituyentes sociales sin reacción. Resulta más adecuado señalar que contribuyen en la delimitación de las prácticas reales de investigación, traduciendo sus propios intereses (Callon, 1995; Latour, 1992, 2001; Law, 1998). Kuhn (2001) es claro al respecto, señalando que los paradigmas no se definen sobre reglas claras, sino que sobre ejemplos prácticos, casos compartidos de resolución de “puzles”. Si la norma esta suelta, la acción debe interpretarse en su constitución, no pre-establecerse sobre un conjunto de máximas.

Con todo, las orientaciones sociales ofrecen un repertorio de relativa coherencia en base a los discursos producidos. Ya se han reconocido tres posiciones: 1) investigadores comerciales que ofician como un “medio” en la configuración de un conocimiento requerido por otros; 2) investigadores académicos que construyen conocimiento para el mundo académico internacional, buscando contribuir al mismo; e 3) investigadores a medio camino entre lo comercial y lo académico, tensionados por la necesidad de financiar sus centros y cumplir “su deber ser”: destrabar líneas de investigación. Como diría Mora y Araujo (2005), se reconocen dos intereses cristalizados en el campo de la OP: el de la ciencia, donde se busca establecer qué es la OP; y el profesional, donde se generan orientaciones para la acción en base a la incertidumbre provocada por los escenarios complejos que enfrentan ciertos clientes. Pero cabe preguntarse si tras los requerimientos definidos explícitamente se ocultan demandas implícitas (Ibáñez, 1989). Se podría interpretar que quienes investigan académicamente la OP buscan mejorar su posición en el campo científico, acumulando capital -Bourdieu (2000b) anuncia la sospecha como definición del funcionamiento de la ciencia-, mientras que los investigadores comerciales están preocupados de aumentar sus utilidades, sin importar mucho lo que deseen los clientes. Ello obviamente se cumple, pero

bajo ciertos límites. Ilustrando el punto: ciertos entrevistados niegan hacer estudios de opinión política, dada su evidente relación con objetivos manipulativos; y otros critican el funcionamiento de los espacios de investigación de la OP, no asumiendo su lógica, proponiendo un espacio de investigación que suponga su reformulación. ¿Por qué no hacer investigación comercial en cualquier sentido o asumir la lógica del campo sin ninguna crítica? La respuesta parece estar en la resistencia y en el manejo activo que los agentes hacen de los principios movilizados a lo largo del campo.

Con todo, los investigadores asumen su sujeción ante prácticas de investigación que conectan con orientaciones de acción de tipo social. Los investigadores comerciales entienden su rol típico y lo asumen como tal. De hecho, acciones colaterales a su quehacer común se definen teniendo como referencia el mismo sentido. Se reconoce que las consultoras realizan estudios propios con cierta resonancia pública, cuyo objeto es enarbolar la marca de la empresa (aunque también señalan contribuir con “información” sobre ciertos temas), o bien ejecutan estudios propios de carácter metodológico, cuyo eje es generar criterios para resolver mejor ciertos requerimientos de clientes. No obstante, incluso cuando las investigaciones son propias de las empresas, sin mediar cliente, el interés es re-afirmar la posición como mediadores o como eventuales mediadores de las solicitudes investigativas de otros, orientándolos, ayudándoles a tomar decisiones para controlar la incertidumbre de las posibles acciones ejecutadas. El Estado, el mundo político y los privados encargan estudios, dados ciertos contextos que deben controlar: avanzar la agenda de programas públicos; definir estrategias para posicionarse en la OP; y posicionar productos/marcas en la OP, respectivamente. Así, cualquier orientación social en relación al saber producido se cuadra con su papel como traductores. Ejemplo de ello es la realización de estudios para el Estado, en tanto que forma mediante la cual las empresas dan voz a la gente para que su opinión se haga presente en las decisiones públicas. Igual cuestión sucede con las colaboraciones entre empresas comerciales y entidades académicas o medios de comunicación, siendo el objetivo contribuir con información sobre algún tema importante públicamente o contingente.

El constreñimiento social se evidencia también en los investigadores académicos, quienes sostienen hacer investigación para participar del debate científico internacional en

torno a ciertos temas relacionados a la OP. Tal sujeción define la aplicación de principios metodológicos específicos. De hecho, desde esta posición la calidad del campo de la OP se evalúa en función del cumplimiento de los criterios definidos por el espacio académico dominante en torno a la misma. Las esferas académica y comercial producen conocimiento de escasa calidad, dado que los investigadores no se encuentran formados de forma profunda en investigación cuantitativa, en tanto se sostiene que las consultoras son de buen nivel solo si producen conocimiento que metodológicamente se adapta a los requerimientos científico-académicos.

Los entrevistados ubicados entre la academia y la consultoría son quienes más “suelos” se encuentran con respecto a ciertos pisos sociales. Igualmente, el uso social que buscan darle al conocimiento es construir líneas de investigación académica, estando allí el eje auto-referido de su actividad. Elaboran una crítica general al campo y plantean la necesidad de marcos normativos que orienten la práctica de investigación, dada su escasa calidad: técnica, en tanto apenas se cumplen con las normas del paradigma cuantitativo dominante; y ética, considerando la tendencia a manipular la OP en los estudios realizados. Asimismo, se acusa la necesidad de un concepto de OP fundado teóricamente, más claro y complejo. Ello solo podría ocurrir en base al desarrollo de un esfuerzo de investigación de largo alcance, el cual no existe, por razones institucionales y volitivas. Finalmente, articulando los cabos que estructuran esta posición, la crítica que esbozan sobre el campo y sus carencias técnicas, éticas y teóricas, supone una disputa por levantar un esfuerzo de investigación académica sobre soportes distintos, que no son los que actualmente dominan.

La posición académico/comercial refuerza tal postura al sostener que en el campo se desarrolla una batalla política por manejar la representación de la OP, ajustándola a los marcos de interpretación de los actores dominantes en el orden social (Bourdieu, 2000a; Champagne, 2005; Ginsberg, 2012; Lewis, 1999; Lipari, 1999). Es la posición más inquieta, la que mayor relevancia da a las discordias sociales que encierra el estudio de la OP. La razón es que esta postura expresa una tensión entre lo comercial y lo académico. Al estar sujetos a lo comercial para financiar los centros, no pueden destinar sus esfuerzos únicamente a lo académico. Sobre ello se expresa la ambigüedad de su lugar en el campo.

Los sentidos que repletan de contenido los soportes teórico-epistemológicos y los soportes metodológicos emergen con mayor coherencia sobre la base de las orientaciones sociales referidas (categoría de fundamentos sociales).

Metodológicamente, la posición comercial sostiene que los diseños de investigación (ya sean cualitativos, cuantitativos o mixtos) dependen de los requerimientos de los clientes o mandantes, en tanto que la calidad del conocimiento se juega en el cumplimiento de una serie de procedimientos técnicos (muestreo, desarrollo del cuestionario, supervisión del terreno, análisis, etcétera). La adecuación al rol de mediadores en la construcción del conocimiento sobre la OP es evidente, ya que se trata de abordar lo que otros desean de la mejor manera, y en ello hay aspectos técnicos, casi protocolares, que deben cumplirse para que el conocimiento tenga cierta calidad. Asimismo, la definición de OP que los investigadores comerciales sostienen también encuentra pleno asidero en dicha estructura, en tanto adquiere dos formas similares: es inexistente (aunque se sugieren ciertas líneas de indagación), lo cual no supone ningún problema para las operaciones del campo de investigación; o es de tipo práctico-operativa (una porción de la población-universo o lo que la gente piensa, cree y opina sobre un tema). No importa fundar un constructo teórico potente ni ofrecer una respuesta metodológica estricta, pues lo que importa es la mejor respuesta ante el requerimiento.

Resulta sumamente interesante que lo cualitativo aparezca como una de las líneas procedimentales a nivel metodológico. Cabe preguntarse si ello supone una rotura del dominio de la encuesta de opinión, sobre todo si se considera que los discursos la siguen asumiendo como modelo. Si bien metodológicamente, en la posición comercial y académico/comercial, se sostiene adecuar a la pregunta de investigación la estrategia metodológica (cualitativa, cuantitativa o mixta), cuando el discurso se especifica en relación a los elementos que configuran el tipo de conocimiento producido, no hay ninguna referencia a lo cualitativo. Por ende, puede sostenerse que la encuesta y lo cuantitativo siguen siendo el eje dominante, mientras que lo cualitativo se cuele sobre la base de ciertos requerimientos específicos. De igual forma, no debe olvidarse que toda la investigación sobre OP se define en relación a tópicos específicos, pero nunca en torno a la OP en sí. ¿Qué conecta lo cualitativo con la OP? Nada claro, salvo cierta propuesta sostenida desde la posición

académico/comercial, para la cual el proceso de formación de la OP, articulador de planos individuales y colectivos, se debe interrogar desde herramientas de corte cualitativo, únicas capaces de captar la dinámica estructurante del fenómeno. Sin embargo, ello ni siquiera es un esfuerzo existente, sino solo una propuesta.

Los investigadores comerciales reconocen que el mundo académico -preocupado de la fundamentación teórica de la OP- desarrolla investigaciones largas, con requerimientos técnicos más complejos, análisis más profundos de la información, etcétera. Hay una diferencia de sentido. La academia estaría preocupada de generar conocimiento, de construir saber. Ello, como se plantea desde la posición académico/comercial, supone procesos de investigación complejos, extendidos en el tiempo. En el espacio comercial, señalan los investigadores situados entre lo comercial y lo académico, se aplica una receta metodológica para responder de forma expresa las demandas de los mandantes: se entroniza el mandato, no el develamiento del tema estudiado.

Asimismo, los entrevistados de centros académicos que realizan consultoría mantienen a la OP en la indefinición, pero problematizan ello. Investigar la OP supone un concepto de la misma y poco se hace en el campo en pro de ese objetivo (ellos tampoco lo hacen del todo). Se plantea que debe generarse un concepto claro y auto-evidente de OP, donde el sujeto de la misma quede delimitado, en tanto hoy solo se reconoce el consenso actual sobre un tema, cuestión sumamente frágil y volátil, o bien entenderse en relación a su proceso formativo, reconociéndose la interrelación entre un plano colectivo y otro individual. Se puede notar como la última línea de interrogación concuerda con una serie de desarrollos teóricos sobre el estudio en torno a la OP, referidos al estudio de su proceso (Crespi, 2000; Noelle-Neumann, 1995; Price, 1994; Sartori, 2010). La figuración de un concepto complejo y la imposibilidad de la encuesta de ofrecer una visión completa de la OP, sino solo un consenso específico sobre determinados temas, implica el desarrollo de conceptos que involucren más dimensiones y sean capaces de captar la dinámica del fenómeno social en estudio. Por ende, estos investigadores son los que más nexos establecen con el tratamiento teórico de la OP.

Metodológicamente, la posición académico/comercial sostiene que el diseño de la investigación depende de la consideración sobre el objeto. La conexión con la posición

comercial es evidente, al menos en lo formal. Sin embargo, ocurren algunas particularidades. Si bien se reconoce la existencia de diversos acercamientos metodológicos y la pertinencia de cada cual para ciertos planos de la OP, dentro de la posición se reconocen, en la práctica, sujeciones institucionales que orientan la producción de información hacia el paradigma cuantitativo, dejando lo cualitativo para dar sentido a la información producida mediante encuestas o explorar temas poco estudiados. Ya sea que la imposición exista o no, la visión base de los investigadores académico/comerciales entiende lo cualitativo y lo cuantitativo como lógicas en igualdad de condiciones, que pueden abrir diferentes ámbitos de la OP. El objeto debiera dar la pauta metodológica, ya sea cuantitativa, cualitativa o mixta. En cuanto al tipo de conocimiento producido, sostienen una crítica al campo, dado el escaso cumplimiento de normas éticas, técnicas y a la pobreza en la indagación teórica. Son cuestiones que precisan mejora. Así, la consideración crítica del campo los lleva a asumir la relatividad de la metodología, en tanto debiera abrirse una indagación sustantiva sobre la OP que exige otros abordajes. No es solo responder ante un requerimiento o una pregunta, sino que acusar la necesidad de reformar el campo metodológicamente y en base al conocimiento que produce. El uso social que la posición académico-comercial busca darle al conocimiento producido vuelve a expresarse, dado que se busca una salida académica novedosa, donde el cuestionamiento de la OP a nivel teórico cumple un papel esencial. No solo se trata de producir información de calidad (metodológica y éticamente) según el paradigma dominante, sino que de re-estructurar la investigación misma sobre OP. De hecho, ponen en entredicho el hacer o no ciencia, en tanto no parecen cumplirse los criterios de la misma o no se desarrollan marcos de referencia teóricos sobre la OP. Pareciera que hacer ciencia para la posición académico-comercial va más allá del paradigma dominante. No obstante, se mantiene en el inconsciente de la posición que al menos se debe cumplir con el ideal que aquél impone. Es una forma de investigar académicamente.

La disconformidad de la posición académico-comercial desaparece en la posición puramente académica. En esta última se asumen conceptos claros de OP, además de procedimientos cuantitativos para estudiarla. Al ocupar un lugar en el espacio académico internacional, la sujeción ante los principios del mismo es absoluta y se manifiesta en la nula problematización de su práctica investigativa y del marco donde se instala. Lo cuantitativo es el modo correcto, en tanto permite participar del debate académico, ya que todo el

procedimiento queda en evidencia y se puede defender cada paso del protocolo aplicado. La artesanía del investigador desaparece, el método se racionaliza bajo las diferentes decisiones propias de lo cuantitativo. La seguridad es tal, que la posición definida y los productos de conocimiento desarrollados se consideran científicos. La comodidad de una posición dominante en el campo académico implica no cuestionar nada. Los conceptos a los que se alude son: la definición “minimalista” de la OP como agregado de opiniones individuales, propuesta de Floyd Allport (2009) que sustenta teóricamente el estudio de la misma mediante encuestas (cristalizada hace años); y la OP como dependiente del constructo de actitud, más estable y, por ende, medible.

La diferencia de esta posición con la académico-comercial radica en la disolución de la crítica, en el sostenimiento de que el uso social actual del conocimiento producido es suficiente desde los planos dominantes. Se encarna la labor y no se cuestiona el uso social dado al conocimiento producido: contribuir al saber sobre fenómenos asociados a la OP bajo un trasfondo internacional. Es, en definitiva, la defensa y apelación a la OP empírica (Bouza, 2004; Page y Shapiro, 2012), dada su simetría con las operaciones propias del campo.

Hasta aquí lo social domina, en tanto que lo metodológico y lo teórico se someten. Sin embargo, al interior de los fundamentos teórico-epistemológicos se había reconocido la sub-categoría epistemológica. La propuesta que se esboza es que ella se ubica por fuera del resto del discurso. Parece depender de una postura personal, antes que de alguna lógica emanada de la orientación social o del rol típicamente ejecutado en el campo de parte de las diferentes posiciones.

Se detectaron dos posiciones. Una centrada en que la OP es una construcción, basada en la compenetración sujeto/objeto, y otra referida a la posibilidad de medirla bajo un estricto control metodológico, apoyada en la distancia sujeto/objeto. Solo el discurso crítico de la posición académico-comercial encuentra coherencia en la consideración no objetivista de la OP, dado que se busca reformular la investigación en el campo bajo nuevos principios. Así, orientaciones posicionadas desde la investigación comercial establecen una postura epistemológica no problemática, donde la preservación de la distancia permite la producción de información de calidad. Mientras que otras, desde ese mismo espacio, afirman una postura epistemológica que reconoce la imposibilidad de la objetividad, rompiendo con la lectura

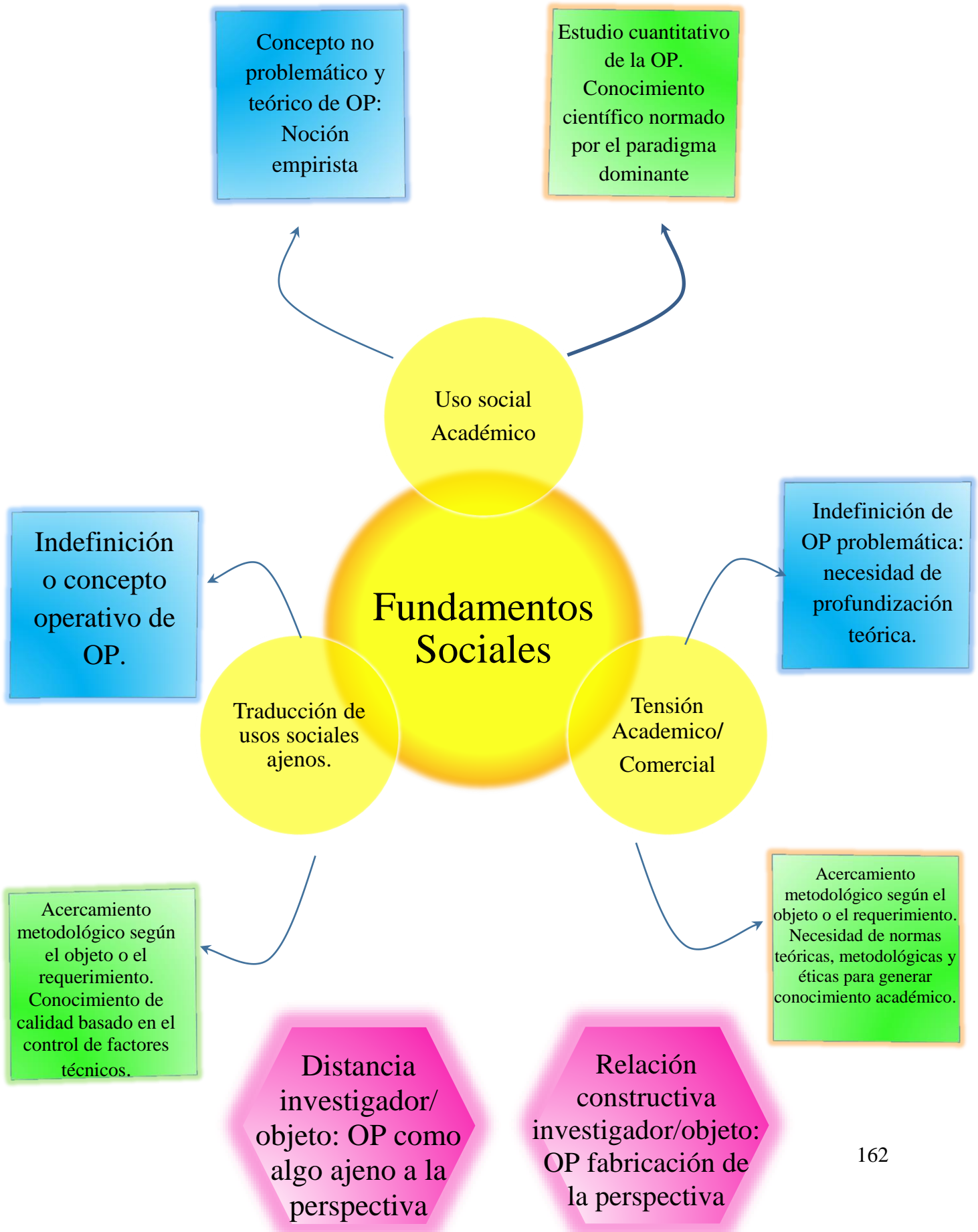


univoca de los fenómenos. Desde la posición académica, una orientación discursiva entiende que la medición de los fenómenos relacionados con la OP supone la objetividad, el captar la realidad en sí, mientras que la otra afirma el carácter artificioso de la OP.

Más que inconsecuencia, es de suponer que el sentido epistemológico atribuido a la propia práctica investigativa se sostiene sobre soportes que no necesariamente dependen del lugar en el campo, de los procedimientos que deben seguirse o de las definiciones que deben asumirse. Ello contribuye al entendimiento del campo como uno generado activamente por los agentes y no como la reproducción de principios determinados por el lugar en el mundo social. Así, se clarifica como los investigadores producen y reproducen los elementos que fundan la práctica en el campo.

Para terminar, se presenta un esquema a modo de resumen, donde los fundamentos sociales adquieren preeminencia. Pero no solo se trata de lo social como algo externo, sino como algo propio, interno a la práctica de investigación sobre la OP. Ciertos usos sociales implican determinadas orientaciones metodológicas y teóricas para funcionar, adquiriendo sentido las últimas solo si se tiene en cuenta el objetivo último de la práctica, el cual, en tanto que mantenido socialmente, debe tener alguna conexión con él.

**Esquema resumen de los fundamentos estructurantes del campo de la OP.**



### **A modo de conclusión: ¿la OP existe?**

Ya se ha detallado bastante la articulación dada en el campo de la OP. El apartado anterior ha concluido y sintetizado esta investigación de un modo tradicional. Aquí se pretende ofrecer una reflexión que trascienda ello.

Todos quienes dicen estudiar la OP, ¿lo hacen? La OP es claramente un fenómeno existente en tanto que objeto organizador de una serie de prácticas de investigación específicas, con ciertos usos sociales, determinadas concepciones y la aplicación de procedimientos metodológicos concretos. Pero cabe preguntarse si se estudia efectivamente la OP. La delimitación del fenómeno poco tiene que ver con la existencia de un campo de investigaciones. Todos hablan de la OP y se sostiene que los estudios de cierto tipo son sobre la OP. Pero nadie sabe muy bien qué es. Las posiciones con posturas más claras al respecto esbozan definiciones muy sencillas, pero por sobre todo neutralizadas. La OP emerge como un concepto estabilizado o como un piso para entender el propio quehacer, pero no como un fenómeno en sí mismo. La posición académico/comercial comentaba precisamente ello, dada la irritación que le producía ser parte de un campo que apenas tematiza teóricamente el objeto de estudio que le da denominación.

La OP es simplemente vista como un procedimiento: la encuesta de opinión. Es ella la que domina el quehacer en el campo. En tanto sea así, no supone el dominio mismo de un fenómeno, sino que de una operación metodológica. Es un matiz a partir del cual se estudian temas determinados vinculados a la OP.

De hecho, cuando se usan acercamientos cualitativos, la imagen teórica de la OP se distorsiona aún más, en tanto se rompe con el concepto implícito tras la representación ofrecida por las encuestas: el consabido agregado de opiniones. La OP queda reducida a un sentido común: lo que la gente piensa sobre los temas públicos. Solo importa el tópico respecto del cual se producen las opiniones y no el fenómeno mismo de la OP.

Estando las cosas en su forma actual, ¿hace falta la denominación de OP?, no parece necesario. De no existir, se harían simplemente encuestas o estudios referidos a cuestiones que parecen ser propias de la OP. El eje estaría en las técnicas de producción de información o en los temas a partir de los cuales se busca captar ésta. ¿Cuál es el motivo de seguir con un concepto teóricamente vacío? Sencillo, el poder. La OP no solo distingue estudios asociados

a un tema específico, sino que investigaciones con un poder específico: participar de la constitución de lo público. El mismo Bourdieu (2000), al sostener que la OP no existe, establece el carácter sumamente interesado -socio-políticamente- del conocimiento que se produce en relación a la misma.

Es precisamente ese el motivo que también está detrás de esta investigación. Disputar o entrar a la disputa por el concepto de OP. Para ello, un primer paso es establecer los fundamentos de las operaciones de investigación propias de su campo. Por supuesto, dadas las condiciones de este trabajo, se trata de una revisión escueta y sumamente acotada, pero que abre una pequeña línea desde la cual seguir. Hacen faltan muchos estudios para tener un conocimiento detallado de los soportes tras las prácticas de investigación sobre la OP.

Configurar un concepto determinado de OP supone un trasfondo o interés socio-político determinado. Por ahora, lo importante es problematizar la OP, pero no solo a nivel teórico, cuestión ya realizada, sino que en función de las prácticas de investigación que la constituyen, ya que solo así se puede pasar de la especulación a la acción, destrabando líneas de investigación concretas.

Metodológicamente están claras las falencias de este proyecto. El muestreo fue excesivamente acotado a ciertas posiciones, por lo que debe extenderse. Además, sería muy interesante ejecutar esfuerzos de observación participante en torno a las prácticas de investigación, dada la notable sujeción externa a la que está sometido el conocimiento sobre la OP, difícilmente captada en sus detalles más finos por los investigadores e incluso posiblemente naturalizada. La OP vincula a una serie de actores en cada proceso de investigación: quienes producen el conocimiento, quienes se interesan en él para generar ciertos efectos sociales, quienes lo publicitan, etcétera. Para comprender en detalle los soportes del conocimiento producido en el campo, debe estudiarse la totalidad de la red a través de la cual se va fabricando el mismo.

Con todo, algunas cuestiones parecen quedar como elementos necesarios para enfrentar futuros esfuerzos investigativos.

- Se han reconocido tres posiciones en torno al estudio de la OP: la comercial, la académico/comercial y la académica. Cada una tiene sus respectivas visiones sobre la OP, modos de estudiarla y ciertos usos sociales.

- Los fundamentos sociales son el elemento central en la constitución del conocimiento, en tanto que organizan y definen las prácticas de investigación particulares. El uso social hace girar sobre sí los fundamentos teóricos y los metodológicos.

- Las posiciones no son espacios cerrados y herméticos. Se conectan entre sí mediante planteamientos similares en torno a las prácticas de investigación que las definen. Ello mismo permite asumir que el campo de investigaciones de la OP se configura sobre elementos comunes que se actualizan de modo contingente y particular según la investigación desarrollada. No se trata de diferenciar un aspecto del otro, sino que de concebir el acto de estudiar un fenómeno bajo esa forma.

Así, el campo aparece representado como uno escasamente autónomo, dirigido desde fuera por influjos externos. Sin embargo, la OP, conceptualmente hablando y como espacio de investigaciones, siempre ha estado estructurada y articulada estrechamente con lo social. Parece ser hora de sostener que lo social no solo es algo externo, sino que un constituyente interno y esencial del conocimiento sobre la OP. ¿Ello niega que tenga alguna conexión con la realidad? En lo absoluto, lo social no niega la realidad, sino que se intercala con ella. El carácter configurado (socialmente) del conocimiento sobre la OP no supone que no haya una relación con la realidad misma que se estudia.

Se propone no eludir esta condición del conocimiento sobre la OP, dado que así se puede mantener en un perpetuo cuestionamiento, sin esconder las relaciones sociales configuradas tras él. Es asumir como su naturaleza lo que permite su desnaturalización.

## Referencias bibliográficas

1. Allport, F. (2009). Hacia una ciencia de la opinión pública. *Athenea Digital*, 16.
2. Almazán, A. (2013). Viejas y nuevas formas de estudiar la opinión pública. En Garrido, A y Vinuesa, L (Eds.). *La reina del mundo: reflexiones sobre la historia de la opinión pública*. [http://eprints.ucm.es/23600/1/Libro\\_la\\_Reina\\_del\\_Mundo.pdf](http://eprints.ucm.es/23600/1/Libro_la_Reina_del_Mundo.pdf): [Recuperado en línea junio 2015]
3. Almazán, A. (2008). No sabe/no contesta. Sondeos e institutos de opinión. En G. Capellán (Ed.), *Opinión pública: historia y presente*. Madrid: Editorial Trotta.
4. Alonso, L.E. (1995). “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa”. En J.M. Delgado y J. Gutiérrez (Coords.), *Métodos y Técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Editorial Síntesis.
5. Andréu, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido; una revisión actualizada. <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf> [Recuperado en línea julio 2015]
6. Badía, L. (1996). La opinión pública como problema. *Revista de comunicación. Voces y cultura*, 10.
7. Barnes, B. (1994). El problema del conocimiento. En L. Olivé (Comp.), *La explicación social del conocimiento*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
8. Barnes, B. y Dolby, R. (1995). El ethos científico: un punto de vista divergente. En J. Manuel Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: CSIC.
9. Beltrán, M. (1995). Cinco vías de acceso a la realidad social. En F. Alvira, J. Ibáñez y M. García Ferrando (Coords. - Eds.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Editorial Alianza.
10. Bloor, D. (1998). *Conocimiento e imaginario social*. Barcelona: Editorial Gedisa.
11. Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Editorial Hora.
12. Bourdieu, P. (2000a). “La opinión pública no existe”, En P. Bourdieu. *Cuestiones de sociología*. Madrid: Editorial Istmo.

13. Bourdieu, P. (2000b). El campo científico. En P. Bourdieu. *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Editorial EUDEBA.
14. Bourdieu, P. (2000c). *Los usos sociales de la Ciencia*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
15. Bourdieu, P. (2003). *El oficio de científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona: Editorial Anagrama.
16. Bouza, F. (2004). Desventuras de un concepto claro y distinto: Opinión pública. En J. Díez, M. Durán, L. González, J. de Ussel, X. Pérez, J. Rospir, M. de Azúa, I. de la Torre (Coords.). *Reflexiones sociológicas*. España: Editorial CIS.
17. Brunner, J. J. & Sunkel, G. (1993). *Conocimiento, sociedad y política*. Santiago: Editorial FLACSO
18. Callon, M. (1995). Algunos elementos para una sociología de la traducción. La domesticación de las vieiras en la bahía de Saint Brieu. En J. Iranzo, J. Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: Editorial CSIC.
19. Canales, M. (2006). Presentación. En M. Canales (Coord. – Ed.) *Metodologías de investigación social*. Santiago de Chile: Editorial LOM.
20. Capellán de Miguel, G. (2008). Los “momentos” de la opinión pública. En G. Capellán (Ed.), *Opinión pública: historia y presente*. Madrid. Editorial Trotta.
21. Castro, L., Morales, J., Lizcano E., y Castro M. (2008). *Metodología de las ciencias sociales. Una introducción crítica*. Madrid: Editorial TECNOS.
22. Catalán, C & Manzi, J. (1998). Los cambios en la opinión pública. En Toloza, C y Lahera, E (Eds.) *Chile en los noventa*. Santiago: Editorial Dolmen.
23. Champagne, P. (2005). Hacer hablar a la gente. El uso social de las encuestas de opinión pública en democracia. En L. Wacquant (Coord.). *El misterio del ministerio. Pierre Bourdieu y la política democrática*. Barcelona: Editorial Gedisa.
24. Corbetta, P. (2007). *Metodología y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
25. Cordero, R. (2009). Dígalo con números: La industria de la opinión pública en Chile. En R. Cordero (Ed.), *La sociedad de la opinión: reflexiones sobre encuestas y cambio político en democracia*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.

26. Cordero, R. y Tapia, G. (2009). Entre la ciencia, la política y el mercado: la construcción de la industria de la opinión pública en Chile. En M. Braun y C. Straw (Eds.), *Opinión pública: una mirada desde América Latina*. Buenos Aires: Editorial Emecé.
27. Cottet, P. (2006). Diseños y estrategias de investigación social: el caso de la ISCUAL. Santiago de Chile. En M. Canales (Coord. – Ed.) *Metodologías de investigación social*. Santiago de Chile: Editorial LOM.
28. Crespi, I. (2000). *El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente*. Barcelona: Editorial Ariel.
29. Cumsille, G & Rivas, H. (2009) Las encuestas político-electorales, una responsabilidad compartida entre ejecutores, medios de comunicación y políticos. Ponencia preparada para el 2º Congreso Latinoamericano de Opinión Pública, 22-24 de Abril de 2009, Lima, Perú.
30. D´Adamo, O., García, V. y Freidenberg, F. (2000) *Medios de comunicación, efectos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
31. d´Almeida, N. (2012). La opinión pública, entre confianzas y desconfianzas, entre el culto a los sondeos y la dinámica de las opiniones. En N. d´Almeida (Ed.), *La opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
32. Dupréel, E. (2012). Opinión pública, o la multitud a distancia. En N. d´Almeida (Ed.), *La opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
33. Durkheim, E. (2001). *Las reglas del método sociológico*. México: Editorial FCE
34. Durkheim, E. (2003). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Editorial Alianza.
35. Gainza, A. (2006). La entrevista en profundidad individual. En M. Canales (Coord. – Ed.) *Metodologías de investigación social*. Santiago: Editorial LOM.
36. Ginsberg, B. (2012). La transformación de la opinión pública por los sondeos. En N. d´Almeida (Ed.), *La opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
37. Habermas, J. (2002). *Historia y crítica de la opinión pública*. Ciudad de México: Editorial Gustavo Gili.



38. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
39. Huneus, C. (1999). Las encuestas de opinión pública en las nuevas democracias de América Latina. *Revista Contribuciones*, 62.
40. Ibáñez, J. (1989). Perspectivas de la investigación social: El diseño en la perspectiva estructural. En F. Alvira, J. Ibáñez y M. García Ferrando (Coords. – Eds.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Editorial Alianza.
41. Jara, F & Tapia G. (1995) Diagnostico de las encuestas de opinión en Chile: 1988-1995. Escuela de Sociología, Universidad Católica de Chile. Mimeo no publicado.
42. Knorr-Cetina, K. (1995). Los estudios etnográficos del trabajo científico: hacia una interpretación constructivista de la ciencia. En J. Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: CSIC.
43. Kuhn, T.S (2001). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
44. Lakatos. I. (1987). *Historia de la ciencia y sus reconstrucciones racionales*. Madrid: Editorial TECNOS.
45. Latour, B. (1992). *Ciencia en acción. Como seguir a los ingenieros y científicos a través de la sociedad*. Barcelona: Editorial Labor.
46. Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora: ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Barcelona: Editorial Gedisa.
47. Law, J. (1998). Del poder y sus tácticas: Un enfoque desde la sociología de la ciencia, En F. Tirado y M. Domenech (Eds.), *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona: Editorial Gedisa
48. Law, J. y French, D. (1995). Sociología normativa e interpretativa de la ciencia. En J. Manuel Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Compiladores), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: Editorial CSIC.
49. Lewis, J. (1999). The opinion poll as a cultural form. *International Journal of Cultural Studies*, 2.
50. Lipari. L. (1999). Polling as ritual. *Journal of communication*. 49/1.

51. Lippman, W. (1964). El mundo exterior y nuestras imágenes mentales. En W. Lippman, *La Opinión Pública*. Buenos Aires: Editorial Compañía General Fabril Editora.
52. Mannheim, K. (1987). *Ideología y utopía: introducción a la sociología del conocimiento*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
53. Mañas, B. (2013). Más allá de los sondeos: hacia un estudio discursivo de la opinión pública. En Garrido, A y Vinuesa, L (Eds.). *La reina del mundo: reflexiones sobre la historia de la opinión pública*. [http://eprints.ucm.es/23600/1/Libro\\_la\\_Reina\\_del\\_Mundo.pdf](http://eprints.ucm.es/23600/1/Libro_la_Reina_del_Mundo.pdf) [Recuperado en línea julio 2015]
54. Mañas, B. (2008). La medida de la opinión pública: una mirada sociológica. En G. Capellán (Ed.), *Opinión pública: historia y presente*. Madrid. Editorial Trotta.
55. Medina, E. (1995). La polémica internalismo/externalismo en la historia y la sociología de la ciencia. En J. Manuel Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: CSIC.
56. Merton, R. (1977). La estructura normativa de la ciencia. En R. Merton, *La sociología de la ciencia, Tomo II*. Madrid: Editorial Alianza.
57. Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Editorial Tecnos.
58. Mora y Araujo, M. (2005). *El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
59. Mulkay, M. (1995). La visión sociológica habitual de la ciencia. En J. Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: CSIC.
60. Navarro, P. y Díaz, C. (1995). Análisis de contenido. En F. Alvira, J. Ibáñez y M. García Ferrando (Coords. – Eds.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Editorial Alianza.
61. Navia, P. (2004). Public opinion polls in Chile. En J. Geer (Ed.), *Public Opinion and Polling Around the World: A Historical Encyclopedia*. Santa Bárbara: Editorial ABC-CLIO inc.

62. Noelle Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Editorial Paidós.
63. Noelle-Neumann, E. (2012). La opinión pública, entre la apatía y la movilización: la espiral del silencio. En N. d'Almeida (Ed.), *La opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
64. Osborne, Th & Rose, K. (1999). Do the social sciences create phenomena? The example of public opinion research. *British journal of sociology*, 50(3)
65. Page, B. y Shapiro, R. (2012). Reencontrar la “positividad” y la racionalidad de la opinión pública. En N. d'Almeida (Ed.), *La opinión pública*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
66. Paley, J. (2001). Making democracy count: Opinion polls and market survey in the chilean transition. *Cultural Anthropology*. 16.
67. Popper. K. (1985). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Editorial TECNOS.
68. Price, V. (1994). *Opinión pública*. Barcelona: Editorial Paidós.
69. Ramos, C. (2008). ¿Sistema, campo de lucha o red de traducciones y asociaciones? Tres modelos para investigar la ciencia social y un intento de integración. *Persona y sociedad*. 22, N° 2.
70. Sampedro, V. (2000). *Opinión pública, poder y democracia deliberativa*. Madrid: Editorial Istmo.
71. Sartori, G. (1998). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Madrid: Editorial Taurus
72. Sartori, G. (2010). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza Editorial.
73. Shapin, S. (2005). Disciplina y delimitación: la historia y la sociología de la ciencia a la luz del debate externismo-internismo. En G. Guillaumin y S. Martínez (Comps.). *Historia, filosofía y enseñanza de la ciencia*. México: Ediciones UNAM.
74. Sunkel, G. (1989). Las encuestas de opinión pública: entre el saber y el poder. Documento de trabajo N°439, Programa FLACSO Chile.
75. Sunkel, G. (1992). Usos políticos de las encuestas de opinión pública. En Documento de trabajo. *Serie educación y cultura*. Programa FLACSO Chile.
76. Taylor S. & Bogdan R. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

77. Valles, M. (1998). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
78. Woolgar, S. (1995). Los estudios de laboratorio: un comentario sobre el estado de la cuestión. En J. Manuel Iranzo, J. Rubén Blanco, T. González de la Fe, C. Torres y A. Cotillo (Comps.), *Sociología de la ciencia y la tecnología*. Madrid: CSIC.

**Anexo 1.**

## Tablas de caracterización del campo de la OP en Chile.

Tabla 1. Evolución de las características técnicas de las encuestas en Chile, 1957-2006 (%)

		1957-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Tipo de encuesta	Cara a cara	100%	100	72,6	30	45,9
	Telefónica	0	0	24,2	65,3	50,1
	Otra	0	0	3,2	4,3	3,7
Nivel de cobertura	Nacional (todas las regiones)	0	20,4	8,4	23,6	17,8
	Nacional (I-X)	0	5,6	6,9	10,2	8,5
	Algunas regiones	24,3	14,9	25,2	27,6	26
	Metropolitana (solo Santiago)	72,7	57,4	53,4	35,1	43,6
Tipo de muestra	Probabilística	96,9	57,9	45,1	43,5	47,7
	Semiprobabilística/Cuotas	3,1	36,8	53,5	53,6	49,9
	No probabilística	0	5,3	1,4	3	2,4
Casos	Promedio de casos	854,24	3479,27	1257,44	1451,8	1501,93
Error muestral	Error promedio	3,26	3,5	3,9	3,77	3,26
Trabajo de campo	Promedio de días	41	13,81	12,55	9,56	10,9

Fuente: Cordero y Tapia (2009)

Tabla 2. Evolución del tipo de información publicada, 1957-2006 (%)

Tipo de información	1957-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Ficha técnica	100	58,1	67,1	72	70,5
Cuestionario	90,9	16,1	13,7	5,1	11,4
Gráficos y/o tablas	97	56,5	78,6	83,1	80,5
Análisis y/o interpretación de datos	12,1	24,2	29,5	31,6	29,8
Bases de datos	0	0	9	3,9	5,2
Total	33	61	313	574	981
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cordero y Tapia (2009)

Tabla 3. Evolución del tipo de información publicada en la ficha técnica.

Tipo de información	1957-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Tipo de encuesta	12,1	45,2	59,3	72,9	64,8
Cobertura poblacional	100	87,1	81,4	84,8	84,3
% de cobertura poblacional	3	4,8	20,2	21,9	19,7
Número de casos	100	90,3	79,5	91,3	87,7
Fecha de trabajo de campo	6,1	58,1	64,3	64,5	62,1
Tipo de muestra	12,1	41,9	49,4	60,1	53,9
Error muestral	0%	27%	42%	64%	52%
Nivel de confianza	0	16,1	28,6	50,9	39,9
Tasa de respuesta	6,1	8,1	16,1	11,3	12,5
Total	33	62	322	586	1003
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cordero y Tapia (2009)

## **Anexo 2.**

### **Entrevistas producidas.**

#### Entrevista 1

Investigador académico comercial.

**Bueno. Lo primero es como un poco saber a ¿qué te dedicas tú con tu trabajo en relación a la Opinión Pública?, ¿Qué haces?, digamos.**

Yo, para partir, digamos, para situarme inmediatamente, yo soy sociólogo y tengo un magíster en ciencias políticas. Ehhh... mención en relaciones internacionales, por lo tanto parte de mi trabajo ha sido gobernanza, gobernanza mundial y el primer apronte que tuve hacia a la Opinión Pública tuvo que ver con eso, digamos, con que... con estudios ligados a la primavera árabe, donde hubo un poder contra-factico, si se puede decir, que empezó a cuestionar autoridades que existían, por ahí me fui metiendo al tema de la Opinión Pública, pero después ya me derive en aspectos menos internacionalistas y llegue aquí al Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública, a tomar la dirección, digamos, del Centro, lo que derivó en un campo de investigación mucho más acotado, probablemente mucho más polisémico en algunos aspectos que el que tenía antes, el de gobernanza mundial y ese estilo, digamos. Entonces, yo hoy día lo que hago finalmente es... o el Centro lo que hace es trabajar dos áreas, digamos, una que es de investigación propiamente académica, donde hay dos áreas de investigaciones, dos líneas de investigación bien fuertes, que una tiene que ver con infancia y otra tiene que ver con participación ciudadana, donde dentro de los lineamientos que están en la participación ciudadana, está el tema de la Opinión Pública propiamente tal, pero mirado desde un punto de vista académico y, por otro lado, hay unos temas de consultorías, más de Opinión Pública, ehhh... que tiene que ver con otro tipo de... una cartera de clientes, una cartera de servicios que tiene que tener un Centro, digamos, como para poder, tú sabes, o sea, como ustedes están buscando, para subsistir... nosotros subsistimos a través de ese tipo de prestación, como de prestación...

**Ya, o sea, ¿hacen prestaciones como de servicios a clientes?**

De servicios. Y también algunos pequeños, yo no le llamaría estudios, digamos, los llamaría encuestas rápidas de... para saber opinión respecto a ciertos temas, como para ir generando ciertos tipos de warning, alarma, respecto a cualquier tema que sea de la contingencia.

**Ya.**

Eso es lo que...

**Eso es lo que más o menos... perfecto. Y bueno, me decías entonces que tenías como estas dos líneas, ¿no es cierto?, una línea más académica y una línea más como de consultoría. Si tú tuvieras como que quizá... referirte a una definición de Opinión Pública a la base de ambas líneas, podrías como, no sé... desarrollar una especie como de definición o...**

No, a ver... yo debería partir diciendo que no, en estricto rigor, una definición de Opinión Pública, no...

### **Quizá como operativa, digamos.**

En términos operativos yo, yo veo... según mi experiencia, la Opinión Pública tiene que ver con corrientes, si yo pienso el mundo de la vida, para mí el mundo de la vida está lleno de corrientes simbólicas, corrientes... hay correlatos que son construidos intersubjetivamente, pero que son débiles también, digamos. Yo difícilmente podría decir “esto es Opinión Pública”, en la medida que tampoco hay relatos estructurados de manera tal que tú puedas decir “aquí hay algo y desde aquí puedo sacar”, es difícil... difícil, porque cuando uno hace estudios sobre Opinión Pública, uno podría apelar que ese estudio es representativo, que ese estudio es efectivamente la Opinión Pública. Probablemente, lo que nosotros empezamos a rascar como... o decimos Opinión Pública, simplemente es el rasgueo de que es lo que... cual es el relato consensuado de hoy día, que es lo que esta top, es como decir que es lo que está de moda. Que es lo que está de moda hoy día, que es lo que hoy día tiene cierto grado de consenso, digamos, pero la Opinión Pública, pensando cómo... cual, es efectivamente una construcción mucho más acabada, mucho más sólida, no existe, hoy día no.

### **Ya.**

Hoy día no existe, o por lo menos hoy día no tenemos la capacidad o no existen todavía los estudios que puedan hurgar, digamos, claramente en esos espacios. Entonces si no podemos hurgar, difícilmente también podemos hacer también una definición de Opinión Pública. Lo que nosotros hemos... es cómo se comporta cierto fenómeno que nosotros llamamos Opinión Pública, pero ese punto de vista, que ha pasado desde un punto de vista más clásico, donde “nosotros la autoridad tenemos que tener en consideración lo que dicen ellos, aunque sí, pero no...”, desde un punto de vista bien maquiave... más de Maquiavelo, más de realismo político, a un punto de como nosotros podemos influir sobre la Opinión Pública a través de los Mass Media, como después eso se genera como un poder contra-factico, entre racionalidades de poder, como tú quieras, digamos, pero en estricto rigor ahí no estamos estudiando Opinión Pública, estamos estudiando mecanismos para influir en una masa, en la... entonces, por eso digo, yo creo que cuando nosotros hablamos de Opinión Pública, nosotros nos referimos a un fenómeno que... no sé, es como decirlo así, a una masa, es algo que está ahí, pero que en estricto rigor no está bien definido, ya, no está bien definido, eh... y es por lo mismo, porque nosotros cuando hurgamos, hacemos estudios, estos que son



cortitos, no estamos hablando de Opinión Pública, estamos... porque la Opinión Pública debería referirse a un sujeto, a un sujeto que tiene lenguaje, un sujeto que tiene un lenguaje A, ya. Nosotros no estudiamos ese sujeto que tiene lenguaje, nosotros estudiamos aquello que lenguajea, pero que eso que lenguajea es una cuestión súper... es de una estructura muy débil.

**Ya, perfecto.**

Yo creo que por ahí, por ahí va el tema.

**O sea, cuando nosotros como que nos referimos a la Opinión Pública, en estas como dos líneas que tú me decías respecto del Centro, tanto en la parte como académica como en la parte de consultoría no podemos tener como una... un conocimiento, digamos, como acabado de...**

Acabado. Por lo pronto no, digamos, porque nadie se ha atrevido, digamos, a entrar estrictamente en ese plano. Por eso he participado de buena gana en esto, digamos, en estricto rigor, con lo que están haciendo ustedes, porque me pareció interesante como trataban de buscar indicadores, trataban de acercarse a esta cosa que nosotros podemos llamar Opinión Pública. Nosotros, en estricto rigor, asumiendo eso, nosotros nos hemos metido en el tema de participación ciudadana, que es algo que es un poquito... es mucho más institucionalizado, es mucho más fácil de poder observar, es mucho más fácil de poder estructurar, con indicadores o generar, con actividades, en base a indicadores, nosotros podemos ver tasas de participación, más allá que la Opinión Pública propiamente tal, más allá de que en muchos aspectos Opinión Pública y participación ciudadana tiene una imbricación que se da naturalmente, pero nosotros si podemos hacer una definición de participación ciudadana o, por lo menos, tenemos más herramientas para poder hacerla, entonces lo que a mí me pasa con Opinión Pública es como... es como cuando nosotros empezamos a hablar de globalización, todos sabíamos que estaba la globalización, hablábamos de la globalización, pero no existía propiamente una definición de globalización.

**De globalización.**

Ya. Y ese es un ejercicio que hay que hacer, pienso yo que la definición teórica, si bien nosotros estamos en el mundo de las ciencias sociales, y por lo tanto, la realidad es inasible, caótica, todo lo que tú quieras, digamos. Yo creo que nosotros, desde la sociología o desde otras ciencias sociales, deberíamos aportar que por lo menos nuestras definiciones sean lo más parecido, parecido a una fórmula matemática, o sea, una cuestión que sea muy específica, que sea muy... que sea auto-explicable, digamos, y hoy día no, hoy día te vai a encontrar con que un poco es una mezcla de esto otro, esto otro y vai a tener contradicciones por su carácter polisémico.

### **Pero, de todas formas, como que hacemos estudios de Opinión Pública.**

Sí, no, la hacemos, lo llamamos así y tal como nosotros antes le decíamos “no, esto tiene que ver con la globalización”, da lo mismo lo que significaba globalización, en estricto rigor, pero lo decíamos y hoy día nosotros hablamos de Opinión Pública y le damos un poder a la Opinión Pública, ya. Y eso es lo interesante, finalmente. Porque hoy día cuando Adimark hace su estudio de Opinión Pública respecto a los gobiernos, tiene un impacto, hay expectativas, expectativas sobre eso, pero insisto, la Opinión Pública es una cosa, yo creo que la Opinión Pública tiene que referirse al mismo sujeto que lenguajea, pero que hoy día no llegamos a eso, hoy día la Opinión Pública...

### **Claro, una cosa como difusa.**

Una cosa difusa, pero que tiene poder, es como raro, que existe pero no existe, ya. Y cuando uno hace, cuando uno hace... genera una cartera de servicios y estás en un plano más de consultoría, la gente dice “no, la Opinión Pública es súper importante”, no lo tienen muy claro digamos, quieren saber eh... quieren buscar un relato coherente, digamos, que piensan los demás, pero tampoco eso es tan representativo, en estricto rigor. Por ahí va la cosa.

### **Porque en estas dos líneas que tú me señalabai, se hacen estudios, digamos, específicos...**

Sí, sobre temas y nosotros... eh... nosotros si hemos visto que más allá de la no definición clara de Opinión Pública, nosotros sí creemos... según los estudios que hemos ido haciendo, que la Opinión Pública, en la medida que se ella se vaya expandiendo, en la medida que se vaya solidificando, vaya teniendo mayor poder, es un elementos que es como una parte fundamental a la hora de pensar nuestra cultura, cualquier cosa, en estricto rigor, ya. Eh... y, por lo tanto, más allá de eso, nosotros igual seguimos persiguiendo o persiguiendo de alguna manera a través de los estudios este tipo de... lo que es la Opinión Pública o asumiendo ciertas constantes respecto de lo que hemos ido haciendo. ¿Qué es la cosa que ya tenemos nosotros? Es que sí, es que la Opinión Pública tiene poder, más allá de lo que... como nosotros podamos definirla, tiene poder, ¿qué tipo de poder?, eso sería súper bueno poder medirlo, hoy día, en algunas cosas tiene mucha poder, en otras cosas no tiene poder. Algunas cosas si permite permear el campo de lo político, en otros no lo permite, y eso a que se debe, se debe... se deberá, digamos, a la Opinión Pública en sí, a la estructura política que tenemos, a la estructura constitucional que tenemos, eso es tema, es tema para estudiarlo, digamos, ahí hay un nicho que no ha sido...

### **No ha sido muy abordado.**

No ha sido abordado. Yo me atrevería a decir que no ha sido abordado para nada. Y, por otro lado, creo que la Opinión Pública, en términos de la consultora, todo a lo que tenemos apelando, son corrientes, son a corrientes, ni siquiera de pensamiento, sino corrientes...

corrientes de opinión, y que es lo que hace, hacer estudios con distribuciones básicas, frecuencias básicas de cómo se distribuye cierto tipo de cosas respecto a cierto tipo de opinión, pero eso también es... hay un terreno gris ahí, quien lo pone, quien lo intenciona. Muchas veces me ha tocado... la otra vez estábamos trabajando con una minera, entonces querían saber la Opinión Pública... opinión de la gente respecto de las mineras, digamos. Mi equipo estaba armando el instrumento, entonces ellos me dijeron “bueno, pero nosotros queremos intencionar que sepan algo, entonces hagamos la pregunta así”, hay entrai en un terreno de “bueno, ¿qué estamos haciendo?, estamos preguntándole a la gente o estamos intencionando que la gente sepa que existen las mineras o que si estamos presionando que...”, entonces no es lo mismo preguntar “¿tú conoces algo que han hecho las mineras a nivel cultural?”, a decir que, por ejemplo, “la minera Escondida ha gastado 8 mil millones de dólares en esto, ¿qué le parece esto?”, ya. O sea, “ha gastado 8 mil millones de dólares en niños desnutridos y los ha sacado de la pobreza”... estoy extrapolando... “usted sabía eso, no, a usted le gusta, sí”, ya. Ya, entonces podemos decir “bueno, la gente está muy interesada en lo que ha hecho la minera Escondida, porque ha...”, eso... hay ¿qué estamos haciendo?, estamos intencionando, digamos, un relato de la Opinión Pública o no lo estamos intencionando, entonces hay interés también respecto a la construcción del instrumento, a la intervención respecto de lo que nosotros hacemos respecto a la sociedad, entonces, por eso te digo, es tremendamente maleable, todavía, el concepto y el uso del concepto, básicamente. Y yo creo que esta, si bien... es que esto es como un volcán, yo creo que el tema, así, salió, esta así como... no sé cómo es la palabra cuando un volcán está activo... erupción, erupciona, ya, esa es la Opinión Pública y hoy día está en estado de lava, todavía no se solidifica, todavía no la podemos ver qué es, pero en el fondo todos hablamos de eso.

### **Está ahí, digamos.**

Y no solamente hablamos de eso, sino que lo hemos cooptado y lo hemos utilizado también como un elemento que genera, produce dinero y que produce también conocimiento, ya. Y con ello me refiero a Adimark y unas que cortan mucha, digamos, cortan mucha plata y, en función de cuál es su... digamos, cuál es su expertis, Opinión Pública, esa es su expertis, entonces... muy beckiano, muy beckiano esta cuestión, así como “mira, esto es así, generan (inintendible), pero también los mismos sistemas van a (inintendible)”, yo creo que por ahí, digamos, hay una cuestión súper interesante.

### **Perfecto, oye y ya quizá entrando más al plano metodológico, como lo específico de... ¿qué herramientas utilizan ustedes ahí en el Centro para... qué herramientas metodológicas, encuestas fundamentalmente?**

Mira, nosotros, en general, depende mucho de la naturaleza de lo que se quiere, hay cuestiones que... obviamente las encuestas, digamos, pero también utilizamos método Delfos, o sea, grupos de expertos, que se le envían, que después... se van validando en función de esos tipos de conocimiento, reconocimiento, redes de conocimiento y buscando...

Las entrevistas en profundidad, los focus. En general, dependiendo de la naturaleza de los requerimientos que hace el mismo estudio o cuando se están haciendo consultorías, lo que quieren los sujetos que hacen su encuesta. Y, por lo tanto, nosotros triangulamos metodologías, cualitativas, cuantitativas, dependiendo de lo que se necesite.

### **Dependiendo de lo que se necesite para...**

Sí. Lo que sí está claro, nosotros reconocemos que hay un tema ahí, que tiene que ver con lo que te decía yo, digamos. Y hay un tema que no ha sido revisado, no ha sido profundizado, más que nada no ha sido cuestionado desde un punto de vista académico respecto de la construcción del instrumento. O sea, ya. Hoy día... leía el otro día un libro que se llama "Vivan las encuestas"... no recuerdo el nombre en este momento. Y que tenía que ver con eso, la encuesta es... o construye Opinión Pública o condiciona una Opinión Pública... hay un tema ahí, mientras más uno... hoy día que... existe, existe la idea de que la Opinión Pública es muy importante, no estoy hablando solo de... que la gente, la gente piensa que es súper importante, tú opinión es importante... o por... cuando ve que en Adimark el presidente o un ministro tiene un 20% de aprobación, el pie adjunto es que es probable que haya cambio de gabinete, como ese tipo de poder, que es un falso poder, en estricto rigor, digamos, pero... pero genera una sensación de... "mi opinión es importante", cachai, más allá de que sigan pensando de que aquello que ellos digan no va a cambiar nada, porque los políticos siguen siendo iguales, digamos. Entonces, por eso te digo, hay un espacio muy, muy gris...

### **Pero, en el fondo, como que la metodología...**

La metodología juega un papel que... juega un papel, yo creo que la metodología es tan maleable, que puede ser un juego positivo o negativo, digamos. Recuerdo mucho (inaudible) que le hacía Weber a Otto Von Bismarck, digamos, de la burocracia. La burocracia funciona bien, digamos, pero es tan apática, es tan brutal, que en el fondo cualquier pelotudo... cualquier pelotudo que llegue, lo va a utilizar a su favor. Von Bismarck podía, porque tenía cierto tipo de autoridad, porque luego después Guillermo II a tirar para la calle... primera guerra. O sea, hay un tema ahí respecto a la metodología donde no existe una... en caso de que exista, es muy débil, porque en el fondo no hay una revisión exhaustiva, ética respecto de las metodologías que se ocupan.

### **Claro.**

O sea, yo todavía no he escuchado a nadie que diga "bueno, sentémonos a conversar sobre... esto y sistematicemos esto y veamos cómo nosotros estamos utilizándola y en la práctica cómo estamos utilizando los métodos para abordar la Opinión Pública", ya, "esto es correcto, esto no es correcto", ya. Yo si he escuchado por ahí críticas a algunas metodologías, algunas preguntas, ok, a... ok.

### **Se quedan como en el plano técnico.**

Se quedan en el plano técnico, pero yo estoy hablando que ese plano técnico tiene un plano ético, y un plano ético que todavía no es abordado y que solo es abordado por aquellos que efectivamente tienen en su cabeza que “aquí hay una cuestión ética que es importante”, ya, o sea, todavía sigue siendo individualizado, pero lo voy a poner en estos términos, no ha sido institucionalizado casi por el gremio, el gremio de los encuestadores, ya, no.

### **La discusión sigue en un plano muy...**

Sí, efectivamente, cuando haces seguimiento a los encuestadores, que ese es otro mundillo, te dai cuenta que también hay mucha displicencia, me ha tocado pillar gente haciendo encuestas, me encuestan a mí, van a la casa, yo no les digo, digamos, que hago, en el fondo. Me empiezan a contar y yo veo la manipulación de... o porque el gallo está cansado de hacer encuestas, o porque quiere hacerlas rápida o porque efectivamente se les pidió, en, no sé, la capacitación de encuestadores se les pidió que hicieran así. Es Opinión Pública, es (Inentendible) levantamiento de la Opinión Pública, cualquiera sea su definición, o es condicionamiento de la Opinión Pública, o es construcción de la Opinión Pública.

**Pero tú crees que eso tiene que ver, un poco, con lo mismo que me decías antes, de que como que no había una estructura en el concepto mismo, como que no había un conocimiento acabado de lo que era la Opinión Pública, entonces quizá no logra como trasvasijarse en una metodología mejor estructurada.**

Claramente, o sea, probablemente si nosotros tuviéramos una definición mucho más clara, probablemente menos ambiciosa en algunos aspectos, digamos, pero que sea más precisa, difícilmente nosotros podíamos vislumbrar los alcances respecto a... lo que podemos sacar de ahí o extraer de ahí y con ello pensar también las metodologías, los instrumentos que nosotros estamos usando para abordarlo. Hoy día nosotros la abordamos según lo que nosotros tenemos a mano, pero eso, digamos, como no está institucionalizado, como es algo así como claro, digamos, bueno entonces es súper maleable, súper maleable.

### **Claro, queda ahí.**

Ya, entonces ahí tenemos otros problemas. O sea, insisto, yo creo que nosotros tenemos varios flancos respecto de cuando hablamos de la Opinión Pública y eso parte primero con una definición, pero creo que difícilmente creo que nosotros podemos lograr tener indicadores, ya, eh... respecto a una Opinión Pública en la medida en que nosotros nos vayamos refiriendo a la... Probablemente cuando lleguemos a un consenso nos vamos a dar cuenta que la Opinión Pública en sí, como definición y hacia donde apunta y cuáles son sus límites, va a ser una cuestión mucho más acotada, mucho más acotada de lo que nosotros hoy día creemos y utilizamos como y definimos como Opinión Pública. Pero aun así mi Centro

se llama Centro de Estudios de Opinión Pública, me explico, no es cierto. Y muchos centros de Opinión Pública dicen que es Opinión Pública, pero probablemente ninguno de estos centros se ha hecho la pregunta o hecho un ejercicio de definir Opinión Pública. Opinión Pública es aquello que está ahí, esas corrientes que salen, nosotros como que las tomamos y... construimos un relato.

**Claro, eso. Eso como que se da un poco así, de hecho. Como que no se da el ejercicio teórico antes del...**

Sí, sí, significa que en la Opinión Pública está todo lo que opinan, lo que piensan, que hacen respecto de criterios políticos, respecto a la sociedad que quieren, como si la botella, la botella tiene forma agradable...

**Agradable claro, para el consumidor, digamos.**

Eso también es Opinión Pública. O qué piensa el grupo del gremio de los mineros respecto a inmigración.

**Ya, y eso ¿tú crees que se da como a nivel general en el campo de estudios de la Opinión Pública, como todo el campo o tú crees que hay abordajes como más profundos, no sé?**

Mira, a mí no me ha tocado ver abordajes más profundos respecto a la Opinión Pública, nosotros, de hecho, me atrevería a decir que el mundo del periodismo aborda más o trata de abordar, con las pocas herramientas que tienen... pocas herramientas teóricas y metodológicas que tiene un periodista, lee más sobre teoría de Opinión Pública, a través de... porque le importan los mass media. Pero sociológicamente, más allá de lo que hace Habermas, pero Habermas más que un diagnóstico propiamente tal, o sea, efectivamente tiene un diagnóstico, pero también tiene una propuesta que es eso, digamos, es una propuesta que, en muchos aspectos, sobre todo en América Latina, lo que nosotros comparamos, decimos "esta para la realidad concreta de lo que... digamos, de la prognosis de Habermas", yo no sé si alcanza para Habermas, pero propiamente tal, hay ahí un tema, entonces a mí me llama la atención eso. Que no haya efectivamente en el campo... alguien que se meta en eso. Ahora, probablemente es porque nos conviene, probablemente es porque conviene, hoy día al mundo le conviene que no... porque efectivamente tú a todo puedes ponerle una etiqueta de Opinión Pública y decirle que, en estricto rigor, lo que puede ser o no puede ser. La Opinión Pública dice que, insisto, la botella es... ya. O la Opinión Pública dice respecto a este político, respecto a este tema, puede ser, digamos, pero que puede que no. Puede que sea todo lo contrario. Entonces, depende también de las preguntas, todo depende de... porque trabajar, es trabajar sobre, en otro aspecto, es tratar de generar información para la toma de decisiones sobre ciertas... que la gente no sabe para qué le están preguntando, por qué le están preguntando, o en el contexto... y no se sabe.

**Oye y metiéndonos un poquito como en eso, como en ese tema de la toma de decisiones, si uno como que intentará captar cuales son los intereses que están detrás de los estudios de Opinión Pública. ¿Qué intereses tú crees que son intereses como sociales, quizá como particulares?**

Temáticas propias de...

**Ehh... claro, o sea, me refiero como a quienes están detrás, por así decir, de lo que sería la Opinión Pública hoy en la actualidad o de los temas que uno estudia cuando estudia Opinión Pública. Y porque son ellos, cachai...**

Yo creo que ahí. Apliquemos Realpolitik, o sea, yo creo que, en estricto rigor, hay una intencionalidad económica, ya, o sea, lo que hay ahí, lo que había ahí los últimos años era el nicho que se encontró, estoy hablando de psicólogos, estoy hablando de sociólogos, estoy hablando de antropólogos, estoy hablando de... una cantidad de centros que explotó durante los 90' en adelante, yo creo que diría un poquito antes. Me acordaba de un capítulo de los 80' de esta última temporada, donde Félix es sociólogo, es sociólogo y exitoso y decía "pero que...", yo me acuerdo si hace estudios de Opinión Pública y hace asesorías, digamos, la imagen del asesor, que sabe lo que está ahí, en el mundo de la vida, es como... en el fondo, tiene que ver ahí. Se encontró un nicho y ese nicho finalmente se transformó en un lugar de producción económica de la Opinión Pública y, por lo tanto, hoy día yo he visto muchos lugares, muchos centros, mucho... que te vende eso, te lo vende, lo transforma en un producto. Ehhh... pero también hay una intencionalidad política, finalmente los que mandan a hacer los... la encuesta son los políticos, son los partidos y, en ese marco, las preguntas que hacen están altamente expuestas a ser manipuladas, digamos, a intencionar. A intencionar respuestas. Yo recuerdo mucho que, bueno, la derecha, en la primera etapa de la Concertación, digamos, hasta el primer gobierno de Bachelet, su tema era la delincuencia, cuanta encuesta sobre la delincuencia hacían. Entonces, "usted cree...", preguntas como ehhh... "usted ha visto noticias sobre violencia", y obvio que veían noticias, porque aparte de ver la parte amarilla, venían 20 o 30 minutos. "Usted cree que hay violencia", sí, 98% de la gente dice que si hay violencia, y ¿qué generaba?, que eso es lo que se intentaba hacer, sobre la lucha respecto a los excesos de medios de comunicación, tú generabas agenda, ¿Qué intentaba hacer con esa agenda?, ¿agrandar la arena política?, no, no estrictamente, sino que meter un tema en esta arena política que era súper reducida, ya, hiper-presidencialista, entonces por ahí va. Por eso nosotros nos hemos metido en participación ciudadana, porque yo creo que hay un tema que es importante al respecto, no solo lo que entendemos por Opinión Pública, sino que también tenemos que ver sobre el espectro donde se experimenta su ser o el suceder de esa Opinión Pública, y eso tiene que ver en los planos, en planos importantes, como cuando queremos hablar de asamblea constituyente, esas cosas, respecto a la amplitud o a la poca amplitud, mayor o menor amplitud, de la arena política, donde hay se juega efectivamente lo político y ahí se produce el intercambio donde hay una Opinión

Pública o sobre lo público, sobre lo público... todo eso no existe hoy día. Hoy día lo que nosotros manejamos es meter tema, meter tema... pero aunque en esta última instancia se ha visto una especie de apertura, sigue siendo una apertura chica, por eso es súper importante el tema de la asamblea constituyente, porque la asamblea constituyente lo que intenta hacer es estructurar de cierta manera esta arena y poder ampliar, ¿qué es lo que hacen hoy día las organizaciones de la sociedad civil?, que tienen la participación ciudadana como su tema, su leit motiv, “¿cómo nosotros podemos incidir?”, claro, y ese es el gran verbo que tienen, “¿cómo podemos nosotros incidir en la agenda política?”, “¿cómo...?”, “si metemos tema”, o “hemos intentado mucho de meter este tema y no hemos podido”, entonces “amplíemos, amplíemos, amplíemos, ojalá lo más posible o busquemos a través de la asamblea constituyente una amplitud respecto de esta arena política donde nosotros podemos discutir sobre lo público, donde nuestra opinión puede ser considerada una Opinión Pública, ya, en estricto rigor, y nos metemos ahí”, que nosotros efectivamente con la participación ciudadana nos podemos meter, de cierta forma, podemos observar de manera mucho más específica, cuánta participación, quiénes participan, cómo se institucionaliza, cuál es el aporte de ese mundo de las organizaciones de la sociedad civil, cuánta gente está metida, cuál es su capacidad de convocatoria, cómo traducen ellos sus temas al vulgo, y cómo el vulgo entiende ese mensaje y si ese vulgo asume su mensaje como tal y vea lo que ve a dar. O sea, hay una infinidad de temas, una infinidad de... que efectivamente son tremendamente, la ventaja es que nosotros podamos discutir sobre eso, pero que no han sido abordados, no han sido abordados y que, en estricto rigor, debiesen ser abordados, si nosotros quisiéramos, como ustedes quieren hacerlo, traducir toda esta complejidad en un concepto de Opinión Pública que sea auto-entendible y auto-explicativo, cachai.

**Pero, ahí igual hay como dos intereses, por lo que yo detecto un poco, hay como un interés más académico, cierto, que tiene que ver también con las labores que ustedes realizan, como centro, y que tiene que ver precisamente como con esa línea de participación ciudadana y que intenta como generar como un nicho más como de intereses que igual son como más académicos o de... y el otro que es como el tema de la consultoría, que ahí claramente está como metido el tema de la intencionalidad política y la intencionalidad económica.**

Efectivamente, sí, sí.

**¿Cómo podrías tú como caracterizar quizá el... la parte más académica, así como...? o sea, entiendo como...**

No, o sea, es que lo que pasa es que la parte académica, nosotros asumimos como, a ver, nosotros como centro pensamos que si no hay... académica, no es un centro, es un consultoría, tendríamos que partir por ahí. Nosotros no queremos ser consultora, nosotros creemos que, nosotros creemos que el hacer ciencia o el hacer, digamos, estas proyecciones académicas, implica un nivel de sistematicidad diferente, los tiempos son diferentes, los



intereses son diferentes y, por lo tanto, te cambia todo, te cambia todo, incluso transforma las metodologías que tienes que utilizar, eh... te cambia el tipo de expertis que necesita uno al analizar, te cambia el tipo de validez que tú quieres darle a los datos. En estricto rigor, cuando nosotros hacemos estudios, por ejemplo, de... insertados hace poco en la Unión Europea respecto a la participación ciudadana y financiamiento de la democracia, que a nosotros nos interesaba mucho. Es un estudio que ha tomado tres años, por ejemplo, es un estudio que ha pasado por una cantidad de validación de expertos, increíble. Que tiene una intencionalidad más, que la única intencionalidad que tiene es producir conocimiento, eh... que otra de sus intencionalidades es que tiene una capacidad heurística que nos permita seguir produciendo más cosas, digamos, en ningún caso hay un interés de resolución, sino que de cuestionamiento y de poder seguir avanzando, y eso implica una sistematicidad y rigurosidad en los métodos que... que es diferente al tipo de rigurosidad, no estoy diciendo que sea menos riguroso lo otro, pero en el fondo que tiene otro de tipo de rigurosidad metodológica. En cambio, en cambio cuando tú haces las consultorías tienen un principio y un final, es difícil ver, y yo creo que, bueno, hay muy pocos estudios, bueno, hay esta la Adimark...

*(Interrupción, pues el café donde se realizó la entrevista cerró a ocasión de un evento)*

**Bueno, estábamos como en esta cuestión, no sé si dicotomía, pero al menos como diferencia entre un plano como más académico y más como...**

Ya, entonces yo te decía que son dos paradigmas de hacer cosas, eh... que parten desde los tiempos, temporalidades que hay, eh... al hacer un estudio así, respecto a la metodología, la rigurosidad en todo el proceso, eh... los tipos de expertis que necesita y los tipos de información a los que tú estás apuntando. Eh... en general, las consultorías apelan a información fresca, rápida y que, por lo tanto, tiene... en general, o es lo que se hace, así en términos cuantitativos, no buscas asociaciones, ni haces relaciones, ni haces regresiones, digamos. ¿Qué es lo que haces tú?, la distribución básica, digamos, promedio, moda, pura estadística descriptiva, entonces no sacas mayor jugo... jugo a ese tipo de información. Es acotada, te refieres a ciertos tipos de preguntas específicas, porque no tienes ninguna naturaleza... panel, si se puede decir, o sea... seguimiento a esto, muy pocos estudios le hacen seguimiento a la Opinión Pública respecto a cierto tema, yo creo que se pueden nombrar los de Adimark, los de la CEP, pero aun así los tipos de preguntas que hacen son relativamente acotados dependiendo la contingencia. En estricto rigor, lo que hacen los centros, es mi impresión digamos, es que los estudios que hacen no tienen ningún tipo de... no son longitudinales bajo ningún sentido, depende su naturaleza. Eh... y tampoco, al no hacerle seguimiento, tampoco hay un impacto sobre ciertas cosas, ya, porque este es el estudio de la Opinión Pública, no son estudios sobre un cierto tema y ver qué pasa con la Opinión Pública, sino que... cachai, son diferentes formas de abordar, entonces, está mucho más al servicio del que pide la encuesta, o sea, cambia completamente la metodología, qué es lo que se hace, cómo buscar la metodología que se acerque más rápidamente, más

confiablemente al tipo de información, ya, pero tú no haces filosofía ni epistemología respecto a los métodos que estai haciendo, que es un proceso que tú vas a hacer cuando haces un trabajo académico, ya. O sea, lo primero, no, aquí no, aquí elijo una receta, frente a tal situación, cual es la receta, esta es la receta y sacamos la información. Ehh... pero por eso te digo que es súper cuestionable, finalmente, el tema, porque cuando tú utilizas recetas, tú piensas sobre la receta, tú no piensas sobre el sujeto a quien le vas a aplicar la receta, cachai. Por la misma razón, que yo te decía, cuando nosotros hablamos de OP, no estamos hablando de... nosotros no nos preguntamos sobre el sujeto que lenguajea, o sea, nosotros lo que estamos buscando es qué se lenguajea, pero en el fondo...

### **Pero quizá, no sé, lo académico está un poco más cerca...**

Si po, por lo menos la pretensión, académica, apunta hacia allá. Que se haya logrado, que no se haya logrado, yo tengo mis dudas todavía, porque, en estricto rigor, tampoco tenemos tantos estudios académicos que vayan al fondo respecto a la OP propiamente tal, en general los estudios académicos apelan a ciertas temáticas y qué piensa la gente respecto de eso. No es el estudio de la OP como concepto, como comportamiento, como... cachai, o sea, de cierta forma es muy indirecto la relación que hay ahí, así que...

### **Tampoco...**

Tampoco, bueno, y por eso insisto, por eso me parece súper interesante que se haga esto, digamos, que estén trabajando sobre estas temáticas, porque no hay, en el fondo no hay. Nosotros cuando hemos estado trabajando con la asociación nacional de organizaciones de la sociedad civil, cuando hemos hablado de OP, tampoco ellos lo tienen muy claro, digamos, pero operan sobre ello, operan igualmente o algunos dicen “no sé, tampoco operamos sobre ello, pero tampoco...”

### **Claridad como del concepto...**

No tienen claridad del concepto, propiamente tal. Uno podría decirte que hay indicios, sobre eso operamos, pero digamos que tampoco que es una operación sistemática...

### **Oye y quizá esta misma como distinción que hacemos entre lo académico y lo más de consultoría, ¿se replica como en todo el campo de estudios de la OP?**

Obvio, sí, sí. Además, tú tienes que entender que, generalmente, todos los centros que toman OP, son centros, son consultoras, por lo tanto las consultoras compiten, compiten en el mercado, entonces ponerse a pensar sobre estas cosas implica tiempo, les quita competitividad, en lo más estricto, porque los haría menos flexibles, entonces aquí no, aquí insisto, el mundo de las recetas, existe una mejor receta para sacar esto en un menor tiempo, con mayor rentabilidad, que te permita... o la experiencia que tú tengas respecto a otros estudios que te permita competir, digamos otras licitaciones. Es bien complejo. Nosotros

como centro, a mí personalmente me genera ruido, porque claro, los centros tiene que sobrevivir, cuando hacen esta cosa de...

### **De la consultora...**

Pero, en el fondo, nos pone en una tensión, porque mi intención no es entrar a competir, porque si empiezo a competir en el mercado, entro en otra dinámica, el centro pierde lo que se espera de él, y a mí me interesa que mis investigadores, que mis asistentes de investigación, tengan otra dinámica, que es una dinámica respecto a la construcción de conocimiento, esa construcción de conocimiento, en estricto rigor, no siempre va de la mano con la construcción que hace el mercado respecto al conocimiento que se genera, digamos, entonces hay un tema ahí. Ehhh... cómo logro incentivar a mis investigadores a que hagan esta cosa de consultoría, pero sin dejar de hacer esta cosa más académica, o cómo investigar el interés académico, hay que hacer esto igual, sin trasvasijar, digamos, los límites, y esos límites son súper difusos...

### **Incluso un límite como el de...**

Incluso, incluso ese límite es súper difuso, digamos. En cualquier momento...

### **Un paso de un lugar a otro.**

Claro, sí. Súper difuso. Pero es mucha la realidad de algunos centros de estudio que están en universidades, que están... porque, en estricto rigor, plata para la investigación, lo sabemos acá, lo sabemos en la Chile, lo sabemos en todas partes, digamos. Plata para la investigación no existe propiamente tal, no existe. Los fondos son nimios, los fondos son elitistas en muchos aspectos, que tienes que tener el doctorado, que no sé qué, te ponen una cantidad de requisitos que para el investigador junior es imposible de replicar, entonces hay una reproducción de investigadores que está ahí. Pero es complejo, entonces los centros no tienen plata que ponga la universidad o el Estado, para que “usted investigue, usted va estar solventado, no se preocupe, dedíquese a investigar”, eso es muy poco, digamos. Y que se le pague muy bien al investigador, tampoco, poquísimo. A mí me preocupa mucho los que vayan a llegar ahora de becas Chile, van a haber cómo mil doctores, pobres sujetos, probablemente van a terminar haciendo estudios de OP, cuando son doctores de no sé qué, me entendi. Yo creo que hay va a haber una perturbación en la fuerza, como se dice, que no vamos a saber dónde meter a esos dos mil y tanto, tres mil y tanto doctorados, doctores que van a llegar ahora a Chile que, en estricto rigor, y en el mundo ideal, deberían meterlos en centros de estudios a investigar, pero con... por lo menos bien pagados, digamos, que les permita subsistir bien, pero que con las condiciones estructurales para poder investigar, o sea, fondos para poder investigar, tiempo, que no tengan esas constricciones que tienen, en general, los centros hoy en día. Hoy día todos los centros se ven obligados a generar alianzas con otros lugares, a palancar fondos, triangular con otras universidades, porque no hay mucho

más. Pero... eso también se vuelve una expertis finalmente, expertis del sujeto que sabe sacar fondos, digamos. Entonces, es complejo...

**Claro, una expertis dentro como de...**

Claro.

**De un mundo que replica condiciones de mercado igual.**

Sí, no sé, por ejemplo, para mí ha sido, yo soy básicamente investigador, pero ahora en la dirección que me ha tocado convivir con, bueno, hay que palancar más recursos, eso es gestión, no es investigación, es otra cosa. Y hay sujetos que son bastantes expertos en eso, y otros que no. Entonces...

**Sí po, son cosas distintas igual.**

Claro.

**Como administración y...**

Claro, efectivamente. Entonces...

**Oye y metiéndonos en esta pregunta como por la construcción del conocimiento propiamente tal, como quizá una pregunta más epistemológica igual, tú me decías que el tipo de conocimiento que se construye en la línea más académica se diferencia de aquél que se construye en la línea más de consultoría propiamente tal, ¿tú podrías decir que uno es científico y el otro no, uno es más científico que el otro, o ninguno es científico?**

Mmm... yo... a ver, yo no me atrevería a dar una aseveración así, como esto es científico, esto no es científico, ya. Lo científico tiene que ver con una expertis o una forma de hacer, una forma de construir conocimiento. Ehh... y eso está mediado por una metodología, esta mediado por ciertas características, pero además ese conocimiento científico es validado solamente por los científicos, por aquellos que validan los científicos, entonces hay un tema ahí de auto referencia que es importante. Lo que sí está claro es que, en general, lo estudios que se hacen de consultoría respecto a OP, ehh... tienen un principio y un final, y no tienen, digamos, un valor heurístico, mayor que ese. Pienso que, en estricto rigor, cuando nosotros hacemos investigación o producción académica, la producción académica tiene, de por sí, un valor heurístico superior, diferente. Porque la ciencia avanza a través de más preguntas, a través de la... como diría Popper, falsación de las hipótesis, digamos. Pienso que una de las mayores diferencias radica ahí, digamos. No tiene que ver que si uno es científico y el otro no es científico. Porque además siento que no tendría las herramientas yo hoy día para decirte taxativamente algo así. Ehhh... hay cosas que dicen de la guata, que es más riguroso, pero

tampoco quiere decir que el trabajo que hacen las consultoras es poco riguroso, digamos, o sea, bajo las herramientas y las recetas que tienen, sí, son rigurosos, porque sino no pueden ser competitivos en el mercado, me entiendes. Ehhh... siento que, claro, si tuviera que decir que esto es científico y esto no es científico, me aburguesaría demasiado, como esto sí, pero esto no, porque esto es la verdad. Pero sí, la producción académica tiene un valor heurístico que no tienen los estudios de mercado, por ejemplo. Que no tienen los estudios de OP, así como así. No te permite generar relaciones, asociaciones, ehh... no te permite avanzar en algunos aspectos. No se enriquece de otro tipo de conocimiento. Entonces, yo creo que sí, hay ahí una diferencia, y es esa, digamos, por lo menos lo primero que a mí me salta a la vista.

**O sea, tiene que ver igual esa pregunta como quizá con que uno cuando intenta hacer ciencia, genera conceptos, genera toda una discusión como previa y después como que se mete quizá a la parte como metodológica, en cambio como que los estudios de consultorías son un poco como más al hueso.**

Sí, sí, está bien, pero a ver, ojo. Lo que pasa es que... sí y no, digamos, aquí nos desviaríamos del tema. Aquí la pregunta es ¿si la gente que sale de sociología, antropología, psicología hacen ciencia?, o cuando salen de pregrado ¿son sujetos que son capaces de armar investigación, son investigadores?, ¿cuántos años de experiencia se necesita para ser un verdadero investigador?, o sea, hay un tema también de preparación, casi hasta de pregrado, o sea, ¿saben escribir?, ¿saben interpretar los datos?, o sea, saben producir datos, pero ¿interpretarlos?, claro. Por eso yo tengo, digamos, esa, no es una animadversión, pero digamos, doy un paso atrás cuando dicen, bueno, esto es ciencia, esto no es ciencia, no, no lo sé. Porque la experiencia me dice que muchas veces quienes decimos que hacemos una producción académica, o están haciendo una producción académica, en estricto rigor, no tiene una calidad de investigación de lo que tú esperas de una investigación. Entonces, hay que tener cuidado (¿ojo?) con eso. Ya, pero si considero que... porque es producción académica, de hecho, entonces no, yo he visto que, incluso ahí, digamos, hay un tema, o sea... La otra vez estábamos haciendo, a propósito de un estudio, tomamos una cantidad de sociólogos de distintas... varios focus, y una de las cosas que me llamaban la atención es que decían “bueno, hay dominios que dicen que el sociólogo debería ser un investigador”, tengo alumnos de sociología apenas... cuando salen de la... escriben más o menos, entienden más o menos, no tienen herramientas de investigación propiamente tal. Probablemente la pretensión de que salgan investigadores de un pregrado es, digamos, es ambiciosa, porque... que haga un magíster, o se especialice en investigación, después un doctorado, o sea, porque es muy... cachai. Entonces, claro, cuando empiezas la distinción de esto es ciencia, esto no es ciencia, no lo sé, no... Me genera ruido, me genera ruido esa distinción tan taxativa, tan... sí, hay rasgos que tú dices “sí, esto es muy diferente a lo otro”, pero en el fondo...

**Pero no como para llegar a una definición tan violenta, por decirlo así.**

Pero no para llegar a una definición así. Sí, Pero yo lo que si veo, que se puede remarcar, es eso digamos, el valor heurístico...

### **Una posibilidad quizá proyectiva también...**

Efectivamente, digamos. Efectivamente, y por lo tanto... es que funcionan desde paradigmas diferentes. Uno desde el paradigma de la competitividad de mercado, por lo tanto, tiene que ver con relaciones más técnicas, más acotadas de ver. Y las otras no, en general, los estudios que nosotros hacemos, tienen carácter longitudinal, tienen tiempos diferentes, fondos diferentes, ya. O sea...

### **Dificultades... Platas diferentes también...**

Por eso, fondos diferentes. Entonces claro, probablemente Codelco estará muy ambicioso de gastar 300 millones de pesos en un estudio no sé qué, de OP, pero no quiere estudiar sobre la OP, quiere saber que dice la gente respecto a la minera, digamos, o sea, y son de OP. Ellos no quieren preguntarse sobre la definición de OP, no, cachai. Ellos quieren saber qué es lo que dice la OP respecto de eso, porque... se ha convertido en ella.

**Oye, y como, los estudios de OP, tocando quizá como los más académicos, lo más de consultorías o aquellos que tienen como visibilidad política, los de ADIMARK tal vez, los de CEP, ¿qué función como social crees que cumplen, así como, fuera quizá de los intereses que los empujan, sino que como función social fuera de...?**

Es obvio, lo que parece importante es que la opinión, hoy día, hoy día todos los lunes el segundo piso de la Moneda se vuelve loco, porque una vez al mes sale Adimark, y no me sorprendería que la división de comunicaciones este... haya una especie de inteligencia comunicacional respecto a este tema, porque hay un contraste respecto a la gestión que hace el gobierno respecto a lo que piensan los demás y eso que piensan los demás tiene un impacto. A mí me sorprende estar leyendo en El Mostrador de que ante la baja aprobación de Bachelet, a la que se le echaba la culpa no era a la Bachelet, sino que a la directora de comunicaciones, digamos, era como "ok", si la gente está en desacuerdo con la gestión Bachelet, porque tiene la culpa, en estricto rigor, la directora de comunicaciones del piso de la Moneda, es porque, decían... bueno, en El Mostrador decían que lo manejo mal, ¿manejo mal qué?, o sea, no, digamos, no queda claro, bueno, puede tener la culpa ella, porque algunas cosas que ha hecho el gobierno súper buenas no se han mostrado o... puede ser eso, o puede ser no, que efectivamente no manejaron bien las encuestas, cachai, es como... por lo tanto, hoy día la política se juega mucho en esa, en esa chamuchina, en la cosedad del día a día que tiene que ver con lo que piensa la OP. Ahora, para que nosotros hayamos llegado a eso, es porque efectivamente la OP, te lo decía antes, tiene un poder, ahora ¿ese poder existe?, sí y solo sí en la medida en que ese poder sea comunicado, y, por lo tanto, el Adimark, el CEP, ya, cubren, que son... que comunican y que tienen licencia política y saben que lo hacen porque

tienen licencia política, en la medida en que lo comunican, efectivamente es importante y existe, por lo tanto si tienen un rol, tienen un rol tremendamente importante, tienen un rol tremendamente importante, en la medida de que... generando en la gente una capacidad de poder que puede ser súper falso, yo te lo había dicho antes, pero en el fondo esa sensación de poder o el dar su opinión y pensar que “ahh, yo estoy echando a esta persona, porque mi opinión vale”, efectivamente po, genera un... una especie de contrapoder y, por lo tanto, hoy día... y eso genera también que el tipo de gestión de los gobiernos cambie, ya. O sea, ya no se hacen las cosas como antes, porque en el fondo si el vox populi no le gusta como lo hiciste, estai... te estai exponiendo digamos, estai exponiendo, entonces por eso es súper importante... efectivamente genera un rol, ese rol, cuanto poder tiene, no lo sé, porque tampoco ha sido medido, sería súper interesante ver cuánto...

### **Ya... la injerencia...**

La injerencia, digamos. ¿Se han echado algunos políticos por esto?, me atrevería a decir que uno, uno, dos, pero en el fondo la pregunta es ¿cuánto permea eso?, y a mí eso no me queda muy claro, porque, por ejemplo, la OP está de acuerdo con la reforma educacional y amaba al Giorgio y amaba al Boric y amaba a la Camila, pero hoy día políticamente eso no se ha transformado en nada...

### **No po.**

Entonces. Sí, claro. Hubo un cambio, los eligieron diputados, va a cambiar todo. No ha cambiado nada, en estricto rigor. Si tú me preguntai, ya si la OP tiene un rol, sí, tiene un rol de contrapeso, ¿cuál es su verdadera incidencia?, no lo sabemos todavía, no sabemos el verdadero poder.

### **Claro.**

Entonces... porque además hoy día la OP... hay hartos estudios que te dicen como que a la gente como que no le gusta la reforma, como hay gente que le gusta, y hay empieza lo de las preguntas, como lo pregunta, lo pregunte... pregunta abierta, pregunta cerrada, cómo lo pregunte, cacha, con cuál intención hablar. Lo que sí está claro es que finalmente... se juega un rol social, lo juega y lo juegan en el sentido de que hoy día las consultoras, los políticos, toda la gente que está involucrada en eso sabe que hay poder y se juega el poder ahí. En la medida que se juega el poder es porque efectivamente entonces ahí hay algo, ya, hay una lucha, hay una lucha respecto a qué es lo que se dice, cómo se dice, quién lo dice, quién tiene mayor incidencia, cuál tiene mayor impacto, ese es un bien en que se está compitiendo. Lo voy a poner en términos bourdieanos, ese es un bien, es un capital que se está peleando, entonces porque efectivamente ejerce poder, y si ejerce poder, entonces ejerce un rol, ese tipo de rol, habría que... en primera instancia nominalmente podría decir de contrapeso a la autoridad, y ponerle un... de límite a la autoridad, hoy día sabemos que, por ejemplo, el caso

PENTA, me entiendes, entonces la OP está indignada, entonces eso genera... pero al final del día, ¿permeo o no permeo políticamente esto, en la esfera de la política?

**Claro.**

A veces sí, a veces no. Por eso sería súper importante medir cuál es el grado de incidencia, cuál es el poder...

**Medir la incidencia del... pero igual es como... de alguna forma, esta injerencia que quizá la OP pudiese llegar a generar, o más allá de su peso, se ve representada como por las encuestas de opinión, por los resultados o no, o ¿tú crees que va más allá de la encuesta de opinión?, porque, por ejemplo, recién me conversaba de que, por ejemplo, el piso, no es cierto, de la Moneda, la Moneda se vuelve loca por la encuesta Adimark, ¿cierto?**

Es que, por ejemplo, yo recuerdo que un tiempo Adimark se cayó, que no le achunto...

**No le achunto.**

O sea, sí y no, digamos, sí y no, por eso te digo, a mí lo que... hay cuestiones que son claras, o sea, que por lo menos a la vista resaltan. Primero, que si hay un grupo, si hay grupos, si hay racionalidades de poder que se están peleando ese capital y que lo utilizan, que lo manejan, porque efectivamente esa cuestión tiene poder, ese capital tiene un poder importante, si tiene un poder, tiene un rol en la sociedad, independiente de si el tipo de poder sea positivo, negativo, arriba, abajo, feo, bonito, es un poder y ejerce un rol, insisto, el tema es ¿qué rol?, y no solamente qué rol, sino que si ese rol efectivamente tiene un impacto respecto a cómo se hacen las cosas, y uno puede decir "sí, hoy día los políticos están muchos más preocupados de esto, sí, efectivamente están mucho más preocupados de las encuestas", por eso gastan mucha plata los partidos políticos, gastan mucha plata en hacer encuestas. La división de... la división que esta acá en el segundo piso de la Moneda gasta mucho tiempo en hacer inteligencia, todas esas cosas. Entonces sí, la pregunta es, respecto a la toma de decisiones, mmm... para estar en el group team, cuando están ahí, las 10 personas tomando la decisión respecto a una contingencia, ¿qué es lo que está apelando más?, la OP, está apelando la presión partidista, está apelando... ¿qué es lo que está apelando?, hoy día no tenemos estudios respecto a eso, no tenemos estudios sobre cierta contingencia, cierta política, qué es lo que se hizo, por ejemplo, en EEUU si se estudia mucho, si se estudia, se hacen, se hacen investigaciones sobre eso, hoy día nosotros no tenemos acá, porque efectivamente si ni siquiera hay una nueva política amplia, para qué vamos a estar estudiando eso, entonces yo creo que tiene que ver con eso, digamos, yo creo que el único intento respecto a ese tipo de investigación ha sido historiográfico, súper esporádico, de ver como funcionaron cierto tipo de toma de decisiones, si eso influyo en la OP, no influyo en la OP. Yo la otra vez estaba leyendo, estaba relejendo unos libros de Ascanio Cavallo sobre la historia oculta de la



transición, entonces yo me fijaba cuando estaban en los group team, más de cinco personas tomando decisiones respecto a ciertas tensiones, porque salían en el diario y todo, pero en el fondo tú decías “qué decían”, lo hicieron por qué, bajo qué criterio, criterio de la OP, el criterio del poder factico que eran las fuerzas armadas, o sea, ya, y en el fondo en muchas ocasiones nosotros decíamos “uy sí, OP”, por ejemplo, el tema de los pinocheques, el tema de los pinocheques no se resolvió por la OP, emergió como tema, porque salió de la OP, sí, digamos, cuando se hablaba de los medios de comunicación como el cuarto poder, pero la decisión final no se tomó porque lo que pensaba la OP, la decisión se tomó en función de “o nos echamos encima a los militares o no nos los echamos”, por eso te digo, esa incidencia hasta qué punto, cuál es el límite, ya. Por ahí va.

**Oye y... como, tenemos, cierto, una OP que no sabemos bien como lo qué es...**

Súper polisémica.

**Cierto, compleja de asir en términos investigativos, en fin. Pero se puede decir que hay algo, digamos, está ahí, no sabemos bien... la encuesta de opinión, así, vista como encuesta de opinión, como sucedáneo, de alguna forma, de la OP, cierto, ¿qué papel creí tú que cumple en la formación de esa OP?, digamos, entendiendo que la encuesta de opinión probablemente no es la opinión, sino que es una forma de dar cuenta de la OP o de algo que alude indirectamente...**

Mira, insisto, yo creo que apela a dos cosas, apela primero a lo que yo te había dicho antes, que tiene ver con, voy a utilizar una palabra que está súper mañeada, empoderamiento de la sociedad civil de decir “uy sí, mi opinión importa”.

**Ya.**

Ya. La gente se siente informada, ya, yo creo que por ahí va. Hay un tema, pero hay un segundo tema que tiene que ver con rol de generación de relatos, ya, probablemente la delincuencia no era tema hasta que efectivamente salió una encuesta que decía que el 98% de los chilenos decía que la violencia en Chile, la delincuencia era un tema, me explico, o sea, genera agenda, por un lado, y, por otro lado, este empoderamiento, ahora, empoderamiento, yo digo que es falso, porque en el fondo es como, la gente da su apoyo, dice “uy sí, van a remover a este sujeto, pero van a poner a otro y la cuestión va a seguir igual”, digamos, después igual la gente sigue pensando “pucha, pero igual yo odio a los políticos, porque en el...”

**Son todos iguales.**

“Son todos iguales y la política no cambia”, entonces es una falsa expectativa respecto a...

**A donde permea realmente la...**

Entonces hay una falsa expectativa ahí, y yo creo que esa es la historia de la vida de las sociedades modernas y el Estado. Y que tiene que ver con que el sujeto vive frustrado dentro de las expectativas que pone la sociedad, o sea, las expectativas que tiene el hombre respecto a la sociedad o el Estado en el que esta y las que efectivamente pueden ser llenadas, pueden ser cumplidas. Y respecto a la generación de agenda, ahí hay una manipulación enorme, ahora es difícil... tampoco hay que satanizar. Es súper difícil... cuando tú tienes algo que ni siquiera sabes, es difícil, es súper difícil mantener líneas éticas claras.

### **Ya.**

Es difícil construir a veces instrumentos sin cruzar esa línea de finalmente “estoy intencionando o no estoy intencionando un relato”, ya, pero eso tiene que ver efectivamente porque no tenemos definido OP, o sea, por parte baja, digamos. Ya, entonces como no tenemos definido eso, no podemos definir mejor nuestros instrumentos y la cacha de la espada y ahí seguimos, entonces... entonces claro, efectivamente, ahí hay una intencionalidad de generar relato, esa intencionalidad, pienso yo que es pérdida, pero hay gente también que intenciona datos sin intención. Me explico. Que tiene que ver también con las dificultades propias del abordaje respecto a la OP, respecto al objeto de estudio.

### **Al objeto.**

Entonces, digamos, tú encuentras cierto tipo de tensión. Pero incluso hacen esas dos cosas, tiene que ver con ese como empoderamiento de la gente, con la pretensión de poner agenda.

### **De poner temas en el tapete.**

Temas en el tapete, claramente. Entonces, el tema es que igual la gente sigue siendo gente que ni tiene mucha información, por más que existe, digamos, en el universo de internet, tú te podis meter en El Ciudadano, que tiene una política de presentar las cosas, o El Mostrador, o La Segunda. Cosas que van... pero la gente no lee tanto tampoco, entonces...

**Oye y ahora como una pregunta, volviendo como quizá al tópico como epistemológico, así como... que quizá puede sonar un poco como media extraña y está a prueba, está a prueba...**

Jajaja.

**Pero el lugar como del investigador, del investigador que se dedica a la OP, ¿cuál es como su influencia o su relación con el objeto OP?, ¿cómo relación sujeto/objeto?**

Sí, bien interesante. Yo creo que es rara la pregunta...

**Sí, es rara.**

Es rara, porque en el fondo la OP como objeto de estudio no es ni tan diferente ni tan especial ni tan...

### **Claro.**

Es como cualquier otro objeto de estudio, en el fondo, pienso yo. Y por lo tanto, lo que hay aplica epistemológicamente es que si al investigador se va a situar en la incidencia o en la transformación o en la pretendida neutralidad científica, digamos, de la descripción...

### **Una postura quizá más positivista.**

Una postura más positivista, digamos. Yo creo que, insisto, a ver, yo creo que la intencionalidad, la intencionalidad y el lugar del investigador tiene que ver con la producción de conocimiento, personalmente yo creo que esa producción de conocimiento no puede ser una producción de conocimiento porque sí, o sea, creo que la producción del conocimiento para la neutralidad y para que sea utilizada para cualquier cosa, yo creo que no. Yo creo que toda producción intelectual tiene también leit motiv final, ya, pero sobre el leit motiv final de un investigador tiene que ser cuidar y defender aquello que produce, ¿cachai? Y en ese plano, yo digo, si yo hago una investigación, más que ya... si quiero proponer o cambiar o transformar, pero sí, yo tengo que ser capaz de defender de que si esa no es mi intencionalidad, mi intencionalidad fue acá, acá, acá y no fue otra cosa, porque en el fondo cualquier pelotudo te puede tomar esta cuestión y puede decir “ahh, entonces por eso, bla, bla, bla”, entonces “no, yo no quería hacer eso”, “yo no dije eso”, ehh... yo creo que el rol del investigador es poder defender la rigurosidad del tema y hacia donde iba el objetivo de esto, porque ahí hay una cuestión que es súper importante, más allá de si es transformar o tener una visión más positivista respecto al mismo objeto de estudio, ya. Porque eso finalmente depende de concepciones epistemológicas más allá del objeto de estudio, sino de concepciones epistemológicas del investigador propiamente tal...

### **Propiamente tal.**

Como si... qué hueá entendí yo por ciencia, va a ser una ciencia transformación, va a ser una ciencia de... cachai, entonces yo creo que finalmente esa discusión no está cerrada y va a depender también en mucho respecto a la posición... digámoslo así, política del investigador, política en el sentido más laxo de la palabra.

### **Política.**

Es como cuando uno cuando empieza a estudiar, empieza “no, yo soy marxista, yo soy weberiano”, “no, digamos, usted es sociólogo y usted tiene herramientas, entiéndalas bien y cuando las ocupe, ocúpelas bien, digamos”, “que no le vendan gato por liebre y después...”, y creo que, en ese sentido, digamos, la posición del sociólogo respecto a la OP, o del investigador, tiene que ser... que tú saques como estudios, tienen que ser efectivamente

rigurosos metodológicamente, ya. Al punto que tú puedas defenderlo de cualquier mal uso, de cualquier abuso, uso y abuso de lo que se produzca. Si la intencionalidad del investigador después es para la transformación...

**Ya, es como ajeno, no sé si ajeno, pero al menos como...**

Es otro paso de la escalera.

**Está en otro nivel, por así decirlo.**

O si lo quieres utilizar, aquí está para la toma de decisiones.

**Claro, está en otro nivel.**

Está en otro nivel probablemente, está en otro nivel probablemente. O lo quieres usar solamente para hacer nuevas preguntas.

**Pero eso igual es como más personal...**

Pero, en todo caso, lo que sí está claro, es que todo conocimiento tiene que servir para la producción ya. O sea, digamos, toda producción científica genera un cambio, ya. Eso sí lo sabemos, o tendería a ser un conocimiento de uso, que debería tener un valor de uso importante. El tema del uso, de la intensidad de ese uso tiene que ver o con la transformación política o con una neutralidad taxativa que es imposible de lograr, pero en el fondo yo si dudaría de que... o sea, yo no haría conocimiento que no le va a servir a nadie.

**Ya, por ejemplo.**

Por ejemplo. O sea, esta cosa de la ciencia por amor a la ciencia, sí, está bien, yo creo que toda producción cultural tiene que servir para algo, digamos, tiene que tener un valor...

**Cumplir algún...**

Que puede ser algún... podís pensarlo desde el valor estético, como a un valor... ¿me entiendes?, o sea...

**Por sí solo.**

Por lo tanto, si nosotros le atribuimos valor a nuestro objetivo de estudio, que yo creo que es lo que hacemos, nosotros también démosle un valor de uso en la producción de conocimiento que hacemos respecto a ese proyecto, y ese valor puede ser para la toma de decisiones, puede ser porque en su calidad heurística puede ser para otro tipo de investigaciones, puede ser para la transformación de la sociedad, como para traducir esos datos a la gente, que la gente sepa cosas.

**Oye y así como cerrando un poco como... que igual es larga la... si tú tuvieras como que, bueno, más allá quizá, como avanzando un paso más allá, y asumiendo que la OP no es una cuestión que este consensuada, no tenemos una definición clara, las metodologías son contingentes, por así decirlo. Epistemológicamente también depende como del plano en el que este, entonces... etcétera., ¿tú tenís como una visión quizá más idealista o una visión de lo que debiera ser la OP, de como debiera estudiarse la OP?**

No, no, en eso no. Aplico ahí realismo político.

**Ya.**

O sea, Bresinsky es mi cabeza... porque... ehh... yo creo que la ciencia se ha ido amoldando en función también de los tiempos, en muchos aspectos. O sea, creo que la ciencia, tal como el arte, es vanguardia, es vanguardia, ya.

**Ya.**

Pero al ser vanguardia se va adaptando a las prognosis que hace, o sea, por eso te digo, es adaptativa, pero es vanguardista al mismo tiempo. Yo creo que lo único idealista que tengo es que, en estricto rigor, nosotros podamos lograr efectivamente una definición de OP y que en esa definición nosotros podamos establecer también cuales son los límites de ese estudio y las metodologías y que podamos aplicar rigurosidad al respecto, ya. Yo creo que si... ahí hay un idealismo científico, se puede decir, ya. Pero lo que sí está claro es que difícilmente nosotros vamos a lograr eso, en la medida en que nosotros no vayamos haciendo ensayo y error, y ese ensayo y error se hace con esto, con este tipo de estudios que estamos haciendo hoy día, con esta cosa que nosotros abusamos el... hacemos uso de la cuestión de la OP, pero no lo sabemos muy bien, pero no importa, vamos a ir acercándonos en algún momento, porque además eso nos hace cuestionarnos. No nos cuestionaríamos esto, lo que estamos hablando, si no existieran ya estos estudios, ¿me entiendes?, entonces ehh... ahí más probablemente la construcción que nosotros terminemos haciendo de OP, digamos, va a seguir siendo objeto de cuestionamientos, entonces... entonces, por eso insisto, aplico realismo político. Yo creo ahí que en algún momento va a pasar esto, vamos a lograrlo, pero este no va a ser el mundo perfecto, no va a ser la cosa perfecta, o sea, la ciencia es poder...

**Claro.**

Ya, y en el poder también se juegan... hay egos y juegos de poder y eso también hay que asumirlo, digamos, por eso cuando uno hace ciencia tiene que tener cuero de chanco, ya.

**Claro.**

Y saber exponerse, digamos. Ehhh... por eso te digo, idealismo no, digamos, efectivamente hay metas que es lo que habría... necesita uno directrices, quisiera tener más directrices, pero también es claro que esta cuestión se va a ir construyendo a través del juego de poder.

**Claro, la pregunta por lo ideal era como finalmente...**

Sí.

**Lo pienso precisamente quizá como en un sentido habermasiano, que él tenía como una visión normativa respecto de lo...**

Normativa, sí. Lo que pasa es que Habermas, bueno conversemos, pero el tema es que ¿quién quiere sentarse a conversar?, si no hay mucho tiempo, eso es lo que dice la gente, me entendi, entonces claro, a nivel normativo yo diría así... pero a veces la racionalidad no es lo que te falta, a veces para definir la racionalidad no tenemos que inyectarle más racionalidad, como diría Oliver Giroux, a veces para poder definir la racionalidad tenemos que pensar, o sea, valga la... y la contradicción, habría que pensar por irracionalidad, digamos, entonces yo creo que por ahí va, digamos. Yo creo que eso es lo esencialmente humano y lo esencialmente científico también, digamos, así que... claro, por ahí va la cosa.

**Ya po, bueno eso es el...**

## Entrevista 2

Investigadora de consultora privada

**Bueno, lo primero es saber un poco a que te dedicas en relación como a la OP, ¿cuál es tu área de trabajo?, etcétera.**

Bueno, desde Demoscópica, como consultora privada, lo que realizamos son estudios de opinión, sobre diversos temas, sociales, de percepción de distintos ámbitos, medio ambiente, educación, salud, en fin, una serie de temáticas muy diversas. Ehh... y también hay otra arista que tiene que ver, bueno, más con el área de mercado y el área pública, vinculado específicamente a evaluaciones de políticas sociales, evaluaciones de políticas sociales desde los mismos beneficiarios, los usuarios, etcétera, pero lo que se refiere OP propiamente tal. En general lo que hacemos es que clientes, ya sea del mundo privado o del mundo público o también de entidades académicas, trabajamos proveyendo servicios a bastantes universidades y centros de estudios, lo que hacemos es generar estudios ad-hoc para evaluar o conocer o profundizar en algunos ámbitos de la OP, que como te digo, son acotados a una materia de interés particular, por ejemplo, como pudiera ser el tema de medio ambiente, o en temas de salud, temas de calidad de vida, etcétera, es muy amplio, y también en el ámbito de opinión entran los estudios políticos-electorales, que son mucho más frecuentes en los años de campañas, en los años de elecciones, sin que ello signifique que durante años no electorales realizamos estudios con fines políticos, digamos, o sea, con un interés de orientación del trabajo, ya sea parlamentario, municipal, o evaluación de las gestiones que se están haciendo en cada uno de esos ámbitos, ya sean distritales o municipales, porque también los mismos... no solo los candidatos se preocupan de hacer investigación, los mismos actores políticos y las mismas instituciones evalúan y monitorean como va desarrollándose su gestión. Entonces están un poco estos dos ámbitos, que te decía, no, el de grandes temáticas de interés social, que son temas transversales, generales, pero que se van acotando según interés y el ámbito de los estudios políticos-electorales, que van variando y se van matizando según si se trata de un año electoral, si se trata de un candidato o se trata de una persona electa o no.

**O sea, ¿la consultoría responde, de alguna forma, a intereses como particulares, de ciertas demandas?... por así decirlo**

Sí, son estudios súper ad-hoc, nosotros, a diferencia de lo que podría ser una entidad más académica o universitaria, que ellos generan sus propios estudios con interés académicos, o sea, poder seguir investigando, algún área de investigación particular, nosotros, como consultora privada, no hacemos eso, o sea, todos los estudios que hacemos son por encargo y los estudios propios que hemos hecho son exclusivamente con fines metodológicos más que con fines de estudiar una temática en particular, es decir, para probar ciertos indicadores, que nos permitan filtrar y segmentar en el caso de los estudios políticos-electorales, o ciertos componentes más cualitativos que nos permitan ajustar, pero nuestras herramientas

metodológicas, no sobre algún tema o seguimiento de temas u otro tipo de cosas, como con ese objetivo.

**Y cuando ustedes realizan estudios como opinión, ya sea en el ámbito electoral o en el ámbito como de temas sociales más generales, ¿tú crees que hay como algún concepto de OP de fondo, alguna idea respecto de lo que es la OP al menos?**

¿De quién, de parte de los clientes o de parte de uno?

**De parte de... de esa forma de hacer estudios, por así decir.**

A ver, lo que pasa es que ese debate, yo creo que ni siquiera hoy en día está cerrado, y tú no sabes si la misma difusión de los estudios está generando OP o no. Muchos de los estudios sobre temas de opinión, sobre evaluación de personajes, instituciones, se difunden también, porque siempre va a existir la duda de si la OP se genera antes o si también esta misma difusión de los resultados de las investigaciones tiene alguna incidencia en generar o en modificarla y esto sobre todo es más interés de los políticos y del mundo de la política que en otros ámbitos, ehh... Sin embargo, yo creo que persiste esa inquietud, esa duda y persiste también la creencia de que uno a través no solamente uno puede conocer lo que las personas opinan, piensan o como evalúan determinadas situaciones o como toman posturas ante determinados temas o situaciones particulares, sino que también existe y persiste, yo creo, esa creencia de que a partir de esa información uno puede generar estrategias para modificar la opinión pública, en la medida en que... lo que tu planificas o lo que tú quieras modificarla, eeh o bien de inhibir que cambie justamente esa opinión pública o esa percepción predominante, entonces yo creo que si bien no hay una postura teórica clara al respecto, y yo te aseguro que los clientes tampoco lo tienen claro, o sea no es tema para ellos. Pero si yo creo que al menos desde la perspectiva de los clientes siempre existe ese interés por conocer el estado de la opinión pública para tomar decisiones e implementar estrategias en torno a esa opinión pública que tú estás sondeando. O sea los estudios de opinión no se hacen, porque si o porque veamos cómo va la cosa solamente, siempre hay un objetivo de poder tomar decisiones adecuadas y oportunas con la información que tú has recabado, por eso son tan importantes y por eso finalmente los clientes pagan por poder hacer esas investigaciones, porque saben que conociendo la opinión de tu población objetiva o de tu público objetivo, de tus audiencias, de tus votantes, de tus electores, lo que sea, pero conociendo lo que esa población piensa, opina, evalúa, etc. Te permite tomar decisiones mucho más informadas y mucho más acertadas siempre y cuando partiendo de la base que es un estudio de buena calidad, obviamente hay sondeos de opinión que son de pésima calidad y que por lo tanto para lo único que te sirven es para tener una referencia de lo que las personas opinan, pero no te entrega información para tomar decisiones, pero a partir de esas decisiones es cuando al menos nuestros clientes lo que buscan es generar estrategias apropiadas para poder como te digo, ya sea intervenir para modificar esa opinión o bien para darte cuenta que estas bien y tienes que seguir monitoreando y seguir haciéndolo como lo estás haciendo hasta la fecha



porque la opinión predominante o la evaluación o percepción predominante es favorable para ti, como institución o personaje público, o como temática también, a veces son temas transversales y no necesariamente están vinculados a una persona o institución concreta. Y yo creo que cuando se abre el debate, en temas que son relevantes para el país, estoy pensando en el aborto, en la reforma educacional, en el tema tributario, en la reforma tributaria, en el sistema de pensiones, cuando hay transformaciones país, cuando hay una visión sobre por ejemplo los cambios, en temas de medio ambiente, la mejor manera de poder tomar decisiones correctas o al menos un poco más precisas es contando con información que básicamente se obtiene a través de encuestas de opinión o estudios cualitativos, depende de la temática, pero cuando tú quieres identificar qué porcentaje de la población, yo recuerdo en la discusión del divorcio que fue hace varios años atrás, qué porcentaje está a favor o en contra del divorcio, y bajo qué condiciones, todo eso tú lo puedes medir y cuantificar y eso aporta herramientas muy importantes para el debate, porque recuerdo que en el tema del divorcio, y está pasando lo mismo con el aborto, por eso me acuerdo de la discusión, se decía que las personas y la familia chilena no quería hablar sobre divorcio, que no les interesaba la ley de divorcio y sin embargo distintas encuestas, distintas mediciones, mostraban que las personas mayoritariamente si estaban a favor del divorcio y algo parecido aunque en menor medida en el grado de apoyo ocurre respecto al aborto hoy en día, muchas personas a través de estas encuestas opinan que si es un tema que hay que debatir, que bajo ciertas condiciones hay que tener un aborto regulado, legal, etc. Y eso entrega herramientas a los tomadores de decisión para decir “sabes que, tenemos un 40% que está a favor de discutir una ley de aborto bajo estas condiciones” y por lo tanto eso también le da mucho más argumentos a los debates públicos. A veces son debates públicos y además están vinculados a un debate legislativo y parlamentario en este caso, otras veces son simplemente debates públicos o sea como... debates más culturales o mal se llaman valóricos, pero más que nada actitudinales de apreciaciones, ese tipo de cosas y que están asociados a debates y a temas que van surgiendo en la discusión y que se van instalando también en la agenda, entonces los estudios en ese sentido entregan argumentos y herramientas ya sea a favor o en contra de cada una de las posturas.

**Claro, y esa sería como las funciones sociales un poco que ejercen los estudios de opinión, hecho por consultorías por ejemplo...**

Es que yo creo que, uno como consultor lo que hace finalmente es hacer como un estudio, y hacer un análisis ojala lo menos sesgado posible y ojala lo más íntegro y considerando el contexto en el que se está produciendo la información, analizando la información, etc. Pero finalmente quienes hacen uso de la información no son las consultoras privadas que generan esos estudios, sino que son los clientes y ahí el uso que se le dé a la información es súper variable. Hay muchos estudios que se mantienen en un ámbito privado, incluso súper restringido dentro de las mismas organizaciones que los encargan, es decir los conoce el directorio, los conoce el área de estudios y ahí quedo.

## **Ya, muy acotado...**

Muy acotado y con uso súper restringido y limitado. Hay otros que aun siendo por ejemplo del mundo privado, de las corporaciones etc. Si tienen un objetivo de difundir información, a los medios de opinión, incluso ocurre eso mismo con las instituciones públicas también, o sea hay instituciones que le dan uso súper limitado, ahora por ley de transparencia claro todo tiene que publicarse etc., pero finalmente se genera para tomar una decisión o para monitorias un tema determinado pero no con el objetivo de difundirlo y tener un impacto social a partir de eso, entonces es súper relativo y eso va a depender exclusivamente del uso que le del cliente.

## **El del cliente claro. De alguna forma el interés del cliente va a corresponderse un poco con la función que va a tener el estudio a posteriori.**

Exacto, exacto hay algunos estudios... hay algunos estudios que se usan para monitorear y para saber en qué va el cuento, pero hay otros que no, que hay decisiones y diseños de estrategia, e implementación de acciones súper concretas a posteriori de los estudios, pero eso ya no depende del ámbito del consultor. A diferencia de lo que te puede ocurrir en las universidades, que ellos si encargan estudios con el objeto de hacer difusión y tener un impacto ya sea en algún ámbito determinado, pero de difundir. Los estudios que hacemos nosotros dependen exclusivamente del cliente y del uso que quiera darle.

## **Bueno, delante me hablabas como del tema metodológico, que a veces hacen estudios para generar herramientas metodológicas que permitan mejorar precisamente los estudios, ¿cómo estudian la opinión pública?, ¿a través de que herramientas metodológicas?**

Tú te refieres ¿a través de qué técnicas?

## **Sí, ¿qué técnicas, estrategias de análisis posteriores?**

Bueno, la verdad es que de todo, en términos metodológicos cuali, cuanti y/e idealmente combinado y mixto. O sea lo ideal cuando tú haces estudios de opinión es combinar las metodologías, nosotros además tenemos como una visión súper integrada, no lo vemos como una cuestión demasiado lejana y separada... eeh como somos una consultora pequeña podemos darnos ese lujo de tener equipos que transiten de lo cuali a lo cuanti, y que tengamos esa mirada integrada estratégica de cada una de las investigaciones a diferencias de lo que ocurre en las grandes consultoras, como probablemente te va a pasar hoy día en la tarde, donde hay un área cuali y un área cuanti, y por lo tanto las metodologías están completamente disgregadas, y si un cliente quiere un producto mixto, que general al cliente no se le ocurre espontáneamente la metodología porque no es su ámbito de conocimiento, no tiene por qué saber que es lo más ad hoc, sino que uno tiene que proponer, entonces tiene que cotizar con

la otra área, te fijai, es una cosa tirada de las mechas pero ocurre en la práctica en las grandes consultoras. Entonces nosotros a diferencia de ese modelo de negocios lo que nosotros tratamos siempre de combinar metodologías en la medida que lo recursos del cliente lo hagan posible, y bajando también el tema de los costos porque tampoco es algo tan crucial, te fijas, o sea yo creo que es más jugársela metodológicamente hacer buenas propuestas, combinando las dos metodologías... bueno en algunos casos lo hacemos combinado en otras complementario, depende del estudio, porque cada estudio tiene finalmente una metodología súper ad hoc, no hay, bueno eso es también otra diferencia, que es lo mismo que pasa con las boutique vs las tiendas de retail, en las grandes consultoras tú tienes productos estandarizados y se adaptan a la realidad, nosotros no tenemos productos, la encuesta no vale x y el focus no vale x, o sea no es una tabla de precios, sino que es una cuestión súper específica y hace un diseño metodológico ad hoc. Pero trabajamos con ambas metodologías, y en términos de técnicas, en lo cuanti, bueno la encuesta, sin que ello signifique el uso de estadísticas secundarias es muy útil, es mucho más barato y hay mucha información disponible que no se usa, en temas de OP, por ejemplo hemos hecho estudios, en temas de energía específicamente, donde hemos usado puras bases y puros estadísticas secundarias, información pública en el fondo a veces uno se la tiene que conseguir, pero finalmente es información pública, y a partir de eso hacer una encuesta, generas un diagnóstico de la OP, sobre un tema específico, con una multiplicidad de fuentes de la información que te dan además una riqueza adicional mucho más grande, porque en el fondo tú tienes datos mucho más robustos y complementas muchas fuentes distintas, entonces... y también tienes visiones de un mismo tema que también son complementarias. Entonces por un lado, la encuesta está claro que es lo que más se hace sin lugar a dudas.

### **¿Lo qué más se hace para estudiar OP?**

Si, sin, lugar a dudas. Y yo creo que en todos los ámbitos, académico, estado, privado en fin, sin lugar a dudas las encuestas tienen el primer lugar en ranking, no solo en opinión incluso todos los ámbitos, a la gente le gusta mucho los números y da una especie de sensación de robustez y de solides que muchas veces a lo cuali no se le asigna, cuestión que a mi parecer no es que sea lo correcto, pero así ocurre, que la gente piensa que la encuesta es mucho mejor. Depende del tema, a veces si es mejor efectivamente, pero las encuestas y la información secundaria. Y en el caso de lo cuali, eeh, bueno las técnicas típicas de focus group, o grupo de discusión, o mini grupos, en fin ahí hay una serie de variantes de la raíz del grupo de discusión que se aplican, que son en el fondo técnicas grupales más la diversidad también de entrevistas posibles de hacer, cada una de ellas incluyendo distintos usos de materiales, proyectivos, eeh role play, juegos, en fin, proyección, un montón de cosas que se pueden implementar, pero finalmente la matriz o la raíz de la técnica es la misma, tu puedes hacer innovaciones y hacemos innovaciones metodológicas pero dentro de una matriz. Y también lo que hemos usado mucho desde los últimos dos años, muchísimo, y que nos ha dado y ha sido un exitazo para nosotros en términos de los hallazgo, son técnicas etnográficas,

observaciones, notas de campo, profundizado con entrevista en el campo, registros audio visuales, videos, fotografías, pero la etnografía es lo que nos ha reportado una riqueza porque finalmente tu puedes también hacer entrevista y también puedes tener conversaciones de grupos de personas, pero lo complementas de una manera mucho más rica con la observación del etnógrafo en el terreno, y esto lo hemos hecho bastante, bastante en los últimos dos años, y aporta una riqueza a otro nivel, otro... nivel... completamente. Cualquier cosa cuanti que tu hagas que son en general las cosas que hemos hecho son cosas cuanti que las complementamos con técnicas etnográficas, te da una profundidad y te permite enriquecer el análisis porque en el fondo tú vas triangulando y tú vas dando una lectura al número que te aparece, a la cifra tú le das una bajada que tiene que ver con la realidad de la persona y además si eso lo documentas con fotografía y videos, a la persona que no hizo la investigación, sino que el externo que está consumiendo esa información o el que está observando una presentación, etc. Le queda un panorama mucho más claro, no basta ya con hacer solo un gráfico que sea entendible, que sea bonito atractivo, sino que cuando uno juega con las imágenes y las descripciones que tienen las notas de campo yo creo que es una de las cosas muy positivas que estamos trabajando en los últimos años, y uno lo ve en la utilidad de la información en como lo aprovechan, en como lo lee el cliente, etc. Y en términos de análisis siempre hay una apuesta por innovar y por acercar el análisis a lo que el perfil de tu cliente requiere, porque no todos tus clientes son iguales, de repente hay clientes que vienen si del mundo de las ciencias sociales o incluso sociólogos y tú puedes hablar un lenguaje quizás un poco más sociologizado pero en otros casos, son perfiles súper distintos, son ingenieros, son abogados, entonces además de la riqueza del análisis uno también tiene que hacer una apuesta en cómo comunicar la información, y ahí se juega una cuestión estratégica, o sea tu puedes tener un informe súper bueno, súper complejo pero que no lo entiende nadie y al final la gente termina aburrída, y no se lo lee porque es una lata, un mamotreto gigante que no se entiende nada en fin, entonces ahí hay que compatibilizar la riqueza del análisis que uno quiere hacer, que sea ojalá lo más integrado posible complementando fuente , información, etc. Pero también que se comunique de una manera sencilla sin perder la complejidad que hay atrás, pero que se comunique adecuadamente para que se pueda entender y finalmente la gente lo pueda usar y tomar las decisiones que necesita. Entonces ahí yo creo que también está la apuesta, de no simplemente incorporar software, hacer análisis más complejos, multivariable, etc. Que eso lo hacemos pero ahí no está el plus creo yo. El plus está en saber leer esa información, que te puedas llenar de multivariado, usar miles de software para lo cualitativo, pero finalmente si no sabes traducir esa información a las inquietudes, a las angustias que tiene un cliente, el cliente que te está encargando el estudio, no sacas nada, no sacas nada poniendo 40 páginas de multivariado que nadie sabe leer y no entiende para nada. O sea eso hay que hacerlo si, pero yo creo que más importante, que eso no es el punto de llegada sino que más bien eso es el punto de partida para hacer un buen análisis y para comunicarlo bien, dependiendo de quién tengas al frente y el uso que le quiera dar, etc.

**O sea igual como que el objeto que se quiere estudiar es el que de alguna forma determina un poco la metodología que... como la demanda específica del cliente y el objeto que...**

O sea, no un poco, todo.

**Ya, completamente.**

Completamente depende de eso. No es lo mismo si tú quieres hacer un estudio para conocer el estado de la opinión pública sobre el aborto por ejemplo, las valoraciones del aborto que hemos estado hablando a sobre el conflicto mapuche, probablemente hay que usar o técnicas diferentes o instrumentos distinto, probablemente el diseño de la muestra también tendrá que variar, y si hablas de tema indígena tendrás que hacer un zoom en población indígena, que por ejemplo en tema aborto a lo mejor no te aparece muestra rural o tema indígena, pero si tú hablas de tema indígena si tienes que incorporarlo. Me entiendes, entonces finalmente el objetivo de la investigación y el tema que estés estudiando moldean completamente la investigación. Como te digo no hay estudio generalizable o estándar, aquí no es retail, tiene que ser súper específico y súper acotado y manejado con cierta experticia en la materias que estas investigando, no es llegar y hacer un cuestionario de cualquier cosa, hay que investigar, hay que meterse, hay que documentarse, hay que hacer marcos de referencia. O sea no es fábrica de salchichas el cuento jajaja, tú tienes que hacer y realmente impregnarte y conocer el tema, o sea no puedes llegar y meterte en cualquier cosa.

**O sea, cuando por ejemplo... cuando investigan un tema específico quizás como el aborto, ¿ahí se genera una discusión a nivel teórico sobre el aborto antes?**

Si, o sea, al menos nosotros tratamos que sea así, sobre todo cuando tu estas inventando o generando un instrumento de medición que es nuevo, distinto es cuando tu reapplicas una encuesta, porque ahí ya hay una validación previa, hay una estructuración de dimensiones de variables que ya está hecha, pero tú lo puedes mejorar etc., pero eso ya está hecha. Pero cuando tu empiezas algo desde cero, lógicamente tienes que documentarte, tienes que saber del tema, tienes que aclarar, a lo mejor no escribes un marco teórico... no necesariamente escribes un marco teórico, pero si te documentas y revisas material y al menos tienes un par de reuniones con tu cliente, para que tu cliente también clarifique contigo cuales son las dimensiones del tema de investigación, finalmente tu cliente es quien más sabe del cuento, clarifiquen y que puedan clarificar en conjunto cuales son las dimensiones, cuales son las variables relevantes, a que se le va a dar prioridad, porque tú tampoco vas a investigar absolutamente todo porque no te cabe en una encuesta, no todas las encuestas son casen, priorizar, jerarquizar de acuerdo a los objetivos, pero ese ejercicio de operacionalización, de generar matriz, de dimensiones y variables, como la típica que te enseñan en la universidad, eso lo aplicas hasta el final de tus días.

## **Jajaja.**

A lo mejor no lo sistematizan bajo la lógica de hacer una matriz, pero el ejercicio tienes que hacerlo igual sí o sí, porque o si no se te pueden escapar dimensiones que son súper importantes o puedes priorizar ciertas variables que a lo mejor no te van a servir tanto para tus objetivos de investigación como otras, de pronto uno cae como en la codicia de querer incorporar todo, y a veces no se puede y tienes que priorizar lo que realmente te sirva o lo que sea más útil si es que quieres tomar decisiones después al respecto. Entonces uno tiene que hacer ese ejercicio conceptual si o si, y documentarse, y averiguar y al menos tener una vinculación con el tema, ya sea con la institución, con la persona que estas investigando, evaluando, con el programa o con la política que quieras investigar, lo que sea, o con el territorio que tú quieras conocer, tienes que vincularte con ese bagaje, que es lo que finalmente es lo que le da sustento y también le da robustez a un instrumento. Si tú haces un mal instrumento todo lo que venga después no te sirve de nada. O sea tener un excelente terreno, una capacidad de análisis maravilloso, unos súper informes, pero si el instrumento está mal hecho, si las preguntas están mal planteadas, si hay temas que eran claves y no los preguntaste, después no hay nada que hacer.

## **Se pierde.**

Es construir un castillo en el aire, es lo que le da la solides a las etapas que vienen después, tampoco te sirve al revés tener un súper buen cuestionario y hacer un terreno pésimo. Porque finalmente tienes un súper buen instrumento pero el terreno no te está dando ninguna calidad, ninguna certeza de que esa información es confiable. Todo tiene que ser perfecto, todo tiene que cuadrar bien, pero con un mal instrumento no sacas nada con hacer todo el resto bien. Tiene que ser un análisis súper documentado, y con las pautas cuali ocurre lo mismo. No es una cuestión que sea un mero oficio para la fase cuanti, que se tiende a pesar que lo cuanti es lo perfecto, no para nada en lo cuali se tiene que hacer exactamente lo mismo, o sea dimensiones, tópicos, quizás no se llaman variables, claro, porque no lo cuantificas, pero en el fondo son tópicos a evaluar igual. Y tienen que estar todos y la ventaja que tú tienes es que si aparecen cosas nuevas tú las incorporas y las vas preguntando y vas profundizando a diferencia de una encuesta que si aparece algo nuevo es más difícil incorporarlo.

**Y en esa misma discusión como respecto del conocimiento que se produce con los estudios de opinión, esta pregunta como que se mal entiende, pero ¿tú crees que es conocimiento científico o un conocimiento de otro tipo?**

De qué tipo, ¿cómo esotérico?, jajaja

**No, no, como quizás más cultural, no tan científico.**

No, yo creo que sí, no te lo puedo asegurar, pero lo que nosotros hacemos sí.

## ¿Cumple con cierta normativa?

O sea, completamente.

**Ya.**

Completamente lo que nosotros hacemos son estudios serios bien hechos, y como te digo cumpliendo con rigurosidad y excelencia en cada una de las etapas, de principio a fin, o sea desde la primera reunión para saber cuáles son las inquietudes o los problemas que tiene ese cliente o revisión de términos de referencia si es que es una licitación pública hasta las últimas presentaciones que tu hagas en una investigación, y en ese sentido yo creo que sí, son estudios bien hechos. Pero no te puedo decir que todo lo que se haga en OP son estudios bien hechos, porque de hecho no es así, o sea... estas encuestas que aparecen en medios, que han bajado un poco, pero hace 3 años atrás eran grito y plata, que aparecían en medios todas las semanas, en prensa en el fondo con 400 casos telefónico, a nivel nacional entre comillas, con una cantidad de sesgo y unas preguntas mal planteadas, claramente eso no te genera ningún conocimiento científico ni cumple con ningún estándar de calidad mínimo, eso simplemente es un sondeo casi como si tú vas conversando en una micro y le preguntas a cada una de las personas, es una referencia, que tenga un sustenta técnico potente y que realmente sea un conocimiento que te permita tomar algún tipo de decisión, no nada. O sea no cumple ningún estándar de calidad para ese tipo de información, como una referencia, como un sondeo de que está pasando o de que opina la gente, si, como una referencia sí. Pero de que genere conocimiento científico, está claro que no. Pero varía mucho también del nivel de precisión que tenga el estudio, de la calidad finalmente de lo que se haga, no todos los estudios son para publicar en revistas indexadas, te fijai, o sea también hay estudios que son como referencia no más, o sea saber qué es lo que opinan mis clientes en general, no me interesa tomar una decisión, simplemente quiero saber si me quieren o no me quieren, si me conocen o no me conocen. Hay estudios que tampoco tienen expectativa de generar ese conocimiento científico, yo creo que va a depender mucho de la complejidad, de cómo se plantee, de la calidad de lo que haga finalmente el equipo que genere ese estudio, que haga ese estudio, es súper relativo, no es generalizable, yo creo que hay de todo, y por eso es bueno también que el mismo mercado y las mismas consultoras se auto regulen, ahí hay una cuestión de criterio, entonces de pronto aparecen un montón de personas y de consultoras que hacen un estudio por 3 chauchas, súper mal hecho... pagando muy mal a las personas que trabajan en esos equipos etc. Y lo que genera eso, es que finalmente haya clientes que dicen “bueno si hay otro que me lo hace por 3 chauchas, mejor lo hago así no más” y que va en el fondo, mermando la percepción de la imagen de calidad que puede tener un estudio, y de utilidad que pueda tener un estudio, entonces yo creo que ahí... hay que cuidar el nombre de los profesionales en general que hacen los estudios de opinión y de las empresas mismas, hay empresas que les da lo mismo y en general yo creo que como oficio hay que cuidar también el nombre de las personas que nos dedicamos a hacer este tipo de estudio, hay gente que le

da lo mismo, que hace cuestiones pésimas, horrible por dos pesos, y súper mala calidad, cumpliendo ningún criterio, no se es una lata, es una lata porque finalmente daña a toda la industria, pero de que hay estudios malos está lleno, y de que hay profesionales malos también está lleno, yo creo que a todas las profesiones les pasa lo mismo, pero es.. yo encuentro que es bastante perjudicial para la industria.

**Y hablando como del campo en general, fuera quizás de Demoscópica digamos, ¿qué visión tienes tú del campo, qué estudios crees que se hacen, estudios académicos, de cuántos tipos?**

Lo que yo creo que predomina en estudios de opinión son los estudios que encargan el sector público, que encargan las empresas privada, y yo creo que en los últimos lugares los centros de investigación y universidades, yo creo que en general las universidades no hacen mucha investigación de opinión, si hacen investigación en laboratorio, montón de otras cosas, o investigaciones documentales en fin, pero así... como hacer encuestas de opinión o en general es poco lo que se hace, no es algo... porque son las investigaciones que provienen exclusivamente del ámbito de las ciencias sociales y además de venir solo de esa área, además son solo las que están vinculadas justamente con temas de opinión. Entonces es súper acotado... las universidades y centros de estudio, no es su giro hacer investigación de opinión, entonces por lo tanto no lo hacen, aunque hay universidades como la católica, como el micro dato, cuyo giro de esos institutos es dedicarse a hacer encuestas, ahí ya es diferente pero no es que estén haciendo investigación para ellos, ellos son proveedores de investigación , de estudio, y del ámbito público y privado yo creo que son quienes finalmente mueven el negocio, mucho más que las universidades y centros de estudio, además en las universidades y centros de estudio son muchos más rigurosos y demandantes en términos técnicos de sus investigaciones, y por lo tanto no todas las consultoras están en condiciones de cumplir esa calidad ellos exigen. Nosotros trabajamos mucho con universidades, pero son mucho más exigentes y por lo tanto tampoco pueden ir a pedir estudios a cualquier lado, en cambio el mundo privado, privado digo desde federaciones, corporaciones y empresas privadas, y el mundo público con todas las licitaciones públicas que genera, yo creo que son los mayores compradores de estudios, el sector público sobre todo, porque hace mucha investigación que está vinculada a la evaluación de los programas o de políticas específicas o de estrategias concretas que ellos tienen, y necesitan esa retroalimentación desde la perspectiva de los usuarios y beneficiarios de sus acciones, y también porque como son tomadores de decisión necesitan generar información sobre temas que son relevantes, o sea energía, pedirá información sobre temas de energía, medio ambiente sobre temas del medio ambiente, SERNAM sobre temas de la mujer, y así sucesivamente cada institución, cada ministerio, cada servicio, depende del rango pero requieren información y sondeos de OP, que finalmente lo que hacen es licitarlos, porque tampoco tienen capacidad propia de hacerlo y ni tampoco es su giro ni está entre sus productos estratégicos hacer estudios entonces los licitan, entonces ahí yo creo que hay una gran demanda de estudios desde el sector público,



y las empresas privadas también va a varias mucho de los productos de o los servicios que ofrezcan porque los temas de opinión no son tan recurrentes como los estudios de mercado, en general una corporación o empresa privada lo que te encarga son estudios de mercado, pero no es en estricto rigor un estudio de opinión, ellos buscan evaluar sus marcas, su imagen, o su posicionamiento, o perfilar a sus clientes o caracterizar su demanda o evaluar campañas, etc. En fin hay una serie de estudios que uno puede... que hacemos para el sector privado sin embargo los estudios que son propiamente tal de opinión, es decir conocer son pocos, porque a una empresa en general no le interesa saber lo que la gente opina sobre el aborto, el divorcio o la reforma educacional a no ser que tenga incidencia en su giro, entonces no encargan demasiados estudios de OP excepto cuando están relacionados con sus giro o con su negocio, y por lo tanto le interesa saber qué es lo que opina la gente de una temática determinada, para poder tomar decisiones, para poder orientarse, etc. yo diría que el gran demandante en este caso de estudios, vendría siendo el sector público y uno también podría incorporar al mundo político en general.

### **Los políticos.**

Sí, gente que este como en cargos políticos o elecciones, pero es mucho menos, es mucho menos o sea yo no tengo claridad, pero yo te aseguro que el estado, en su conjunto el sector público, incluyendo los municipios , etc. deben por lo menos una vez al día aparecer una licitación en todo Chile que tenga que ver con un estudio, claro hay unas cosas enanas chicas, pero yo me imagino, que por lo menos debe aparecer cada uno o dos días una licitación que tenga que ver algo de investigación y que claro.... Algunas son horribles y chicas... en fin y algunas solo te piden generar una base de datos... o cosas de ese estilo, pero yo creo que en términos de cantidad debe ser uno de los mayores demandantes de estudios, me da la impresión, no se, no tengo certeza porque una cosa es como se distribuyen nuestras ventas y otra cosa es como el mercado en general, me da esa impresión pero no tengo certeza de cómo funciona para otros.

### **Y ¿el gobierno encarga siempre los estudios?, ¿nunca los hacen ellos?**

No, porque no tienen capacidad para hacerlo.

### **Claro, no tienen como capacidad técnica por así decirlo**

No, porque no está en su giro, tú sabes que cada institución tiene definidos sus productos estratégicos, su objetivo, su visión, su misión, etc. Y no hay ninguna entidad pública que tenga entre sus objetivos hacer investigación. Bueno, excepto el INE y ese tipo de cosas, obvio, y hay algunas entidades como el SERNAC por ejemplo que tiene entre sus objetivos estratégicos realizar investigación, pero sin embargo no tienen capacidad propia para hacerlo, ellos no van a contratar encuestadores, no van a contratar digitadores, alguien que les procese, etc. Entonces lo que hacen es externalizar, que tiene toda lógica digamos porque si no es tu

giro no puedes dedicarte a hacer estudios, que además tienen una complejidad grande, no es llegar y hacer cualquier cosa.

**No tienen la capacidad de hacer el terreno...**

Del terreno y de generar los instrumentos de medición, todo.

**Ya. ¿Y en el campo como de estudios de OP, se genera algún nivel de discusión?**

Poco, ¿tú dices como en la industria?

**En la industria, claro.**

Muy poco, de hecho son pocos los congresos o seminarios que hay. O sea, hay, pero yo encuentro que es poco de todas maneras, o sea, que es insuficiente. Ahora mira, hubo una discusión, tú estuviste en el WAPOR, no sé si te acuerdas que uno de las personas que hablo, y ahí hubo un debate en una mesa en fin, si realmente esas instancias como los congresos de OP, las publicaciones que hace el mismo WAPOR o que se hacen en general sobre temas de opinión, si realmente producen un mejoramiento en la industria, o que producen que ese debate finalmente se traduzca en un mejoramiento de los controles y de la calidad de la industria, y ahí hay posiciones diversas, hay gente que sí, que cree que mientras más se debate, debiera haber un mejoramiento en la industria, y otra gente que dice que no, que esos debates quedan ahí, digamos, tú lo conversai en el congreso lo pasaste súper bien, encontraste que fue maravilloso pero después llegas a tu trabajo, a tu pega y sigues haciendo todo igual.

**Claro. No se permea.**

Eeeh, si yo creo que hay un punto intermedio, yo creo que en general que al menos existan los espacios para debatir y para intercambiar opiniones, y también para ser críticos de lo que uno mismo está haciendo, de reflexionar un poco, yo creo que se contribuye a para lo menor tener una retroalimentación, en general un espacio de reflexión del propio trabajo, pero de ahí a que eso se traduzca en que se mejoren los estándares de calidad en la industria yo no creo. Y yo creo que eso pasa en todos los países, es poca la capacidad de reflexionar sobre lo que uno está haciendo, por eso esas instancias son buenas pero de ahí a que realmente se traduzca en algo súper concreto, yo lo veo difícil porque finalmente las decisiones de todos esos cambios y acciones pasan no solamente por el investigador que está sentado frente a la pantalla, sino que pasan por directorios, por sociedades, por... es otra cosa entonces ahí ya cambia la perspectiva, pero que haya mayor sensibilización sobre la importancia de hacer estudios de calidad, de producir información que sea confiable, que los estudios sean robustos, lo que decías tú, que realmente haya producción de un conocimiento científico, de relevar ese tipo de situaciones yo creo que si contribuyen, pero son pocos porque si tu te fijas lo que hay son publicaciones y las publicaciones que finalmente generan un debate súper individual, porque uno lo lee y dice ahí si, esto no, pero no necesariamente hay un

debate colectivo, y ahí sí creo que los que más aportan colectivamente son los congresos, los seminarios, las reuniones, pero encuentro que es poco, o sea siempre sería más positivo tener espacio para reflexionar como industria, no como uno dentro de su empresa... como industria.

**Claro, y... esta pregunta... estamos a prueba, porque es un poco extraña. Pero el lugar del investigador en la generación del conocimiento sobre OP, ¿cuál crees tú qué es?**

Es clave, desde ahí tú miras, tu observas lo que estas investigando, de ahí tu defines hasta donde llega tu problema de investigación, el investigador es quien finalmente operacionaliza, el que define, el que acota el objeto de estudio, el que delimita el estudio, y el canaliza también en un contexto, es el que le pone el contexto al análisis, el investigador finalmente es quien construye el objeto de estudio y es quien además da a conocerlo o lo comunica a un cliente y por lo tanto ese cliente también se va a construir una visión sobre el problema de investigación de acuerdo a lo que el investigador le traduzca, y le informe y le comunique, por lo tanto yo creo que es clave, y ahí uno tiene que ser súper honesto, súper transparente de cuál es tu postura de donde partes tú, de donde estas mirando, porque ese cuento de la objetividad... eso es una utopía, si es que uno puede intentar ser lo más objetivo posible, y en qué sentido objetivo, no en el sentido de que uno es neutro, que no viene de ningún lado, sino en el objetivo de tener presente y sobre la mesa todos los puntos de vista sobre ese tema, pero el objetivo no significa hacerte parte o más bien el no hacerte parte, el excluirte sobre una postura determinada, significa poner sobre la mesa todas las posturas, para que cuando tu diseñes un instrumento tengas presente que hay gente que está a favor, en contra y gente que esta desinformada sobre esa materia, etc. Pero tener todo el espectro sobre la mesa y no omitirlo, yo creo que ahí es clave, finalmente cuando uno ve encuestas mal hechas, instrumentos sesgados completamente y que por lo tanto también tienen resultados sesgados tú te das cuenta que eso es absoluta responsabilidad del investigador. Y... De pronto hay gente que dice, no pero es que el cliente quiso que lo preguntara así, y no, es que uno como investigador tiene que siempre poner por delante la calidad de la investigación del estudio que estás haciendo y la seriedad del estudio que estás haciendo, y en esa medida también entregas confianza a tu cliente, que no es del rubro, de que lo que estás haciendo es lo más adecuado, que la forma de preguntar si afecta o interfiere en los resultados que tú tienes y por lo tanto siempre tratar de levantar todas esas visiones y posiciones, y ser lo más transparente posible para evitar más que nada el sesgo, si finalmente ese es el riesgo de caer demasiado en una postura, de ser demasiado subjetivo, el riesgo cual es, que tu estas sesgando y que estas limitando las miradas a tus posturas en general ideológicas, valóricas, en fin y pero es una postura personal. Y a veces no solo personal, sino que de todo un colectivo, que va en grupo no sé, ONG que te encarga un estudio y que quieres que preguntes de una manera porque es el interés de ellos que preguntes así, y forzar un poco, y uno tiene que tratar de... y por eso te digo que como industria tiene que hacer reflexiones en torno a esos temas y uno tiene que tratar siempre de poner por delante la calidad de lo que se está haciendo más allá

de los intereses personales o institucionales que haya detrás de un tema, o sea tu no produces información para darle en gusto a uno u otro grupo, tu produces información para que se conozca el estado de OP sobre esa materia y eso es lo relevante y como investigador ese es el rol de uno, por eso te digo que estas personas que de repente hacen estudios muy malos o por dos chauchas, afecta finalmente a toda la industria, porque la industria pierde credibilidad, el rol del investigador pierde centralidad, te fijas, no en el sentido de ser el centro de la atención de la investigación sino en el sentido de que finalmente es el investigador es quien puede o está capacitado para tomar las mejores decisiones técnicas respecto de la investigación, y no terceros.

### **Claro.**

Porque tú eres el que tiene en vista el tema de tratar de mantener esta objetividad, que es más que nada es como poner sobre la mesa la pluralidad de visiones, el que sabe cuáles reglas y contenidos, el que sabe cómo preguntar finalmente las cosas, el que sabe que metodologías, que muestra y que diseño es más adecuado para ese tema, o sea uno también tiene que validarse como investigador en ese sentido, por lo tanto cuando se hace daño a toda la industria perjudica también a toda la industria, por eso a mí me parece que es un tema súper relevante, no de mala onda con x persona.

**Con el resto de la industria, y así para terminar, ¿tú tienes como una visión ideal o de lo que debiese ser o de cómo debiese ser considerada la OP, de cómo debiese ser estudiada la OP, quizás de cómo mejorar...?**

Uf... que difícil porque es como muy amplio... eeh, yo creo que el desafío es importante, más que nada porque una cuestión es lo técnico de la industria porque obviamente ahí hay desafío de mejorar la calidad del producto que se entrega, y siempre ir optimizando las metodologías, siempre ir pensando nuevas metodologías e ir ajustándolas y haciéndolas más precisas, siempre mejorando la calidad de todos los equipos porque una cosa es el investigador pero también hay encuestadores, hay control de calidad y finalmente entre todos construimos las investigaciones, no es una cuestión de que solamente por ser un investigador brillante te van a salir bien los estudios, necesitas tener un equipo muy grande que además es muy disperso y por lo tanto la calidad debiera apuntar a todos esos niveles no solo a los grandes tomadores de decisión dentro de una investigación sino que a todos los niveles y todos los participantes que están involucrados en la investigación. Pero yo creo que uno de los desafíos mayores, aparte del tema técnico o de calidad en la industria, es también poder dar o que se dé la relevancia necesaria a los estudios como una herramienta para poder tomar decisiones respecto de la OP y ver finalmente los estudios de opinión como información estratégica y a la vez yo lo veo como en una perspectiva súper histórica, que cosa más interesante va a ser, por ejemplo, en 200 años más, poder ver los estudios de opinión de hoy en día y ver qué es lo que opina la gente sobre cualquier tema, o sea como vemos la familia, como vemos el medio ambiente, nuestra relación con la naturaleza, como vemos nuestras

relaciones laborales, ahora que se está discutiendo la reforma laboral y como nos relacionamos en todos esos niveles y ámbitos, yo creo que va a ser súper interesante porque nosotros no tenemos eso, ósea no tenemos un bagaje de 200 años de estudios de opinión para atrás, nosotros no tenemos estudios de opinión de lo que pensaban las personas en el 1800, eeh hay prensa obvio y ahí también hay toda una lectura de la opinión pública desde las comunicaciones, en fin. Pero estamos acotando a la investigación social de la OP, entonces yo creo que esa perspectiva de mirada histórica a largo plazo es muy interesante de poder incorporar en la OP, en el sentido de que lo que se produzca en la actualidad se haga bien para que realmente represente lo que está pasando, además me parece pero interesantísimo por ejemplo, todas estas series que van a haber de... de la puesta mundial de valores, del mismo Latinobarómetro, en 100 años más, 200 años más va a ser súper interesante ver cómo vamos mutando las percepciones de la población y como van cambiando también los temas, segura que en 200 años más vamos a hablar de otras cosas, hoy en día por ejemplo, el año pasado recién nos apareció el tema del agua, discusión y debate sobre la propiedad de los bienes públicos, el agua, la tierra, será en unos años mas no se el aire, te fijai, o sea yo creo que son cosas, temas emergentes, que son interesantes de ir viendo cómo se van incorporando a la OP, pero va a ser más interesante aun después poder verlo en una perspectiva histórica, y como se van a poder analizar o utilizar esa información cuando nosotros ya estemos requetemuertos en 200 años más, la única manera es con estudios de calidad, es decir que la gente que los vea en 200 años más realmente pueda decir esta cuestión está bien hecha, es seria, con transparencia metodológica y en la publicación, es decir las bases de datos, los instrumentos, los informes se publican, todo tiene que ser público, porque que te permite eso, tener un patrimonio estadístico que como país, y como planeta Tierra, como mundo es clave. Si tú no tienes un buen patrimonio estadístico, serio, consolidado con respaldo de toda la información, con las bases de datos, saber dónde salieron los cuestionarios, que soporte teórico o marco de referencia hay atrás, etc. Eso es lo que te va a permitir generar ese patrimonio, y que ese patrimonio sea lo que a futuro también uno pueda ir utilizando porque yo creo que recién nosotros tenemos 50 años o 70 años de estudios de opinión, es súper poquito y uno ve los estudios de EEUU de los años 50` y dice mira que entretenido como conversaban los roles de género, pero ahora es, no ha pasado casi nada de tiempo y los debates ahora han cambiado radicalmente y la situación en términos de derechos civiles, políticos, económicos, sociales culturales... ha cambiado radicalmente entonces tu ahí te vas dando cuenta como finalmente los estudios de opinión van revelando que tipo de sociedad tenemos, y por eso es interesante tener este patrimonio y claro poner por delante el desafío de la calidad, pero la calidad no solo porque seamos buenos, porque yo encuentro que sinceramente que eso no tiene mucho sentido sino que la calidad como prioridad para poder aportarle algo a la humanidad y generar un patrimonio estadístico y un respaldo de las percepciones y de las situaciones de la OP en cada uno de los momentos históricos de las sociedades, y en ese sentido es una mirada de futuro, te fijas porque no es algo para nosotros. Nosotros usamos los estudios en fin y todo, pero es algo de calidad para que también quede a futuro y uno pueda hacer análisis mucho más profundos de cómo fueron los momentos

históricos, de cómo se fueron dando los debates y los cambios en las sociedades... ehh una mirada más de largo plazo como humanidades en el fondo, eso es lo que uno puede aportar, no hacer las cosas bien porque si no más, porque hay que hacerlas bien, no hacerlas bien para que quede algo, para que sirvan en algún momento, ese es como yo encuentro que es el desafío.

**Bueno eso es la entrevista.**

Súper.

### Entrevista 3

Investigadora de consultora privada.

**Bueno, lo primero es que usted me cuente un poquito a que se dedique en relación como a la OP, ¿cuál es como su trabajo?**

De los temas de OP, a ver, lo que nosotros hacemos, yo dirijo el área de estudios públicos de jefe acá, Adimark, estoy a cargo de la unidad de estudios públicos, que es un área recientemente creada en la unidad, históricamente todos los estudios relacionados con OP y con temas de orden público, licitados vía Mercado Público, etc., eran considerados como estudios cuantitativos y estaban dentro del área cuantitativa, entonces. Y hace dos años atrás se produce un fenómeno interesante, que es el reconocimiento del ámbito de los estudios públicos, como un tipo de estudios distintos del quehacer concreto que hace la empresa, que trabaja en estudios de mercado, no es cierto, y OP, pero como un tipo de estudios distintos al área cuantitativa, y ahí se genera esta gerencia a una unidad distinta que depende directamente de la gerencia general, ahora nosotros trabajamos en dos líneas, en ese sentido, algunos que son... bueno, mucho estudio ad-hoc, que en el fondo responde a necesidades específicas de investigación producto de licitaciones como también estudios que son de orden público en términos de OP, ya, que están relacionados más directamente con el quehacer que hace Roberto Méndez dentro de la empresa, en todo caso, que son los que tienen más resonancia, ya, pero que están alojados en nuestra área finalmente. Entonces, ¿qué hago yo específicamente?, yo dirijo el área, pienso, diseño estrategias, armo propuestas, atiendo clientes, hago análisis de información y entrega de resultados, no obstante, los que son, los estudios que nosotros reconocemos, nuestros estudios que son de orden gratuito y que están destinados para prensa, están dirigidos fundamentalmente por el presidente de la compañía, que es Roberto Méndez. Ahora, nosotros reconocemos nuestro ámbito dentro de la OP, desde la perspectiva de que nosotros si lo que hacemos, y yo aquí estoy directamente encargada, soy responsable directa, de la calidad, desarrollo, ejecución, etcétera, de los estudios que recogen opiniones públicas en torno a temáticas específicas, pero que son licitados por el Estado, ya, llámese, bueno, Ministerios, Servicios dependientes, etcétera., y esos estudios, en esa línea, operan en diferentes ámbitos, como, por ejemplo, en este momento, no sé, por decirte algo, estamos haciendo un estudio para el Ministerio de Justicia sobre detección de necesidades jurídicas en la población, ya, ehh... versus otros que andan en la línea de calidad de servicios, atención de usuarios y usuarias, pero todos relacionados con la descripción, levantamiento, descripción, análisis de opiniones públicas respecto del operar del Estado, así que eso.

**Ya, y, en estos estudios como sobre OP, ¿operan con algún concepto, hay algún concepto de base, alguna discusión teórica sobre la OP que permita el levantamiento de esta información, no sé?, no sé si se entiende bien la...**

Sobre lo que entendemos como público.

**Sí, sobre lo que se entiende como OP.**

Como OP o como lo público.

**Como OP... las dos cosas son interesantes, pero como OP...**

Como OP. Eh... lo que pasa es que dentro, uno entiende que la misión que uno tiene es representar a las personas, ya, como quehacer al que se dedica esta entidad, nosotros representamos a las personas, estudiamos a las personas y le damos voz a las personas, ya, entonces, desde esa perspectiva hay temáticas sobre las cuales nosotros teorizamos y entendemos que nuestro quehacer se instala desde la línea de OP, pero sin embargo hay que tener claro que nosotros no somos una entidad académica, ya.

**Ya.**

Por lo tanto, nuestros estudios en muchas situaciones responden a marcos teóricos o antecedentes específicos que han sido formulados por un mandante, te das cuenta. A ver, por ejemplo, cuando a mí me dicen “vamos a estudiar la OP en determinada temática, por ejemplo, en términos de necesidades jurídicas”, qué es lo que definen las personas como necesidades jurídicas, qué es lo que entienden, qué es lo que terminan judicializando, etc. Yo trabajo conjuntamente con este cliente, en este caso, por ejemplo, el Ministerio de Justicia, dentro de este ejemplo, pero podría ser un eventual Ministerio del Interior, te das cuenta, Ministerio de Desarrollo Social, etc., pero normalmente nos encontramos con definiciones y teorizaciones preestablecidas, entonces nosotros tenemos algún grado, algunos grados de libertad en términos de las operacionalizaciones de los conceptos, pero la verdad que re poco, en nuestro quehacer específico, respecto de la construcción, respecto del diseño del constructo, vienen normalmente... ya vienen preestablecidos. Sí, la mayoría de las veces. Ahora, cuando nosotros hablamos de los estudios de orden gratuito, que no tenemos un mandante de por medio, llámese la Encuesta de Evaluación de Gobierno, llámese la Construcción del IPEC, por ejemplo, por supuesto, ahí hay reflexiones al respecto, pero yo te diría reflexión respecto de la temática que se quiere recoger, no del concepto de OP, sino de la temática, o sea, qué estamos entendiendo por expectativas económicas, de qué forma se evalúa un gobierno, por ejemplo, en esa línea, pero no hay que olvidarse que nuestro quehacer, desde la empresa en la cual yo trabajo, normalmente, la mayoría de los casos, son muy pocas las excepciones, responde a un mandante, mandante que normalmente en el caso de los estudios públicos corresponde al Estado, en la mayoría de los casos, en mucha menor cuantía, pero por ahí nos encontramos eventualmente, tiene que ver con fundaciones, por ejemplo y ahí entramos en una suerte de cooperación, y yo te diría “sí, ahí hay espacio de reflexión”, pero nuevamente no respecto de la OP, sino de la temática que convoca al estudio.



**Claro, que, sobre la que trata el estudio.**

Claro. Entonces uno diría “yo me muevo en el campo de la OP sin duda, indudablemente”, trabajo sobre la OP, pero nuestra reflexión normalmente tiene que ver con las temáticas que estamos investigando en torno a la OP, llámese Derechos Civiles, llámese participación, focos de desarrollo, evaluaciones de imagen, etc.

**Entonces, no hay como un concepto así...**

No un concepto que yo te dijese así como institucionalmente GFK-ADIMARK reconoce OP como, no, ya, ahora, distinto es la opinión que yo pueda tener como persona que trabaja dentro de una empresa y cómo yo entiendo la OP.

**¿Qué opinión merece para usted la OP?**

Es que, para mí, para mí, ¿en qué sentido, como mi opinión?

**No, ¿qué piensa usted que es la OP?**

Ah, qué pienso yo que es la OP. La OP corresponde a las significaciones, corresponde a la, como decir, cuál es la palabra exacta que podríamos utilizar sin caer en una definición tan operacionalizada, digamos. Dale, yo establecería que la OP corresponde a las opiniones de las personas en torno al espacio o temáticas que corresponden al ámbito público, ya.

**Ya.**

Ehh... es decir, a todo el quehacer, o todos los fenómenos o todos los eventos que se presentan, que son de orden público, de conocimiento masivo, no es cierto, y frente a los cuales se desarrollan opiniones que corresponden a actores sociales, incluyendo a la ciudadanía, reconociéndola como un actor. A nosotros, en ese sentido, no nos interesa la sumatoria de opiniones, sino la identificación de los discursos circulantes en términos de fenómenos de orden público de los diversos actores que componen la sociedad.

**Ya, perfecto.**

Porque, o sea, pensarlo en términos de una suma de opiniones, no es cierto, es una mirada súper positivista clásica, en ese sentido, entonces, no, nosotros trabajamos con el concepto de OP, como discursos circulantes.

**En esa definición, quizá como de orden más implícito, como más personal, se traslada un poco como al quehacer...**

Sí, sí. Tú no puedes ahí desacoplar, en el fondo, la presencia, la influencia que tienen las personas, tú sabes, de repente cambia un gerente de área acá, y cambia completamente la

forma de entender el negocio. Sí, si po, indudablemente, hay mucha dependencia en este ámbito respecto... a ver, porque te insisto, o sea, nosotros somos una empresa privada, no somos una entidad, por ejemplo... si nosotros fuésemos una entidad dedicada a un ámbito en específico, tendríamos una definición respecto de ese ámbito, ya, te das cuenta, que más allá, son modificadas a veces por las personas que trabajan, pero indudablemente van más allá de la historia personal, en cambio aquí, lo que nosotros hacemos es trabajar con mandantes, a nosotros se nos encargan estudios de diferente tipo, ya, o licitamos estudios de distinto tipo, y ahí tenemos que hacer, podemos entrar en la discusión y todos lo que quieras, pero tenemos que entrar también en un acoplamiento de un tercero, que el tercero lo que nos está pidiendo fundamentalmente a nosotros es que realicemos una medición, que reflexionemos conjuntamente, que lo orientemos, que le entreguemos recomendaciones, pero a partir de los parámetros establecidos por su propia institución respecto de cómo ellos entienden un determinado fenómeno.

**Y, entonces, de alguna forma, ¿los intereses a los que responde la construcción de conocimiento sobre la OP, tienen que ver un poco con los intereses de estos mandantes?**

Sí, por su puesto, sí, por supuesto. O sea, yo no estudio libremente la OP, tenemos un par de estudios de esa naturaleza, como te decía, pero no estudio libremente temáticas dentro de la OP, yo respondo a temáticas impuestas normalmente por un mandante, porque son estudios licitados o estudios comprados o estudios encargados, o también a veces tenemos suerte de alianzas también, alianzas estratégicas que establecemos con otros, pero la minoría de las veces y esas alianzas estratégicas también responden en el fondo, ponte tú, nosotros trabajamos hartito con Elige Vivir Sano y le hicimos harta cosa a Elige Vivir Sano, pero en el fondo no éramos nosotros pensando Elige Vivir Sano, sino que una alianza estratégica establecida con Elige Vivir Sano, en la cual habían definiciones programáticas ya preestablecidas, y donde nosotros encajábamos, de alguna manera, desde la medición, desde la formulación de datos, desde la entrega de señales, respecto de la ciudadanía.

**Y esos como intereses, de los mandantes, ¿se pueden caracterizar de alguna forma?, ¿se pueden generalizar de alguna forma?, o son así difusos, dispares.**

No, yo creo que todos van en la línea del bien público.

**Ya.**

Todos van en la línea, o sea, si tú dijese, si tuviésemos que encontrar que tienen común, primero, el resguardo del bien público, segundo el desarrollo del Estado, o sea, como el Estado, yo te diría, van mucho en la línea de la protección social, van mucho en la línea de cómo el Estado asegura derechos, en como el Estado es capaz de generar condiciones y calidad de vida de... de las personas, de la ciudadanía, ahora, lo que pasa, es que eso es, digamos, es parte de los deberes de este conjunto de mandantes, pero ahí tú entras

específicamente en las temáticas, entonces tú dices, a ver pensemos, un IPS, por ejemplo, un Chile Atiende, van en la línea respecto de estas grandes ideas, pero como son efectivamente entregados productos, de seguridad, de protección social hacia usuarios, usuarias, perfecto, Ministerio de Justicia, como asegura condiciones de legalidad o condiciones también de entrega de ciertos servicios, como por ejemplo, no sé, en el SENAME, en el Servicio Médico Legal, en el Servicio... en el Registro Civil, etc., o sea, como tú cautelas el cumplimiento de derechos ciudadanos y de la entrega correcta de prestaciones sociales, pero van cada uno bajando temáticas específicas que son sectoriales, ya, entonces, si algo tienen en común, por supuesto, el bien público, la cautelación, el cumplimiento de los derechos, la prestación de beneficios, la entrega de productos desde el Estado, etc., pero bajando sectorialmente.

**Eso es porque finalmente las instituciones mandantes son siempre como del Estado.**

Sectoriales, la mayoría, para la unidad de estudios públicos de esta empresa. Ahora, distinto fuese que nosotros tuviésemos un concepto, trabajásemos de una manera distinta lo público, a ver, por ejemplo, estoy pensando en empresas como CADEM, que sería un símil como a nosotros, que tienen un observatorio también, en el fondo, ellos tienen la Plaza Pública CADEM, donde ellos lo que están es dedicados a medir la continencia, tienen termómetros de contingencia permanente, donde ellos tienen encuestas móviles, ómnibus, armados, etc., que se van moviendo también y subiendo, bajando temas y que le dan cabida también a los diferentes sectores en términos de inclusión de preguntas, que es la forma como ellos van trabajando. Por eso me refiero al ómnibus, entonces dos preguntas para este Ministerio, dos preguntas para esta entidad, dos preguntas para... jaja, opera un verdadero ómnibus y están en el termómetro permanente, pero no es nuestro rubro, no estamos en eso. Tenemos, como te decía, un par de estudios que son de autoría propia y que son libres de todo mandante, como es la Encuesta de Evaluación de Gobierno y el IPEC, sin embargo esos están enfocados en temáticas súper específicas y no sobrepasan el objetivo de esos estudios, o sea, tienen coherencia interna en términos del levantamiento de lo que están haciendo, ya, o sea, no es que, por ejemplo, en la Encuesta de Evaluación de Gobierno se nos ocurra que vamos a meter preguntas adicionales de otro orden, ah, porque efectivamente, no sé, el segundo piso de la Moneda le interesa en este momento no sé qué cosa, “chuta, hagámosle el favor, ya que vamos a hacer una encuesta nacional y metamos...”, no, no, somos... porque, de hecho, creemos en ese sentido que la incorporación de criterios de preguntas, por sobre todo, que son oportunidades para otros, y que podrían dañar seriamente nuestros instrumentos y nuestros estudios, nuestros estudios, los dos estudios que nosotros tenemos libres de todo mandante, son estudios que son absolutamente independientes y que son muy, muy cuidados internamente en términos de cualquier tipo de contaminación y son manejados internamente con mucho celo, o sea, yo te diría, desde archivos encriptados en adelante, buu, tú te sorprenderías, en ese sentido, de los grados de interés que puede haber sobre la información...

## **De interés público.**

Pública.

## **Y esa información que se produce como con cierto interés público igual po, como de visibilidad pública.**

Sí, claro, son estudios que son muy buenos, muy interesantes, todo lo que quieras, pero que además hacen una contribución muy importante a la marca GFK-ADIMARK, ayudaron por años al posicionamiento de la empresa ADIMARK, posteriormente a la fusión del grupo GFK en Chile, se optó por mantenerlos, porque era un aporte demasiado importante a la marca, entonces y porque nos instala con mucha visibilidad en el mercado, por algo CADEM generó su Plaza Pública hace un año atrás, imitando un poco esta... claro, pero con otro contexto, la verdad que con otro contexto, porque los otros estudios que nosotros hacemos en el ámbito de los estudios públicos, que son los estudios licitados, son todos con contrato de confidencialidad, entonces nosotros quedamos en manos de las entidades que los licitan respecto de nuestra aparición pública o no, entonces claro, por ejemplo, no sé, puedes tener un Ministerio de Justicia, estoy pensando cuando hicimos el estudio sobre los pilotos de justicia vecinal, que había que dimensionar, dimensionar la demanda que iban a tener los pilotos de justicia vecinal a nivel de la Región Metropolitana, no había ningún antecedente, el gobierno se había metido en este tema y tenían cuatro pilotos establecidos con fecha de inicio y todo y sin ningún conocimiento previo del nivel de demanda probable, digamos, entonces nosotros nos adjudicamos este estudio y, por ejemplo, ahí aparecemos mencionados permanentemente y fue un estudio dado a conocer en ese momento por el actual Ministro de Justicia, que si no me equivoco era Felipe Bulnes, estoy prácticamente segura que era Felipe Bulnes, y él divulga, digamos, con prensa y todo, se transparente metodología y todo, pero yo te diría, eso es excepcional, con toda tranquilidad, 70% de los estudios que nosotros realizamos, no es que estén ocultos ni mucho menos, se puede acceder a todos ellos, pero vía Ley de Transparencia, o sea, habría que solicitarlos, no están ahí publicados, no están disponibles en una página web o no son entregados a prensa, muchos de ellos, la prensa se entera finalmente que existen y los solicitan, y aparecen mencionados en diferentes ámbitos y nosotros aparecemos como una suerte de colaboradores en ese sentido, de la entidad, pero quedamos, nosotros no tenemos ninguna posibilidad de divulgación pública de la información como empresa, te das cuenta, a menos que sean los estudios públicos que nosotros mismos realizamos, ahora sí, a veces nos invitan eso si a formar parte de las mesas de divulgación, de las estrategias de divulgación y participamos, ah, acaba de ocurrir ahora con la Fundación Piensa, hicimos estudio sobre la calidad de vida de la V Región y efectivamente hemos estado en todas las actividades de divulgación que ha habido, te moris de cómo ha sido la cosa, jaja, de hecho consideramos que ya son demasiadas horas invertidas en divulgación.

## **En divulgación, jaja, en comunicar los resultados.**

Sí, sí, en comunicar los resultados, exactamente, claro, bueno, porque una entidad como la fundación Piensa, que tiene una entidad que tiene apenas un año de antigüedad, que se quiere instalar como el Think Tank de la V Región, le conviene estar avalado por una marca como GFK-ADIMARK, eso.

### **Respecto como de la metodología, ¿qué metodología utilizan para generar los estudios sobre OP?**

A ver, nosotros nos movemos, aquí tenemos todas las metodologías, trabajamos con todas las metodologías factibles, respondemos a las necesidades de investigación de la licitación, entonces ahora, tú tienes que pensar, a ver, nosotros desarrollamos regularmente estudios de cobertura nacional en terreno, para eso tenemos una red de encuestadores nacionales, o sea, no tenemos ningún problema, de hecho, no nos asusta para nada, nosotros hacemos pasar 7 mil, 8 mil, 9 mil por la cadena de operaciones sin ningún problema, porque estamos hablando de un departamento de operaciones estimado en, yo creo con mucha facilidad en cerca de 300 personas, entonces... tenemos propio call center, por lo tanto las encuestas telefónicas son para nosotros una, son súper cotidianas, y además tenemos una cantidad de proveedores cuando nuestro call center esta... nuestro call center, que tiene más de 100 posiciones y opera en dos turnos continuados y así y todo se llena en términos de la cantidad de estudios, entonces tenemos proveedores externos, entonces tenemos una maquina armada que a nosotros nos permite con mucha tranquilidad movernos con estudios presenciales en hogares, con estudios telefónicos a hogares, con estudios telefónicos dirigidos, con estudios presenciales dirigidos, yo te diría la encuesta en punto la ocupamos mucho también, pero la ocupamos específicamente para ciertos tipos de clientes, en los cuales nosotros no nos queda otra posibilidad que hacer encuesta en punto, como por ejemplo, nosotros llevamos desde hace varios años la totalidad de los estudios del metro de Santiago, en el metro, estas obligado a hacerlo en punto, entonces claro, si yo cuantificará por cantidad de encuestas que pasan, que hacemos como unidad nosotros en punto, es una cantidad, chuta, con toda tranquilidad, no sé, estamos hablando de muchos miles de encuestas, muchos miles de encuestas en punto, no obstante, si uno dijese, por número de estudios, no es la técnica que ocupamos normalmente en, te das cuenta, en el resto de los estudios, tenemos una unidad completa acá, en la gerencia del área cualitativa, donde, cuando nos toca hacer fases cualitativa o directamente estudios de orden cualitativo con ellos, disponemos ahí una cantidad importante de directores y jefes de estudio, que se mueven, bueno, trabajamos mucho con focus groups, no con grupos de discusión, con focus groups, las entrevistas, yo te diría las entrevistas, en lo general son menos cotidianas de lo que uno podría esperar, normalmente se apela más al focus group que a la entrevista, pero también realizamos... hemos realizado harta etnografía en estudios públicos, sí, hemos realizado harta etnografía, harta, harta etnografía, y eso fundamentalmente, porque tenemos algunas metodologías cualitativas de diseño propio, combinadas por medios digitales, pero la verdad que tratan poco de lo público, están más pensadas para estudios de orden privado.

**Ahh, ya.**

Entonces, no la hemos ocupado nosotros, no hemos recurrido mucho a eso, la hemos ocupado a nivel de antecedentes eventualmente, como para poder caracterizar periodos, a veces, de medición, metodologías, técnicas, en realidad, que son de orden de análisis de redes sociales, de apariciones de menciones, en esa línea, pero no, no es lo normal, yo te diría nuestro quehacer en lo público radica fundamentalmente en encuestas a hogares, en encuestas presenciales, de orden dirigido, en encuestas telefónicas, en encuestas telefónicas dirigidas y en encuestas en punto, ahí nos movemos, ahí está la masa de nuestros estudios.

**Y en ocasiones utilizan algún acople como cualitativo.**

Sí, sí, pero también, lo que te encuentras es que... es que a ver, aquí hay un tema también de la primacía de lo cuantitativo desde DIPRES, entonces muchos de los estudios que se licitan son pensados para entregárselos en algunas de sus instancias a DIPRES, por cumplimiento de indicadores, por evaluación de programas, no sé, y DIPRES tiene por política la aceptación solamente de indicadores de orden cuantitativos. Yo tengo la impresión, esto es una reflexión que yo he hecho en el último año, y que la he discutido con gente de DIPRES y con gente que se dedica a la evaluación de programas, ehh... que si DIPRES estuviese más abierto, hay una reflexión sobre que es un indicador cualitativo, pero esa es harina de otro costal, digamos, pero estuviese más abierto a fases cualitativas, a información de orden cualitativa, las licitaciones de orden público aumentarían considerablemente en la participación de lo cualitativo, pero hoy en día, si tú miras, y es a lo que yo respondo, no es un tema de voluntades, a lo que yo respondo, eminentemente cuantitativo.

**Eminentemente cuantitativo.**

Eminentemente cuantitativo. Eso, por un lado, digamos, desde las técnicas, y, por otro lado, desde las temáticas, la pega, con toda tranquilidad, la mitad de nuestro quehacer anda en la línea de calidad de servicios y satisfacción de usuarios y usuarias y después viene un 30% que se mueve, de nuestros estudios, que se mueven en torno a temas ad-hoc, y aquí ya vienen encuestas específicas, de distintas temáticas y yo hablaría de un 20% que está más en la línea de medición de imagen y posicionamiento de marcas. Más, meno, temáticamente, en relación a las que nosotros hacemos.

**Y más allá quizá como de la legitimidad que DIPRES le otorga como al indicador cuantitativo, como forma de evaluar los estudios, en fin, ¿usted piensa que la encuesta es la forma adecuada de presentar la OP, o piensa que podría estudiarse a través de alguna herramienta cualitativa de mejor forma o a través de una triangulación...?**

Yo hace muchos años, y esto siempre lo he dicho desde el pulpito académico y todo, yo hace muchos años que renuncie y me di cuenta que era bastante de nivel pregrado la discusión de

lo cuali/cuanti, digamos, o sea, yo, yo lo que creo... yo creo que esta no es una decisión en términos de preferencias, de tendencias, de opción, etcétera., si no que aquí lo que... tú lo que tienes que examinar específicamente en torno a tu gran pregunta de investigación, globalizante, de lo que tú quieres estudiar, cuáles son las mejores opciones, ah, opciones no solamente de técnicas, opciones de diseño, o sea, tú podrías hacer diseños cualitativos o cuantitativos, pero también tienes múltiples opciones, en términos de diseños cuasi experimentales, hay unos diseños maravillosos, de series de tiempo... de series de tiempo que te permiten conocer evolución en términos de opinión, entonces yo creo que la pregunta es más grande que eso, es mucho más amplia. Si algo esta correcto o no está correcto, esta correcto para ciertas preguntas de investigación e incorrecto para otras, de todas maneras, entonces claro, si tú lo que me estas preguntando finalmente es cuál es el grado de satisfacción de los usuarios y usuarias, con la entrega de beneficios sociales del Estado, obviamente te lo voy a responder cuantitativamente. Ahora, si esto yo lo voy a combinar con técnicas cualitativas, y lo voy a fortalecer, o sea, de qué orden es lo que tú quieres, tú quieres una mera descripción de un dato o tú quieres una explicación en torno a ese dato, entonces miremos tu pregunta y tu problema de investigación y en base a eso tomemos la decisión en términos de las técnicas.

**Tiene que ver un poco con el objeto, con lo que se está estudiando.**

Claro, por supuesto.

**Desde ahí deriva como la...**

Sí, sí, no, aquí no es una banderización en términos de técnicas, de técnicas o de metodologías, un piso más arriba, ehh, es una decisión respecto de que es lo más factible o más viable y la mejor forma de enfrentar una determinada pregunta de investigación, y ahí aparece la creatividad también, a nosotros nos ha pasado varias veces cosas que, en realidad, yo creo que el mandante cree que tiene bastante claro sobre cómo deben ser afrontadas metodológicamente y los hemos sorprendido en términos de propuestas que hemos hecho, entonces... Ahora, no creo en lo cuali por sí mismo ni en lo cuanti por sí mismo, te dai cuenta, entonces, sino creo en su pertinencia para responder ciertas preguntas de investigación, y ojo, lo otro es que las preguntas de investigación tú no las puedes ver en el aire, o sea, yo siempre digo, el único personaje que tiene esta posibilidad de plantearse cualquier pregunta de investigación o cualquier contexto de avanzar son los tesisistas, digamos, jaja, que eligen libremente su tema, yo quiero investigar esto, me gustaría... las preguntas de investigación tienen un contexto y también tienen una temporalidad, entonces tú además tienes... y además tienen un financiamiento, y tú tienes que determinar, tú tienes que escoger de qué forma trabajar, cuál es la forma óptima, a veces hay diseños de investigación que son maravillosos, pero que... tendrías que estar trabajando un año, dos años, ah, para poder sacarle el provecho que requiere. Mira, toda la línea de evaluación de programas, que implica levantamientos base, que implica mediciones intermedias, que implica mediciones expost, no es cierto, por

ejemplo, son de largo aliento y la verdad, yo los he hecho, yo me he adjudicado de esos y yo te diría la verdad, que tienen un presupuesto... (*Se acaba la batería de la grabadora, se cambia*).

**Entonces, los mandantes tienen normalmente un presupuesto y un tiempo acotado para obtener ciertas propuestas, y tú tienes que también... que tomar una decisión, en términos de cuál es la mejor estrategia metodológica, dadas las condiciones de investigación, las preguntas no están en el aire, y normalmente, las condiciones de investigación son... yo te diría que ese es el elemento que te juega en contra, son de tiempos acotados, son de presupuesto bastante acotados en relación a las pretensiones...**

En relación a las pretensiones...

**Claro.**

De la pregunta. Entonces, es complejo, tú buscas ahí la mejor opción.

**Claro, frente al presupuesto.**

O sea, muchas cosas que yo te diría, chuta... ojala todo fuera una encuesta hogares, si. Pero, lo que implica hacer una encuesta hogares de 4000 o 5000 casos a veces y levantarla en 3 semanas, ¿te das cuenta? No es imposible, lo puedes hacer con los recursos adecuados, pero, todos tampoco tienen recursos; entonces, frente a esta opción la encuesta telefónica, entonces, tienes que ir moviéndote con cierta flexibilidad, en términos... telefónica.

**Hay que estar como...**

Sí, ahora yo te diría hay un elemento también y que tiene que ver con condiciones éticas de trabajo cuando se trata de preguntas que implican directamente dimensionamiento de parámetros, tales como el dimensionamiento de una demanda, estudios de alta sensibilidad, en términos del uso de un servicio; entonces, nosotros ahí optamos siempre por la encuesta a hogares, dado ciertas virtudes que tiene, respecto de otros formatos, pero, y si el estudio no habilita para esas condiciones, no avanzamos nosotros con la propuesta, porque nosotros somos libres de decidir a quién nos presentamos y a quien no nos presentamos, que es lo que queremos estudiar y que es lo que no queremos estudiar, y descartamos muchas veces preguntas que nos parecen... poco acertada la estrategia metodológica que se ha puesto como medio para poder...

**Que se solicita como forma de...**

Si, tú le haces técnicas que te quedan mirando como... "¿Quién lo hizo?" Entonces, ahí tú te das cuenta desde el principio, también ¿quiero poner en riesgo mi marca, metiéndome en este estudio?. Quiero avanzar en esto, y además, ¿es posible avanzar en esto con estas condiciones



o va a ser una locura?. Entonces, ahí tú tomas de decisiones. Te sorprenderías de la cantidad de licitaciones que no avanzamos, habiéndolas revisado y cotizado, y tomamos la decisión de que no, aquí no hay que presentarse.

**No hay que presentarse, claro. Y eso tiene que ver con...bueno, usted igual me dice que tiene que ver con la marca, con ADIMARK en este caso.**

Sí, claro. Hay cosas que optamos por no avanzar.

**Pero, también tiene que ver con que la marca se puede ver desfavorecida.**

Sí, claro, a ver. Nosotros hay un ámbito que nosotros tenemos claro, a pesar que nos han solicitado: nosotros no hacemos encuestas para candidato, no hacemos encuestas de tendencia electoral, por ejemplo, no es nuestro ámbito, no nos vamos a meter, a menos que aquí haya un cambio a nivel de la gerencia general, aprobada por el directorio, que eso implicaría un cambio a nivel de las personas que dirigen esta empresa y que se tomen una nueva dirección. Entonces, ese es un ámbito, en el cual, a nosotros no nos interesa.

**No se mete...**

No nos interesa, independientemente de la posición política del candidato, o sea, no nos interesa ese ámbito de medición. Nos interesa nuestra contribución hacia el Estado, y nos interesa también nuestra contribución, en términos de evidenciar la OP y darle presencia a los medios de comunicación, eso es lo que nos interesa. Pero, no nos interesa responder a intereses particulares en ámbitos de ciertas tendencias políticas.

**Perfecto.**

Sea la que sea y nos ha costado, en ese sentido, de poder desmarcar, ha sido una pega muy intensa en los últimos años poder desmarcar la marca ADIMARK, que era la marca histórica, antigua, que tenía una connotación, claramente, de derecha, y tratar instalarlo como una marca de orden más neutro.

**Más neutro.**

Claro, ha sido complejo eso. O sea, cómo tú explicas digamos, finalmente, “no sabes que esto ya no es una empresa familiar de un sujeto que la tenía, sino que esto hoy en día es un holding, que se encuentra en más de 30 países en el mundo, que tenemos...” y respondemos, y nuestros jefes son alemanes, ¿te das cuenta?. Aquí debajo no hay ninguna posición política de por medio, entonces... sí, por eso yo creo que... y hay ciertos ámbitos, además, en los cuales vamos evaluando si conviene meternos o no meternos; entonces, hay ciertos temas que uno se da cuenta que te solicitan estudio solamente para producir ruidos a nivel de la OP

y uno dice “bueno, ¿este es un ámbito que quiero estar o no quiero estar?” Y la mayoría de las veces, no avanzamos en esas líneas.

### **Ya. Cómo producir ruido en la OP.**

Claro cuando tú te das cuentas que quieren ocupar una medición de la marca para instalar una temática.

**Ya.**

Te sorprendería el nivel de oportunismo que hay a veces, pero, yo te diría que eso muchas veces lo veo ligada a las instituciones de orden... fundaciones o centros de estudio; entonces, que es lo que... les interesa instalar una posición en torno a cierta temática, y para eso, piden un estudio de una empresa que sea de orden conocido. Entonces, eso normalmente, nosotros no...

### **Y eso igual como que responde un poco sobre la pregunta ¿Cuál es el lugar de la encuesta de opinión en la formación de OP?**

Por supuesto. Y lo que pasa, es que yo creo que la encuesta de opinión es muy relevante, por eso es que la responsabilidad es máxima, en términos de su levantamiento, de su análisis, de la transparencia de la entrega de resultados. Ya. Entonces... porque son... es claro, que para la prensa tiene una posición importante y le dan mucha tribuna a las encuestas de OP, para nuevamente instalar posiciones, generar nueva opinión y trabajar sistémicamente finalmente la OP, o sea, si la OP se trabaja sistémicamente, se va generando desde diferentes polos que van retroalimentando, a su vez la opinión recogida y expresada; entonces, no es menor digamos.

### **Y un poco quizás... la pregunta por la calidad del conocimiento que se produce en las encuestas de opinión, la calidad del conocimiento que se produce acá mismo en GFK-ADIMARK.**

¿La calidad en qué sentido?

**La calidad si es información científica la que se produce, si es que es de orden más cultural. Si hay alguna postura respecto de eso.**

Lo primero, sería entrar a definir qué se entiende por información científica.

**Sí...**

Porque yo tengo mi duda si es que se produce información científica dentro de la academia, por ejemplo, dentro de la misma universidad.

### **Por supuesto.**

A ver, si tú me dices respecto de la calidad metodológica de la información producida acá, yo creo... aquí, esto es el ABC digamos, de un curso de metodología, en términos de validez. Aquí no hay ninguna encuesta que uno pueda decir que es totalmente inválida o válida, digamos en términos de validez. Ahora, es una preocupación constante, trabajar los diferentes ámbitos de la validez de la medición, eso no te quepa la menor duda. Yo diría y en mi experiencia, y aquí yo llevo más de 15 años trabajando en estos ámbitos, no solamente en esta empresa, sino en diferentes espacios, y tratando a la vez con estudios de diferentes entidades. Yo te diría, hoy en día la calidad metodológica de la investigación que se está produciendo en este lugar en particular, es muy buena, muy, muy buena; porque hay una cantidad de control, tú tienes que pensar que tenemos 300 personas dedicadas al levantamiento y el control de la calidad, específicamente, en diferentes ámbitos, todas unidades independientes entre sí, en términos de la verificación, de la producción de información de un ámbito a otro, o sea, tenemos un ámbito de levantamiento, una unidad de revisión, de supervisión, de validación, de validación de la base de datos, o sea, cada uno de estos departamentos... la cadena de producción es increíble y una máquina sorprendente, yo creo que poco espacios se pueden dar, en ese sentido, el lujo de trabajo; entonces, pero es que uno dice también ahí, somos pocas las empresas grandes en este país; entonces, estás en las grandes ligas, lo que tienes que hacer es asegurar calidad: calidad del levantamiento y metodológica. El tipo de propuesta que nosotros estamos haciendo, en términos del desarrollo teórico – metodológico, es muy bueno. Nosotros estamos compitiendo, yo creo en muy altas condiciones, y normalmente, somos un grupo muy pequeño que está ligado a tres o cuatro empresas y algunos ámbitos académicos, que somos las que estamos recibiendo las puntuaciones máximas. Y ahí yo diría “esto no es la opinión de uno”, sino que, lo que te verifica... es cosa de meterse al historial de mercado público, y tú tienes diferentes tribunales o diferentes ámbitos, comisiones que califican, y si tú te vas dando cuenta, las calificaciones que van recibiendo las propuestas, en ese sentido, yo te diría que nosotros recibimos calificaciones bastante buenas; entonces, siempre estamos en la pelea de la adjudicación. Ahora como profesora, desde mi mirada académica, que uno podría decir “audito desde afuera lo que estamos haciendo”, y yo te diría, apelo un poco al perfil profesional de las personas que están dirigiendo cada una de las áreas de los que dirigimos estudios públicos, que tenemos mucha orientación hacia la academia, y por lo tanto, estamos muy preocupados de las condiciones de producción y de divulgación que tiene la información que estamos produciendo. Que ahí yo haría una diferencia en relación a otras unidades de estudios públicos que conozco de otra experiencia acá en la Región Metropolitana, donde hay menor vinculación con la academia y hay más orientación hacia el ámbito privado.

### **Claro.**

Entonces, hay un traspaso de lógicas desde lo privado hacia lo público, no sé si es bueno o malo, pero, yo si creo que eso ha sido un plus acá, que es este... a ver, nosotros tenemos colaboraciones... establecidas colaboraciones estratégicas permanentes, por ejemplo, con la FLACSO, trabajamos con la Católica, hemos trabajado con la Chile también; entonces, ponte tú, yo ahora me enfrento a un estudio... que no es un estudio grande, sino uno pequeño, pero... muy delicado, en términos del tratamiento. Bueno, y lo que nosotros vamos a hacer es que vamos a convocar al comité de la FLACSO, para que nos audite la metodología y nuestro cuestionario, y nos entregue recomendaciones de orden ético, respecto de cómo trasciende el tratamiento de los casos y de la información. O sea, yo no sé si esa es una práctica habitual, más allá de que sea la empresa privada, sea un centro de investigación, o sea la academia.

**Claro.**

Yo creo que esas son señales que te hablan de la calidad, y yo diría compromiso que uno tiene, efectivamente, con la medición. Si, finalmente, si tú me preguntas... nosotros somos medidores, nosotros somos grandes medidores en escala. Y entonces, parte de lo que estamos midiendo está bien y está correcto, es de buena calidad.

**Perfecto.**

Y nos complica mucho por eso cuando a pesar de la calidad, se divulga incorrectamente.

**Ya que también tiene que ver, digamos.**

Que también tiene que ver, porque, efectivamente, siendo mandantes terceros, a veces entregan información parcializada; entonces, es complejo y nosotros hemos tenido ahí discusiones de esos temas, o sea, callados no nos quedamos, ten toda la seguridad.

**Perfecto. Si usted tuviese que echar una mirada sobre el campo de estudios de la OP en general... Una mirada sobre el campo de estudios de la OP en general, ¿cómo cree o piensa usted que se estudia la OP en Chile?, a nivel nacional...**

Yo diría bastante deficiente, a mí me gustaría ver a la academia más metida en esto o los diferentes espacios académicos. Yo creo que los espacios académicos abandonaron este ámbito, quién lo está haciendo. Ahora yo encuentro más interesante la pega que están haciendo los observatorios de diferente orden, en torno a temáticas específicas. Yo trabajé mucho tiempo con el Observatorio de la vejez y el envejecimiento y no trabajaba OP, pero trabajaba otros ámbitos; pero, por ejemplo, uno dice “aquí hay una pega más seria”. Observatorio de derecho humanos, ponte tú; entonces, tú empiezas a buscar y creo que los Observatorios están haciendo pegas más interesantes, pero, así como el ámbito académico ligado a la OP, es un terreno de abandono, o sea, está poco ligado, lo poco que se hace aparece muy ligado a encuestas de orden político, porque claro es una buena caja de resonancia y genera visibilidad; pero, la OP es más que el orden político.

## **Claro.**

Entonces, yo creo que está bastante abandonado. Y yo creo, sinceramente, con el dolor de mi alma, habiendo dado clases más de 15 años... hasta el día de hoy en diferentes lugares, con el dolor de mi alma creo que hace mejor pega la empresa privada, en ese sentido, porque tiene los recursos, indudablemente, tiene máquinas armadas. Ahora hay una cantidad de consultoras y empresas de mediano tamaño, que es una cosa que... aparece cualquier encuesta, estos Centros de opinión ligado a los diarios a veces; entonces, que uno los conoce, o sea, este mercado es muy chico para nosotros, nosotros sabemos quiénes están dónde y cómo se están haciendo las cosas, y tú dices “¿cómo es posible que publiquen estas encuestas?, por ejemplo, al revisar estas condiciones...”, pero, bueno... en fin. Yo creo que ahí la prensa tiene poco filtro, en términos de las publicaciones de los...

## **Los resultados...**

Sí, sí. A mí me gustaría ver más presencia de la academia en este ámbito.

## **En la discusión sobre OP...**

Sí, por supuesto. Yo creo que es un ámbito bastante abandonado.

## **¿Y por qué piensa que está tan... se abandonó?**

Yo creo que... tener una máquina armadita y precisa de levantamiento de información, como la que pueden tener ciertas empresas, no es una pega sencilla, requiere dedicación y financiamiento, y es algo que no está disponible, en términos de los centros académicos. Entonces, lo que puedes hacer son trabajos parciales y quedar muchas veces ligados a mandantes cuando se ganan un proyecto, pero de lo contrario... universidades o facultades, porque dentro de una universidad siempre la relacionan... las situaciones son súper diversas, un Micro Datos de la Chile, por ejemplo, comparativamente con FACSO.

## **Mmmm... jajajaja.**

Ya, entonces, Micro Datos hace una pega muy buena, muy interesante; pero, Micro Datos lleva años en esto, es una maquina armada, y por lo tanto, no pierde el financiamiento, tiene un equipo dedicado permanentemente...

## **Al tema...**

Claro. FACSO lo intento hace varios años atrás y quedo ahí a medio camino, más que FACSO, el departamento de Sociología lo intentó, hace muchos años atrás con el centro de investigaciones, y fue una experiencia bastante, por lo que yo recuerdo y los antecedentes

que manejo -al menos, eso pareció para el entorno- fue una experiencia bastante triste, con un cierre bien complejo.

### **Claro, resultados de...**

Sí.

**Y respecto de cómo la posición... porque, antes usted me conversaba del lugar que tienen las personas en el proceso de investigación, el lugar del investigador cuando se estudia la OP, ¿cómo lo podría usted reconocer, tratar?**

¿Cómo? ¿En qué sentido?

**Como en la distancia que el investigador genera con el objeto de la OP o de la relación de la imbricación...**

A ver, yo no creo en las distancias... Yo creo que... primero, no es el investigador, es el grupo de investigación.

**Sí, por supuesto. O sea, lo digo en términos...**

Sí, el grupo de investigación, más que los tesisistas, yo no conozco experiencias, en las cuales, la investigación se produzca por una persona, digamos, son todos equipos múltiples de investigación. Yo lo que yo creo, aquí el tema de la resonancia respecto del objeto y el sujeto.

**Claro, la relación sujeto - objeto**

Es imposible. O sea, esta es una renuncia a la objetividad, que el mismo post – positivismo realizo hace muchos años atrás, en ese sentido. Pero, lo que pasa es que, yo creo que donde se juega es en la adopción de criterios éticos o códigos de ética que te permiten mantener ciertas posiciones y hacer ciertos tratamientos de la información; entonces, nosotros en ese sentido nos adscribimos totalmente al código de ética del AIM. Trabajamos con el código de ética de la Asociación de Investigadores de Mercado, y que es súper claro, en términos, de lo que es posible, de lo que no es posible, del tratamiento de información, de lo que puedes entregar, de lo que no puedes entregar, etc. Entonces, yo creo... porque es imposible que un sujeto sea... quede impávido a lo que está investigando, y que además, lo que está investigando no le resuene. Pero, ¿de qué manera tú puedes controlar la suma de estas individualidades?, a través de códigos de ética.

**A través del código de la ética.**

Y además, más encima, por grupo de investigación. Claro, si fuera un único sujeto dedicado a la investigación, indudablemente, es una relación con el objeto que es distinta, en cambio, un equipo de investigación es capaz también de establecer filtros unos a otros, y cuando tienes

una cadena de investigación, que además se encuentra parcializada en diferentes subunidades, también es posible ejercer controles de un momento a otro, digamos de un paso a otro. En términos de la cadena.

**Y así como para terminar, porque estamos en la hora. ¿Las funciones sociales que usted podría imputarle a los estudios de opinión que se realizan acá en GFK ADIMARK, la función social como más allá del interés específico que guarda para el mandante?**

Mira, lo primero es que... y por esto, yo creo que nosotros... mira, justamente, yo venía de una reunión ahora y hablábamos de un estudio en particular que partió maravilloso y termino... Entonces, creemos que hubo un cambio de mano de por medio, de jefatura, que impactó fuertemente en la importancia que tenía ese estudio, y este cliente, una fundación me dice “si lo que pasa es que tú, finalmente, estas convencida siempre que lo que tú haces es un aporte”. Yo creo que eso es clave en esta empresa, o sea, por eso está creada una unidad de estudios y trabajarla de la manera que la estamos trabajando. Nosotros a veces nos reímos porque decimos “esto es como un FACSÓ chico”, por el perfil que tenemos, muchas cosas, por el origen de las personas, de las profesiones; porque nosotros estamos convencidos que nosotros estamos haciendo un aporte a la sociedad, nosotros le estamos dando voz a las personas para poder acercar sus opiniones y ser incorporadas en los procesos de decisión, de planificación y en la forma de operar, específicamente, con la línea de entrega de servicios sociales, eso nosotros estamos convencidos que somos de esa línea.

**Una pura línea...**

Más allá que respondamos específicamente una pregunta y eso nos pone a veces en situaciones complicadas, nosotros a veces entregamos noticias que no nos gustan, y a veces hacemos preguntas que no nos gustan. Y nos sentimos responsables, en ese sentido, si tú me dijese, yo me siento más responsable respecto de la persona que me está entregando la información, y por eso, una cantidad de resguardo, o sea, asegurar efectivamente que la ley de confidencialidad de la información se cumpla... todas esas cosas. Y te sorprendería de la cantidad de cosas que te impide vulnerarla. Yo creo que muchos de estos lo piden en la buena onda y un poco de ignorancia: “no, si mira, si tú me pasaras los nombres y yo supiera en realidad quienes tuvieron el problema como para poder contarle...”. Aquí es mucha gente la que me está entregando la información y de orden gratuito, porque nosotros no hacemos la entrega de información bajo ningún motivo, y yo tengo una responsabilidad máxima con ellos, en términos de cómo yo voy a tratar su información, y como te la voy a entregar. Y el impulso que yo voy a intentar, desde mi posición de investigador, de generar cambios en lo que tú estás haciendo, sino no me contrates el estudio, no me contrates a mí. Y eso, es más allá del ámbito de la OP o los estudios relacionados con el Estado, yo eso te lo distingo en esta empresa, si hay mucho compromiso. Yo veo poco esa actitud de entrega de resultados para complacer al otro. Eso es bien demandante en ese sentido.

**Es como una especie de lineamiento institucional, digamos.**

Sí, sí. Aquí le gusta a quien le guste, aquí se dice lo que se tiene que decir, incluso internamente. Ya, me tengo que ir, tengo una hija que me espera.

**Ya.**



## Entrevista 4

Investigador consultora privada.

**Lo primero es saber un poco a qué se dedica, específicamente como en relación a la OP o los estudios de opinión.**

Bueno, yo soy sociólogo de Feedback y soy director del área de estudios... y estudios acá es una cuestión súper amplia, porque nos dedicamos desde estudios de Opinión Pública hasta estudios de consultoría ambiental, por ejemplo. Es un rango muy amplio, pero en temas de OP básicamente estamos centrados en los temas de OP política, trabajando para el gobierno y hacemos estudios sobre imagen y posicionamiento sobre las compañías que nos contratan.

**Ya.**

Y otra línea importante también, que son estudios de OP también, son los estudios de calidad de servicios, esas son básicamente las tres áreas principales.

**Las tres áreas principales, y cómo es la relación con el gobierno, cómo se establece ahí.**

Mediante Chile-Compra.

**Mediante las licitaciones públicas.**

Sí.

**Y en esos estudios de OP que ustedes hacen acá, ¿opera algún concepto de base, hay algún concepto sobre OP, sobre lo que es la OP, definen la OP de alguna forma?**

No, no. No nos preguntamos que es la OP, o sea, hay una definición operacional de OP, que son todos los chilenos mayores de 18 de años, pero eso tiene que ver porque usualmente los estudios de OP, y especialmente los del gobierno o los de política, se hacen sobre la base de gente que potencialmente vota en las elecciones, por eso que se pone el tope de 18 años o más, como determinación de rango etario. Pero hay algunos estudios específicos, especialmente en medios, donde se hacen estudios... 14 años y más puede ser. En menores de edad es complicado, porque se necesita el consentimiento informado de los padres...

**Ya, es más difícil de obtener.**

No, no es que sea más difícil, es más engorroso y usualmente, como te digo, no es la práctica común concitar a menores de 18 años a los estudios de OP.

**Ya, pero entonces se usa solo esa definición como operacional.**

Lo otro es que hay 50 y más definiciones de OP. No nos planteamos, digamos, de entrada definir lo que es la OP.

**¿Y qué le parece como esa distancia como de no tener una definición teórica y, sin embargo, igual hacer estudios de OP?**

A nosotros no nos genera ningún tipo...Problema. Ninguna disonancia cognitiva.

**Y en general el campo ¿usted cree que opera igual, el campo de estudios en general, el resto de las consultoras privadas?**

Sí, yo te diría que no hay una... que es un concepto difuso, o sea, no hay como una instancia que se haya reunido y defina “esto es la OP y esto no es la OP”, ahora, claro, hay diferencias metodológicas de acercamiento al objeto de estudio, pero, pero... nadie parte, al menos en el ámbito de las consultorías privadas, partiendo por definir lo que es la OP.

**Ya, perfecto. Y quizá en otro ámbito, Universidades, no sé, ¿usted detecta alguna discusión sobre lo que es la OP, antes quizá de hacer estudios sobre OP?**

Muy vaga, yo te diría que no ha sido un tema de discusión en el ámbito profesional, por lo menos donde yo me desenvuelvo, no me he encontrado con esa discusión. Como te digo, es una definición más bien del ámbito teórico. En realidad, los estudios de OP en la consultoría privada tienen mucho que ver con temas más prácticos que definiciones teóricas, entonces algunas veces la OP será definida por el grupo objetivo, que sé yo, x personas que son clientes de alguna compañía, y otras veces son todos los chilenos mayores de 18 años, o sea, hay una... una flexibilidad bastante amplia como para definir la OP, pero como te digo, es operativo, no es conceptual.

**No es de orden teórico.**

No, para nada.

**Ya. Me decía que metodológicamente, sin embargo, hay como distintas entradas respecto de cómo estudiar la OP.**

Claro, tiene que ver con las técnicas.

**Sí. Y ¿qué técnicas usan acá?**

Sí, mira, dependiendo, usualmente nosotros privilegiamos las encuestas cara a cara, pero obviamente, como estamos sujetos también a los rigores del mercado y muchas veces estamos compitiendo por lo precios, a veces hacemos encuestas telefónicas, otras veces hacemos encuestas on-line incluso, pero siempre sugerimos, privilegiamos hacer encuestas cara a cara. Son más rigurosas en términos metodológicos.

### **Generan conocimiento de mayor calidad.**

Te permiten, primero que nada, conocer quién te está respondiendo, las encuestas telefónicas tienen un margen de incertidumbre respecto de quien está respondiendo la encuesta, y las encuestas web, para que decir, no tienes idea de quién te está contestando al otro lado.

### **Jajaja.**

Usualmente además las técnicas, todas tienen sesgos, digamos. Las encuestas cara a cara tienen los sesgos de entrada, digamos, del acceso a los lugares donde está la gente viviendo. O sea, es como de sentido común que en los estratos altos es mucho más difícil hacer encuestas cara a cara que en los estratos bajos. Las encuestas telefónicas, es cierto que son más transversales, en ese sentido, pero tienen el sesgo de la clase social, porque la gente de estrato bajo no tiene línea telefónica fija. Las encuestas web, por su parte, tienen, bueno, el sesgo de quienes están conectados y quienes tienen algún grado de cultura digital, por así decirlo. Usualmente los mayores de 50 están lejos del mundo digital, entonces siempre en las encuestas web vas a encontrar un sesgo etario, todas tienen sus pros y sus contras, aunque algunas veces, algunos clientes que son más flexibles, te permiten usar técnicas mixtas, encuestas cara a cara y encuestas telefónicas, dependiendo de donde está el grupo de interés específico.

### **Y ¿se usa alguna herramienta o alguna técnica de orden cualitativo?, en ocasiones.**

Sí, claro, nosotros hacemos harta investigación cualitativa. Básicamente grupos de foco y entrevistas en profundidad. Y bueno, dentro de estas grandes técnicas cualitativas se usan también sub-técnicas, en los grupos de focos se usa usualmente harta técnica proyectiva.

### **Y el criterio como para usar esas técnicas tiene que ver con el objeto que...**

Claro, usualmente cuando tú estás buscando algún tipo de información relevante y donde no existe ningún preconcepto sobre el objeto de estudio, a veces ocupas técnicas proyectivas.

### **Ya. Y los clientes vienen con alguna idea sobre la metodología que hay que usar o eso se va adecuando.**

No, los clientes te contratan porque se supone que uno es el experto que tiene que proponer cual es la metodología más idónea. Ahora, como te digo, siempre hay un ejercicio de realidad que tiene que ver con ajustarse a los presupuestos disponibles.

### **Y ¿hay alguna legitimidad dada a ciertas técnicas por sobre otras?**

Bueno, sí, por ejemplo, las encuestas cara a cara siempre tienen mucha mayor confiabilidad, y para algunos clientes el dato numérico es mucho más fuerte que el dato, digamos, subjetivo

que puede darte el grupo de focus. Además, es más difícil cuantificar... se puede cuantificar también la información cualitativa, pero usualmente es un enredo, los clientes generalmente no terminan valorando la información, que te dicen “pero ¿a cuánta gente representa eso?, ¿cuánta gente viene al focus?”, bueno, uno dice “habían 10 personas”, bueno, 10 personas a quienes representan. A los clientes les cuesta entender el tema de cuan representativa son las opiniones cuando se genera data cualitativa.

### **Ya y ¿acá toda la investigación sobre OP se hace en torno a clientes que piden investigación?**

Hacemos algo de investigación de OP propia, en función de alguna alianza específica que tenemos con Universidades, por ejemplo... ahh, por ejemplo, hace rato nosotros venimos desarrollando un estudio sobre participación de jóvenes con la Universidad Diego Portales y este año ya, el 2014, en Diciembre, hicimos la sexta versión, ese tipo de estudios no son contratados por clientes y tampoco nos generan utilidades, solamente nos genera un vínculo con la Universidad y eventualmente hacemos otras cosas con la Universidad, pero lo tomamos más bien como un aporte a contribuir con información de OP...

### **Contribuir con información.**

Claro, por ejemplo, en el tema de los jóvenes en algún momento... hoy día, había poca o nula información respecto del tema de la participación política, y con la UDP detectamos este tema y nos propusimos hacer la encuesta, simplemente para levantar data, digamos. Ahora, nosotros, en ese sentido de encuestas, usualmente lo que hacemos es un negocio con algún Medio de Comunicación y una vez que se publica liberamos todo, tiene un estándar bien parecido al estándar de CEP o IPSO de la UDP, donde ahí liberamos el cuestionario, la base de datos.

### **Toda La información.**

Todo, todo, todo está liberado.

### **Ya.**

Pero, claro, hacemos una o dos cosas de ese tipo al año, porque somos una empresa privada que vive de sus servicios.

### **Y ¿esas investigaciones sobre OP generan como algún proceso de discusión más quizá de índole académico?**

Sí, usualmente estas encuestas, especialmente la encuesta sobre jóvenes dan hartos materiales a los propios investigadores de la UDP para escribir papers, ponencias en congresos internacionales...

**Y ¿ustedes ahí se dedican solo al terreno?, por así decir...**

No, participamos de todo el proceso...

**Todo el proceso de investigación.**

Sí, claro. Desde la definición de las áreas de indagación, el procesamiento, el análisis. Como te digo, como la hacemos en conjunto con la UDP, tenemos, entre comillas, como un carácter académico en la investigación, no nos planteamos como objetivo hacer un negocio a partir de ese tipo de alianzas con otras instituciones.

**Claro, pero el rendimiento académico que se le saca a esa encuesta lo hace la UDP más que...**

Sí, no, nosotros no tenemos tiempo, la verdad no tenemos tiempo, porque, o sea, los tiempos académicos son súper distintos a los tiempos de una consultora. Para nosotros lo ideal es terminar un estudio y seguir al tiro con otro. En cambio, una investigación académica se puede dar vuelta un año entero con un solo estudio.

**Un puro objeto.**

Claro. Nos encantaría tener más tiempo, porque a veces también nosotros sentimos que nos quedamos en la superficie de los datos, porque o no hay tiempo o porque el cliente realmente no te pide ir más allá del, digamos, del análisis bivariado de los datos, no hay tiempo la verdad. Entonces la principal característica que tienen los estudios es que son estudios que tienen un programa súper justado y los tipos quieren saber la información lo más pronto posible, entonces uno se juega más bien por producir la data rápido, y también porque para todo es un negocio cerrar la investigación lo más rápido posible, entre comillas digamos, resguardando, digamos, la calidad del levantamiento de la información. No puedes hacer una encuesta probabilística en dos días, esa cuestión es imposible.

**Hay que tomarse...**

Claro, tienes que tomarte lo que toma una encuesta probabilística y con las revisitas usualmente, una encuesta nacional, son mínimo 25 días de campo, tenés otros rato para el proceso, para la digitación de los datos, entonces, tiene que ver mucho que ver con la técnica cuanto tiempo te podí demorar.

**Y respecto como de los análisis, recién me decías que tiene que ver en su mayoría como análisis bivariado, descriptivo, más que nada, o ¿se ahonda a veces más allá, técnicas más sofisticada?**

Sí, claro, en algunos casos, cuando tenemos el espacio y cuando hay un requerimiento específico del cliente, claro, se hacen análisis estadísticos mucho más profundos, regresiones, técnicas que... hoy día los paquetes estadísticos te permiten hacer lo que querai, siempre que tengai la data disponible, y cuando tu plan de análisis además ha sido configurado para poder hacer análisis estadísticos complejos, entonces si teni pura data binominal, acuerdo, desacuerdo, o sí o no, no tenis... las posibilidades... de análisis estadístico son súper limitadas.

### **Tiene que ver con la información que se produce.**

Claro, tiene que ver con el plan de análisis y con cómo están construidas las preguntas, las alternativas de respuestas...

### **Ya, perfecto. En estos estudios como de OP que se realizan acá, ¿cómo usted caracterizaría la relación entre el sujeto y el objeto, entre el investigador y el objeto que se investiga?**

Una relación súper, por así decirlo, mediatizada, porque en el fondo, la relación más directa se da en las técnicas cualitativas, digamos, cuando tú moderas un grupo de foco o eres el entrevistador de la entrevista en profundidad. En las encuestas, porque usualmente hay una bisagra que son los encuestadores, tú, en realidad, el testimonio que tienes de ese levantamiento de información es el cuestionario, pero los investigadores rara vez tienen conocimiento de primera mano de quienes son las personas que están respondiendo las encuestas. Ahora, se hace, en algunos casos específicos, cuando hay algunas encuestas en lugares apartados, en regiones, usualmente van los investigadores, pero más bien a supervisar la calidad del trabajo de terreno que a hacer terreno, es muy raro que un investigador este haciendo encuestas, ha pasado, digamos, pero son excepciones.

### **Excepciones.**

Entonces, claro, la relación, al menos en la investigación cuantitativa es lejana, entre el objeto de estudio y los investigadores.

### **Perfecto, y quizá ahondando un poco en eso, en las consecuencias como epistemológicas que quizá podría tener eso, esa como distancia o... ¿se ve el objeto como donde el investigador no influye o el investigador si influye en el objeto?**

No, bueno, o sea, todas las personas que hacen investigación de OP saben que hay un montón de factores que pueden, de alguna manera, incidir en las opiniones de los encuestados. Aquí la principal fuente de distorsión son los propios encuestadores, bueno, aparte uno presume que el instrumento este lo suficientemente bien diseñado para no producir sesgos en la data, pero de acuerdo a mi experiencia, la principal fuente en la data son los propios encuestadores, y no porque, digamos, porque tengan problemas para leer las preguntas ni para registro, sino

que usualmente hay cosas como sesgos, la inflexión de la voz, la propia disposición personal, la... incluso hasta la vestimenta, en algunos casos, puede servir como facilitador u obstaculizador de la obtención de data de calidad.

**Ya. Data de calidad, me dice, cierto. ¿Data de calidad, en qué sentido?**

Bueno, primero, en las encuestas de OP, en todas las encuestas en realidad, llámese como se llame, existe un factor de incertidumbre que está justamente dado por la honestidad de los propios encuestadores.

**Ya.**

No hay ningún estudio donde, digamos, tú puedas tener una seguridad al 100% que las encuestas que te están entregando los encuestados son 100% eso... ahora, el trabajo profesional justamente de las empresas consiste en diseñar los mecanismos para asegurar de la mejor forma posible la calidad de la data y esto significa, usualmente, porcentaje de supervisión muy alto sobre la data que recogen los encuestadores básicamente o yendo a terreno nuevamente a verificar que las encuestas han sido hechas, o simplemente mirando los datos. Uno ya, de alguna manera, con el mismo training de la experiencia, se da cuenta cuando hay un dato anómalo, porque como todas las encuestas tienen preguntas de caracterización socio-demográfica, tú inmediatamente te das cuenta si hay algo raro, o sea, si la proporción de hombres/mujeres es muy rara, si los algo muy... está sobre/sub representado, uno siempre tiene algún indicador que te dice “aquí paso algo”.

**Perfecto.**

Ya, pero como te digo, usualmente, bueno, se describe el trabajo de supervisión de las encuestas de OP como, entre comillas, la desconfianza organizada, porque tú no puedes suponer, digamos, que toda la cadena de producción de un estudio de OP está fundada sobre la, entre comillas, la honestidad de las personas que recogen la data, o sea, siempre va a haber alguien que va a querer pasarse de listo y pasarte una encuesta trucha, ente medio, o sea, los encuestadores tienen mil formas de engañarlo a uno y uno tiene mil formas de pillarlos a ellos, pero, como te digo, usualmente cuando los estudios son muy importantes, uno casi llega a niveles de supervisión del 100%, cuando es necesario, ahora, uno por experiencia sabe que hay determinados perfiles de encuestadores que son más vulnerables que otros a estas tentaciones de poder tratar datos rápidos, digamos, que tienen muy poca fiabilidad y también hay un dato que es innegable, que el valor que uno paga a los encuestadores actúa como incentivo, perverso o no, si tú pagai poco, te aseguro que la data no es buena calidad, si tú pagas razonable y tienes un buen sistema de control de supervisión, vas a tener, por lo menos, controlado ciertas variables, pero uno no va a poder decir que el 100% es válido y confiable, por así decir, siempre hay un porcentaje de incertidumbre que tú pues finalmente que tú

finalmente no puedes enfrentar, independientemente de los mecanismos que hayas establecido para controlar la data.

### **Y ese es como el factor más importante en la calidad de la información.**

Yo creo que sí.

### **El peso de los encuestadores.**

Si, además también hay un perfil de encuestadores típico, que es... la gente que se dedica a hacer encuestas no son muchas, no sé, un grupo, en Chile, Santiago, ponle que sean 500 personas, que van rotando entre las distintas empresas, es muy raro que una empresa tenga encuestadores propios, usualmente uno tiene gente propia hasta el nivel de su inducción, pero encuestadores es imposible, a veces tienes un estudio con 200 encuestadores y al otro mes necesitas 30, entonces ninguna empresa podría sobrevivir teniendo encuestadores de planta.

### **Claro, teniendo permanente...**

Y por lo mismo, como son pocos y rotan, uno con el tiempo los va conociendo y sabe cuáles son buenos encuestadores y cuales son malos encuestadores, como un mundo es netamente chico tú te enteras si a alguien lo echaron de algún lado o tuvo problemas en algún estudio, porque son datos que se transmiten entre las empresas para que no llegue nadie con muy malas credenciales a los estudios, y también lamentablemente hay un perfil como prototípico del encuestador, son gente que vive del trabajo de encuestas, esas son personas en las que puedes confiar, cuando son personas que tú sabi que no viven del trabajo de encuestas, tienes que tener un grado de duda mucho mayor, por ejemplo, trabajar con estudiantes, por varios tipos de razones, por bajos niveles de compromiso, la creencia que los estudiantes tienen de que te pueden engañar más fácilmente a uno, yo conozco experiencias y bueno, he vivido experiencias propias hace harto tiempo atrás en que he tenido que reemplazar el 100% de los datos recogidos por equipos de encuestadores estudiantes, porque la mitad o más estaban falseadas. Entonces, hay un perfil, uno con el tiempo va definiendo un perfil del encuestador que te sirve más para este tipo de estudio, como te digo, es gente que vive de las encuestas y para ellos no es ningún negocio que los indiquen como...

### **Malos encuestadores...**

Malos encuestadores o que están falseando la información, todos los encuestadores saben que si al menos una de sus encuestas es definida como una encuesta falsa, usualmente te cae el castigo sobre todas las encuestas realizadas, usualmente uno lo que también hace es botar todas las encuestas... porque ya sospecha de uno, y las otras ¿las habrá hecho completas, habrá llenado pregunta por medio o página por medio?, muchas veces ocurre así, con las encuestas la mitad está marcado no sabe/no responde, y no es porque la persona que entrevisto no sabía o no respondía la encuesta. Simplemente el tipo hizo la encuesta más



corta, pregunto la portada, dos o tres cosas esenciales y los datos socio demográficos y lo demás se dedicó al relleno. Esa cuestión es fatal y sucede, digamos si todos los encuestadores tienen sus propias mañanas, entonces es una técnica, una metodología que tiene un nivel de incertidumbre alto cuando no puedes asegurar bien la calidad de los equipos.

### **Ya y ¿hay otros factores que tengan que ver con la calidad de lo que se produzca?**

El mismo diseño del cuestionario también es esencial, o sea, hay cuestionarios que son diseñados con una especie de meta lenguaje sociológico que nadie entiende ah, o cuestionarios que siendo... estando bien elaborados en lo formal, son de una extensión tal digamos, que a la mitad, se te ha fugado la mitad de la muestra o que dejan de responder. Tiene que ver con varios factores. Mira, hay algunas temáticas donde tú si podi abusar, entre comillas, del tiempo de los encuestados, pero usualmente un encuestado típico normal no te aguanta más de media hora en una encuesta, después de eso uno empieza a observar niveles de lo que se denomina... ..Gente dice estoy de acuerdo con todo, es la como respuesta económica, gente que ya quiere terminar la entrevista y ya se empieza a desesperar y te contesta cualquier cosa, entonces es cierto que en algunos estudios se juega buena parte de la calidad de la data en el diseño del cuestionario, y eso tiene que ver básicamente con la experticia de los encuestadores, ahora esa cuestión por un lado... pero a veces los clientes te presionan a querer resolver todo con un solo cuestionario, y parte de la misión de uno es tratar de transmitirle a los clientes de que cuando quieres abarcar demasiada información en algún lado estás perdiendo calidad. Entonces siempre hay que luchar contra eso...

### **¿Acá asumo que hay mecanismos para controlar esos factores?**

Sí, hay algunas técnicas...

### **O ¿a veces pasan así?**

Por ejemplo, ya hace tiempo que no lo hacemos, pero me acuerdo de haber participado de estudios de victimización y delincuencia que son estudios kilométricos, encuestas de una hora o más, cachai y puede haber algunas personas que te respondan sinceramente a ese cuestionario, pero la gran mayoría de las personas frente a cuestionarios muy extensos empieza a perder el interés y te contesta cualquier cosa. Hay miles de factores, pero entre los principales, bueno, la calidad del instrumento y la calidad de los encuestadores son fundamentales, ahí se juega por lo menos el 50-60% de la confiabilidad de los datos. Bueno y después hay otras partes del proceso donde también puede haber errores pero son más controlables, la misma fase de digitación, también se pueden mandar condoros los investigadores...

### **Los que digitan...**

Los que digitan, los que analizan, los que procesan, ahí hay múltiples fuentes de error, pero las principales tienen que ver con la interfaz donde se recolecta primeramente la data, que son el cuestionario y el encuestador.

**Claro y es la con menos punto de retorno.**

Sí, seguro.

**En ese entendido de que se puede producir información de distintos tipos de calidad, ¿piensa usted que el conocimiento que se produce acá o en otra consultora es científico, tiene el carácter científico?**

Complicado, y ¿qué es lo que es el carácter científico ah? Ah?

**Claro eso queda como...**

Sí, porque tu pregunta de entrada es como aquí ¿por que como acá nadie se cuestiona la definición de OP para aceptar una solicitud de un estudio de OP?. Ah, lo mismo y los clientes tampoco te dicen yo quiero que este estudio tenga un carácter científico, ¿qué significa carácter científico?, que tenga un diseño cuasi experimental la muestra o que tu asegures el proceso de selección al azar de una manera lo más rigurosa posible, porque donde reside lo científico, es una cuestión un poquito ambigua.

**Claro.**

Por lo tanto, yo desde mi punto de vista no estamos preocupados de producir conocimiento científico, uno supone que trata de aplicar la metodología, lo que uno aprendió en términos de metodología para tratar de resguardar de la mejor manera posible la información, pero de ahí a presuponer que estas generando conocimiento científico buu... lo que si puede ser, por así decirlo, la información acumulada a través del tiempo si puede generar conocimiento científico, porque un estudio ad-hoc que lo hiciste una vez en la vida no va a generar conocimiento científico, ah. Conocimiento científico es cuando tú además tienes la posibilidad de que tu propio instrumento sea utilizado por otro y tus datos sean replicados. Y si son replicados y son más o menos parecidos a los tuyos, uno dice está más o menos aceptado y de hecho al menos en el ámbito de la consultoría privada, se usa la validación cruzada. Si tú estás haciendo una encuesta de OP sobre un tema y hay otra encuesta paralela de un tema similar o idéntico, uno tiende a compararse con esas encuestas, pero es lo que sucede, aunque son peras con manzanas desde el punto de vista metodológico, las encuestas del CEP cuando las comparas con las encuestas de ADIMARK, o cuando comparan ADIMARK con Plaza Pública, todas las encuestas que son públicas, que se publican periódicamente. Y claro, lo que tú ves ahí, es que siempre hay desviaciones, pero las desviaciones usualmente están tiradas por las técnicas más que por otro factor. Ahora uno

puede suponer, digamos, que las encuestas de Plaza Pública tienen un sesgo ideológico para un lado, o las encuestas del CEP, que sé yo, pero ahí es hilar más fino.

**Claro, se puede presuponer.**

Pero no teni ninguna evidencia, excepto ya cuando la cuestión es media descarada y te encontrai una pregunta que está completamente...

**Tendenciosa.**

Completamente sesgada en su formulación o da información, digamos, que la respuesta es tautológica, que no hay ninguna manera de decirte que no a una consulta o estar en desacuerdo con lo que están preguntando, entonces, como te digo, la calidad del área se juega muy fuerte en esos dos plazos, en el instrumento y en el encuestador.

**Ya, y pasando un poco como al tema de los fundamentos sociales que tendría este conocimiento ¿qué intereses operan en la producción de conocimiento sobre OP, qué intereses sociales piensa usted que operan en querer generar conocimiento sobre OP?**

Creo que eso es una gama muy amplia de intereses. Algunas personas contratan investigación de OP porque quieren saber su propia situación personal, los políticos, por ejemplo, están preocupados de saber cuánto los conocen, cuánto los valoran y cuánto los votan, fundamentalmente. Las empresas cuando hacen OP quieren algo similar, pero claro, no hay intereses personales, son intereses corporativos. En los estudios de calidad de servicios, las empresas les interesa generar ese conocimiento, porque en el fondo ellos saben que si están mal evaluados en términos de calidad de servicios, están perdiendo clientes. Como te digo, todos los estudios, dependiendo de su tipo, tienen distintos tipos de intereses.

**Distintos tipos de intereses.**

Uno no puede decir que hay un interés común a los estudios de OP como genérico. Por ejemplo, yo creo, hasta en los mismos estudios que nosotros hacemos con la Universidad Diego Portales, el interés básico de nosotros es estar presente en la discusión sobre el tema de los jóvenes, nos interesa como tópico, y también porque nos interesa como una herramienta de posicionamiento público, en la medida que tú generas un conocimiento y lo entregas gratuitamente a la comunidad y alguien te escucha o alguien te publica, estás haciendo un acto de presencia, estas, entre comillas, afianzando tu rol de actor público en ese ámbito. Algunas empresas más que otras, nosotros no es un tema que nos preocupe sensiblemente. De hecho, muchas veces preferimos lo contrario, digamos, el bajo perfil, no nos interesa ser mencionados como...

**Estar tanto en la...**

Como que hemos hecho tal o cual estudio. Y usualmente también los clientes valoran mucho el tema de la confidencialidad, no quieren que se sepa, otros clientes que sí, los menos, y otros clientes que vienen acá, digamos, nos vienen a contratar estudios con la declaración de principios de que lo que ellos necesitan es hacer estudios con una marca, digamos. No van a hacer estudios con la empresa de los patitos, porque esos datos no los va a validar nadie. En cambio, las empresas que tienen algún nivel de conocimiento público, juegan su prestigio al firmar un estudio con alguna marca.

**Y en términos como de las funciones sociales que cumple la producción de información sobre OP, sobre todo en el entendido de esta investigación que se hace con la Universidad Diego Portales, que tiene cierta función social...**

Bueno, ahí básicamente nosotros esperamos aportar con información actualizada sobre lo que están pensando y haciendo los jóvenes respecto de la política. No nos hemos, nunca nos propusimos así, como de manera declarativa, hacer una contribución al conocimiento científico, esa cuestión no, puede... puede que después haya resultado en eso, pero no va por ahí, digamos. Nadie se plantea... sobre todo porque somos una empresa privada, yo creo, si fuéramos una Universidad, un Centro de Estudios, una ONG, a lo mejor nos pondríamos dentro de nuestros objetivos contribuir a la relevancia teórica, práctica, metodológica, con un determinado tipo de investigación. Es muy raro que eso sea un motivo que genere un estudio en una empresa privada.

**Claro, el leitmotiv acá es como negocio, como generar negocio, pienso yo.**

Es sustentarse.

**Sobrevivir.**

Claro, que en el fondo una empresa si no es capaz de generar proyectos, al segundo mes, te vas a la quiebra.

**Utilidades.**

Si no generas utilidades, hay que hacer negocios.

**Ya.**

Entonces no estamos muy preocupados de los fundamentos teóricos de la disciplina, y como te digo, hay un registro muy amplio de tipos de estudios, tipos de metodología, entonces no hay un marco, un marco, digamos, en el cual tú hagas investigación para contribuir al desarrollo de la disciplina, o sea, qué disciplina, si la disciplina de investigación en OP está copado por distintas profesiones, ninguna profesión se podría arrogar el derecho de ser el dueño de la metodología.

### **De la OP.**

Claro, porque algunos dicen que son los sociólogos, otros que son los ingenieros comerciales, otros que sé yo. Hay gente de todo tipo haciendo investigación de OP.

**Y ¿qué contribución, usted piensa así como... si es que tiene, sino no, pero qué contribución piensa que los estudios de OP tienen para la sociedad en general?**

Yo creo que en la medida que los estudios de OP son hechos de manera rigurosa contribuyen a mantener informada a la OP o a las personas que encargan los estudios. Usualmente, como te digo, hay una cantidad importante de estudios que nunca salen a la luz pública, que solo conocen los mandantes, digamos, el cliente que contrató tal o cual estudio. Pero yo creo que estos estudios que se publican periódicamente tienen un rol social bien específico, que es hacer más simétrica el acceso a la información, que de otra manera no se podría conocer.

**No se podría conocer, claro.**

**Y en la formación, como quizá hilando un poquito más fino, en la formación misma de la OP, así como ya, la opinión misma de las personas, ¿en qué contribuyen las encuestas de opinión en formar esa OP?**

Yo creo que las encuestas, o sea, las encuestas son reflejo de lo que pensando la gente, pero que tienen poca incidencia, digamos, en reforzar o revertir, digamos, algo que la gente ya piensa de antemano. Usualmente, las encuestas electorales se dice que podrían haber algún tipo de efectos sobre la gente que esta indecisa, y, de hecho, la literatura sociológica enumera un montón de...

**De casos.**

De casos, digamos, de tipos de personas que pudieron o no verse afectadas por las encuestas. Según lo que yo creo, digamos, que ese efecto es mínimo, mínimo.

**Que no hay una interferencia fuerte.**

No, yo usualmente creo que la investigación que se publica usualmente actúa como confirmatoria, como algo confirmatorio de lo que la gente ya piensa.

**De lo que ya está... ya está circulando.**

Entonces no, yo, o sea, claro, hay algunos textos que describen cambios de OP en función de la publicación de algún resultado, pero son cosas... digamos, lejos, digamos, de lo cotidiano.

**Y estas encuestas como para mandantes, para particulares, por así decir, usted piensa que a posteriori tienen alguna consecuencia como para las personas, para la sociedad,**

**o para las personas que, no sé po, son clientes de una empresa, generan consecuencias prácticas.**

Nosotros medimos nuestros resultados, finalmente, por la capacidad que tienen los propios clientes de generar acciones prácticas para revertir o reforzar alguna debilidad, algún cambio de servicio, por ejemplo. Si una empresa, por ejemplo, hay muchas encuestas, las encuestas de calidad servicio sobre todo, donde las empresas las hacen no porque quieran saber, no porque quieran saber exclusivamente que lo que piensen los clientes de ellos, sino porque muchas veces están amarradas a metas de gestión interna de las propias compañías, entonces se generan indicadores a partir de esa información, y si tú estás bajo las metas de cumplimiento, no recibes recompensa, las empresas amarran estas metas de calidad de servicio a recompensas de sus propios empleados y en la medida en que mejore la calidad de servicio, entonces mejoran las recompensas. Por eso mismo son súper complicadas de hacer, porque cuando tú generas data sobre calidad de servicio y los resultados son negativos o malos respecto de un año a otro, tú impactas en el... en los salarios de las personas de esa compañía. Entonces, primero que nada son encuestas que requieren ser ultra validadas internamente, digamos, para que todo el mundo esté de acuerdo en que lo que se esté preguntando, es lo que hay que preguntar, y es usualmente un ejercicio agotador y que como sucede en todo orden de cosas, mientras más gente opina...

**Más difícil llegar a acuerdo.**

Más difícil es, más difícil llegar, porque algunos quieren una cosa y otros quieren otra cosa. Pero sí, o sea, nosotros medimos nuestros estudios por la capacidad que tienen de generar algún tipo de cambio en las personas que la usan. Y en las encuestas políticas eso es súper claro, en las encuestas políticas usualmente están midiendo niveles de adhesión, de aprobación y usualmente claro, no te podís quedar en el dato descriptivo general, sino que muchas veces se hacen búsquedas ya de información de segundo orden, para saber que está relacionado con que, qué influye en qué, y a partir de eso se toman medidas correctivas o no.

**Ya... y usted, como del campo de estudios de la OP en general, ¿diferencia que hayan como distintas formas de acercarse a la OP, en el campo de estudios de la OP, no sé po, acercamientos más académicos...?**

Sí, yo creo que... claro, hay niveles de rigurosidad distintos. Efectivamente, mientras más baratas las técnicas, mientras rigurosa es la representación. Como te digo, porque todas las técnicas tienen un sesgo. Claro, y usualmente las personas cuando vienen a contratar un estudio, porque están esperando que le cobren lo menos posible, entonces el papel de uno es explicarle, digamos, que en algún lado se sacrifica la calidad en función de la expectativa que ellos tienen de gastar...

**Por su puesto.**

Determinada plata, hueón, en un estudio, entonces uno siempre está tratando de recomendar muestras grandes que efectivamente... mientras más grandes las muestras.

### **Mejor la información.**

Mejor la información, más profunda, hueón, tiene la... tiene la capacidad de hacer análisis más... ahora, claro, hay algún tipo de investigación donde los requerimientos metodológicos son más débiles, porque usualmente el mercado trabaja con esos tipos de parámetros. O sea, encuestas de OP de 300 casos, telefónicas o en puntos de contacto, hueón, de afluencia de público... se hacen, se hacen y levantan datos y generan, generan algún tipo de acción, pero tú sabes que esa información tiene un valor limitado, por la misma metodología con la cual fue recogida.

**O sea, igual tiene que ver como con la metodología que se usa para acercarse a la OP.**

Sí, sin duda.

### **El tipo como de...**

Claro... yo te digo, claro, que ahí hay distintos niveles, porque tú puedes hacer un muy buen estudio de OP a partir de pocos casos, ehh... pero va a depender de la técnica que uses. La información cualitativa puede ser tan buena como la información cuantitativa, dependiendo también de... muchas veces, de la calidad de los propios investigadores. A veces hay investigadores que tienen menos habilidades para generar conversaciones grupales, por ejemplo. No sé si tú alguna vez has moderado un focus, pero a veces el focus se te puede ir de las manos, digamos, porque hay una personas que esta opinando todo el rato y no deja opinar al resto o porque se polarizan las opiniones dentro de un grupo de foco, y tú como moderados no tienes la capacidad para lograr neutralizar las opiniones extremas, entonces tiene que ver también con la experiencia de los propios investigadores.

**Ya, y ¿piensa usted que hayan como acercamientos académicos así como en universidades, o en centros de estudios, en relación a la OP?, ¿ha visto usted como experiencias o en realidad la OP es un campo como de investigación más práctica, por así decir?**

Sí, yo, mira... hay dentro de la consultoría privada hay un par... o sea, hoy día está la Asociación de investigadores de mercado, que es una instancia que reúne a 18, 20 empresas de estudios de OP, donde, de alguna manera, lo que se trata es tener como estándares, estándares comunes para... algunos consensos básicos sobre como aproximarse a la investigación. Pero... eso no más te diría yo.

**Claro, poner más ética al asunto**

Claro, hay una cuestión de ética finalmente.

**¿Usted tiene alguna definición como personal, propia de lo que es la OP o de cómo debiera estudiarse la OP?**

No, ninguna, no tengo ningún preconcepto sobre la OP, o sea, te podría dar 20 definiciones distintas.

**Distintas, claro, no se ha casado, digamos.**

No, no, no, ninguna. Como te digo, yo pienso que la OP... la definición de OP puede depender de muchas cosas, desde una definición muy amplia hasta una definición súper específica. Y yo creo que no, no nos planteamos esa pregunta como de entrada.

**Una definición más operativa.**

Sí, exacto.

**Bueno, eso sería.**

Súper.



## Entrevista 5

Investigador consultora privada

**Ya, lo primero es que me cuente un poquito a que se dedica en relación específica como a la OP.**

Ehh... yo me he dedicado a esto de la OP durante mucho tiempo. Y durante un buen tiempo básicamente lo que son estudios de OP referidos a la política, campañas electorales, la campaña del NO, de ahí para adelante muchas. Algún tiempo también hice... me dedique a los estudios de mercado y he hecho clases de OP, cursos de OP en la Diego Portales y ahora trabajo en una empresa consultora que se llama Imaginación y que hacemos encuestas un par de veces a la semana, encuestas contingentes, digamos, de OP.

**Eso.**

Eso, en resumen. Si no puede ser muy largo, empiezo a contar.

**Y en esta empresa, en la que trabaja hoy, ¿qué tipo de estudios hacen, para quién, cómo se mueve?, digamos.**

Lo principal es que hacemos una encuesta, lo que te decía, más o menos dos veces al mes en conjunto con la Radio Cooperativa y la Universidad Central y la idea es tener algún registro de OP sobre temas de la contingencia y la contingencia es la que manda, o sea, si está de moda la reforma tributaria o la educacional o el financiamiento a la política o las cosas como las demandas mapuches o el matrimonio homosexual o la selección de futbol, en fin, todo lo que está ahí, en la cresta de la ola, es posible preguntarle a la gente que opina de las cosas respecto de esos temas.

**Y en esos estudios, porque usted me dice que con Cooperativa y Universidad Central, ¿qué papel cumple Cooperativa, qué papel cumple Universidad Central, qué papel cumple Imaginación?**

Bueno, es una sociedad, hay conversaciones como de diseño estratégico, cómo hacer los estudios, con la universidad o con la radio. Pero en la práctica, la operatoria semanal, la hacemos nosotros, ehh... se da a conocer a través de la radio Cooperativa, la universidad opina, son entrevistados y con la universidad también programamos... vamos a hacer ahora unos estudios de evaluación, en fin, o sea, de seguimiento, de evaluación. Es una sociedad, digamos, se conversa todo. Pero la operatoria práctica la hacemos nosotros.

**Y ¿la mayoría de los estudios son esos o hay estudios de otro tipo también, a mandantes...?**

La mayoría son así, de repente nos piden estudios para, no sé, por ahí uno que otro candidato quiere saber cómo le iría o qué sé yo, o ver qué pasa con ciertas... pero son los menos, con ciertas otras cosas. Pero básicamente son estos, o sea, eso es, no es más que eso.

**Y en términos como financieros, ¿cómo se reportan las utilidades de esos estudios?**

Bueno, cada uno pone lo suyo, yo no llevo la parte administrativa, yo soy el académico de mi oficina, hay gente de oficina de la gerencia que sabe, pero digamos, cada parte, cada uno de los tres aporta una cierta cantidad, ya sea en dinero o en, no sé, horas hombre, que sé yo... pero no sé bien como se distribuye.

**Claro, o sea, entendiendo que como es una consultora privada, probablemente necesita utilidades para mantenerse.**

Es probable, a lo mejor... yo no sé si esto tiene utilidades o no, porque como toda empresa también privada, en su calidad, puede hacer cosas solo por gusto...

**Sí, claro.**

Que salga... que no ganen plata e incluso que tú pierdas un poco de plata y lo haces igual, porque ganas plata por otro lado. O sea, no... Otra parte de tu empresa te financia esto y tú lo haces porque te gusta.

**Si po.**

Claro.

**Y en Imaginación, ya quizá yéndonos un poco más quizá al lado más académico, ¿opera algún concepto de OP, alguna idea de lo que es la OP?**

Yo creo que sí, o sea, al... como empresa consultora, yo trabajo en una empresa de comunicaciones, dentro de la que menciono, trabajamos con OP como un criterio muy importante. Al final OP es, bueno, podrán haber muchas definiciones, pero una que para nosotros importante que es lo que la gente cree, piensa, opina sobre distintos temas, aparezca de esa manera en la prensa, que es otra forma de decir... la OP son los titulares de los diarios, pero nosotros la entendemos más bien como un mecanismo para saber en que anda la gente.

**Ya.**

Entonces, más allá de lo que ahora que renunció este jugador Suarez a la Selección, probablemente lo van a castigar y eso, uno podría preguntarse "¿esto está bien o está mal?", qué es lo que la gente cree. Porque uno lee la prensa y te das cuenta que hay jugadores que los han reventado en la selección.

### **Claro.**

O sea, que no les importa un rábano que si están lesionados o no, los infiltran, los inyectan hasta que los hacen puré y ahí los botan.

### **Los jugadores tienen miedo ya de...**

Los jugadores tienen miedo y a lo mejor es razonable que este niño Suarez haya dicho "mire, los médicos del club me dijeron que no".

### **Con razón.**

Felipe Gutiérrez, que juega en Holanda, jugo lesionado todo el mundial, lo tuvieron que operar, todavía no puede jugar, desde el mundial todavía no puede recuperarse.

### **Lo reventaron.**

Hay otros jugadores que los han reventado también en la selección y como los han infiltrado siempre no más. Lo que te quiero decir, más allá del futbol, que no siempre es lo que aparece, o sea, uno puede... o alguna gente puede pensar que OP es lo que aparece en la prensa o en los medios y uno agarra los titulares de lo que hicieron y eso es la OP, y a veces no es tan así, o es una forma de OP. Pero para nosotros OP es lo que la gente cree, siente, piensa sobre determinadas materias.

### **Ehh... en términos como metodológicos, ¿qué técnicas se usan para estudiar la OP, solo la encuesta de opinión o a veces se avanza un poco más hacia técnicas más cualitativas...?**

Ehh... en general, las dos son súper útiles, ehh... yo creo que los métodos cualitativos son súper útiles para registrar, cuando uno conoce poco de un tema es mucho mejor empezar por estudios cualitativos para ver bien como la gente los nombra, como desarrollan las ideas, qué significados les dan a determinadas palabras, conceptos, porque llegar de buenas a primeras con un cuestionario, y la gallada dice, no sabe que contestar y responde cualquier cosa. Me explico. Si tú haces, por ejemplo, para poner un tema duro, si tú quieres estudiar sobre lo que es reproducción asistida y fertilidad, tú estarías obligado primero a hacer estudios cualitativos para saber cómo las mujeres, los hombres de determinadas edades, registran, qué es lo que saben, tú no puedes llegar con una encuesta y "usted está dispuesto a congelar óvulos" y la mujer no sabe... me entiendes. Entonces, los estudios cualitativos son súper importantes. Pero cuando tienes que llegar a... ya a registrar o a medir parámetros poblacionales, los estudios cuantitativos no hay quien los reemplace, si están bien hechos.

### **Perfecto, y ahí en Imaginación fundamentalmente se hacen estudios cuantitativos o...**

Básicamente cuantitativos, a veces hacemos cualitativos, pero para estudios muy particulares de empresas o qué sé yo, pero hacemos cualitativos también.

**Ya. Claro y ahí la diferencia tiene que ver con la especificidad del tema, con la complejidad del tema más que con...**

Claro, porque los cualitativos te dan muy buena información sobre cómo la gente entiende ciertos temas, como los conceptualiza, como los internaliza, como los relaciona con otros, que significados le dan a determinadas palabras que son poco usadas, pero y puedes hacer entrevistas en profundidad, hacer focus groups, puedes recoger información, pero no tienes idea cuánto pesa eso en la población. Al final la usas para temas más nuevos o controversiales, como esto que te decía yo de la reproducción asistida, es bueno hacer estudios cualitativos para poder llegar a hacer un buen cuestionario, entrenar encuestadores, en fin. Pero claro, si tú quieres preguntar “de esta lista de candidatos ¿cuál votaría?”, no necesitas un estudio cualitativo.

**Ya está circulando.**

Claro, todo el mundo sabe lo que son las elecciones, que de vez en cuando hay...

**Ahora, ¿qué relación piensa usted que en los estudios de OP se establece entre el investigador y el objeto que se investiga, qué tipo de relación...?**

Yo creo que pueden ser relaciones muy diversas, o sea, digamos, el investigador, ehh... o sea, me causa gracia la pregunta, pero si uno tuviese la libertad de elegir siempre, que es lo que uno quiere estudiar, ahí puede haber una relación como afectiva, digámoslo así, con el objeto. A mí me gustan las elecciones, he trabajado mucho las elecciones, y me gusta hacer estudios electorales, no son los únicos estudios que hago, pero si tú me preguntai mi relación con las elecciones, es pura relación afectiva, nunca he sido candidato ni voy a ser.

**Le gustan.**

Me gustan. Me gusta ver como se desenvuelven, como se desarrollan, como unos de repente van para arriba, otros caen.

**La pregunta quizá tiene como un problema de formulación, porque la idea es como preguntarse un poco como la relación epistemológica entre el sujeto y el objeto.**

Ya.

**Cómo el grado de involucramiento del sujeto en el objeto o si están separados o...**

Sí. Yo creo que están separados, o sea, porque si definimos, como te decía antes, como aquello que la gente cree, siente, piensa, ehh... la relación del investigador... porque claro,

uno puede decir “son deseos de conocer”, de conocer la gente con la cual uno vive todos días, se cruza en la calle, uno mira y que pensarán todos ellos sobre cualquier cosa, sobre la existencia de Dios, moya po. Pero si uno dice “ya, me tinca, voy y pregunto”. En ese sentido la relación entre sujeto investigador y objeto investigado, el investigador y los investigados es nada po, no existe, no hay mayor involucramiento, es solo el deseo de conocer, ahora el deseo de conocer puede ser por gusto, por interés, por... cuando yo digo por gusto, es porque quiero saber algo que no sé no más. Por interés, porque uno podría decir en un extremo de esto, de que los estudios de mercado son también estudios de opinión, porque si tú vai donde una señora -esto no se va a entender en la grabación- y le dices “mire, ¿usted prefiere el azúcar verde o la amarilla?”, y te dice “no, la verde”, entonces tú fabricai más verde, lo hacis por interés, porque vendis más, ese es el que pone la plata para el estudio. El investigador no investiga ahí lo que está interesado, sino para lo que lo contratan, porque además acá cuando tú dices investigador, hay a lo menos dos estados distintos, el primero es el de el que se le ocurre, el que piensa, el que define los parámetros, y el segundo es el que opera el trabajo de campo, digamos, para poner así, si uno quiere achicarlo, el que recoge los datos, pero él recoge los datos que le pide el otro y de la forma como se lo pide, entonces el investigador primero no tiene... claro, no tiene mayor relación, sino el deseo de conocer, yo creo, es mi caso al menos. Es mi caso al menos, me entretengo haciendo eso.

### **Como una cierta voluntad de...**

Claro, saber que piensa, no sé, del futbol, de la religión, de la política, de las ciencias, del, ehh... y como se divide por edades, y por sexo, y por regiones, y porque las diferencias. A mí me interesa mucho saber lo que la gente sabe, siente, piensa y eso claro, es una obsesión, es como un gusto, y si uno se lo puede dar, se lo da, si no puede, trabaja en otra cosa.

### **Ahora, respecto al campo de estudios de la OP, en general, ¿qué visión tiene usted?**

Es que, como te he dicho antes, puede ser infinito, normalmente acá se le llama estudios de OP a los estudios políticos, pero habrán estudios sobre otras cosas, o sea, sobre... donde... porque claro, un estudio político es buscar a gente que piensa, opina o... sobre determinados ámbitos de la política, si está de acuerdo sobre el término del binominal, si está de acuerdo o no con la reforma educacional, la gente opina. Pero así como la pregunta sobre esto tiene que ver mucho con la política, le puedes preguntar otras cosas, por ejemplo, cosas que nosotros hemos hecho, si está de acuerdo o en desacuerdo con que se promueva la energía nuclear, si está de acuerdo o en desacuerdo y las razones y lo demás con satisfacer las demandas del pueblo mapuche, si acaso tiene que haber más o menos regionalización, y ahí ya empiezas a meter temas en la política. Pero cuestiones sobre cómo educar los hijos, en fin y tú lo puedes preguntar y todo eso cabe dentro del ámbito, saco de la OP. O si prefieres bolsitas de azúcar amarillas o verdes.

### **La OP. Y ¿usted piensa que en el campo nacional, digamos, en Chile, hay lugares o**

**centros de estudios, no sé, que se preocupen por la OP desde un punto de vista quizá más académico, más...?**

Ehh... imagino que hay.

**Ya.**

Yo sé que, ponte tú, la UC tiene un centro que se dedica un poco a esto, y hacen bastantes estudios, no siempre o casi nunca los publican. Estos estudios Bicentenario, que hace la Católica con la Adimark, son súper entretenidos. La catedral de los estudios de OP vinculados a la política es la encuesta del CEP, se hace dos veces al año y todo el mundo de la política vive esperando la próxima encuesta del CEP, para ver como... pero, yo conozco unas encuestas que ha hecho la Diego Portales sobre la juventud, sobre cómo se informa, como... prácticas cotidianas de la juventud, son súper interesantes, yo sé que se hacen, probablemente se hacen menos de lo que uno quisiera, eh... la encuesta esta que hace una vez al año la Diego Portales también, que tiene mucho de política, pero cosas que no son políticas, hay poco, pero las otras cosas cuestan plata y mientras más grandes y más complejas y más nacionales, más caro, entonces hacer una encuesta, tenés que tener las lucas para hacerla, pero hay, yo sé que en la Católica hay, algo, sé que la Diego Portales hace algo, al menos esta de la juventud, la del CEP y... e ignoro si se hacen en otros lados. No es que no se hagan, yo no sé, ponte tú en la Chile, no sé, no tengo conocimiento de que se hagan, a lo mejor con el Observatorio ustedes puedan empezar a hacer, sería súper bueno.

**Si po, sería...**

Pero...

**Es la idea. Ahora, respecto como del tipo de conocimiento que se genera cuando uno hace estudios de OP, y quizá específicamente en los que hace Imaginación, ¿hay diferencias de calidad en los tipos de conocimiento que se producen, hay conocimientos más rigurosos, otros menos rigurosos?, o sea, estudios digo.**

Hay que diferenciar los conceptos de datos y de conocimiento, que no es lo mismo. O sea, los estudios estos producen datos, producen información, el conocimiento tiene que ver de la relación de los conceptos con información, como tú lees la información...

**Claro...**

Y habrán lecturas que serán súper inteligentes y otras que son súper tontas, digamos, y eso hay en todas partes y eso es independiente de la calidad del estudio mismo, me entiendes. Ahora, respecto a la producción de la información hay si diferencias de, hay... como decirte, es que siempre se hace la gran distinción entre las encuestas presenciales y las telefónicas, eh... las presenciales aparentemente... depende de la naturaleza del estudio, de la...la

magnitud, si es muy grande, las presenciales son mejores. Si tú tienes estudios chiquititos, los que nosotros hacemos, dos veces al mes, son de 6 preguntas, tú puedes hacer 6 preguntas por teléfono, simples, pero si tú quieres hacer una entrevista de media hora por teléfono vas condenado, porque a los 10 minutos te cortan. Segundo, cuando uno dice telefónico hay que distinguir también entre red de telefonía fija y red de telefonía celular, si tú lo haces solo a telefonía fija tienes un sesgo, un doble sesgo, que la gente más pobre, digamos, buena parte del D y el E no tiene telefonía fija y los jóvenes no funcionan con telefonía fija, entonces pierdes una información muy importante, por lo tanto tienes que acceder a redes de telefonía celular. Eso yo te diría... hay otros tipo también de encuestas que son la... las encuestas online, acá apareció ayer en el diario, ayer o antes de ayer, una encuesta hecha por también la Diego Portales a directores de escuelas, 500, 900, no me acuerdo, pero es un método que se usa mucho en otras partes del mundo, acá se usa muy poco. Y es que tú contactas previamente a los posibles entrevistados, concuerdas con ellos que los vas a entrevistar y la entrevista es por computadora. Entonces tú le mandai la encuesta por computador y el gallo la responde, el gallo, digamos, el entrevistado la responde hay el mismo día, el día siguiente, el día después y te la manda por mail la respuesta. Para todos esos casos, para las presenciales, telefónicas, fijas, celulares y para estas otras, más allá de que son mecanismos de recolección de datos, un tema súper importante es el tema del muestreo, ehh... y si tú no muestras bien, los datos, la información es de menor calidad, hay en estadística, tú estudiaste estadística harto me imagino, mire acá se hace muestreo al azar y hay gente que entiende que decir “muestreo al azar” es decir “muestreo al lote”, que si no... no es lo mismo al azar que al lote, hay empresas que hacen, que hacían estudios que se llaman, un nombre así, se me fue hasta el nombre, pero lugares de afluencia de público, algo así.

**Sí.**

Entonces instalan encuestadores a la salida del metro, en la Florida, el metro, el mall y están entrevistando gente y una vez que han entrevistado un montón de gente, dicen “separemos”, eso no es ningún sistema de muestreo, entonces yo creo que tienes que tener sistemas de muestreo científicamente, con todo lo que ello pueda tener de ambiguo, legitimados. En torno a las encuestas presenciales, yo entiendo que hay solo dos de las que conozco que trabajan con sistemas de muestreo radicales, radicalmente científicos, que es la encuesta del CEP y esta de la Diego Portales.

**Ya.**

Eso significa que muestreo trietápico, mono... bueno, tú sabís todas esas tonteras, pero... pero que al final la persona seleccionada es la persona que tiene que responder. Normalmente los estudios generales de OP la persona quien no responde, tú lo reemplazas inmediatamente y al final el exceso de reemplazo te puede distorsionar la calidad de la información. Ahora, en esto hay gente más moralmente y otros más prácticamente, más prácticos, o sea, nadie está postulando al premio nobel con estas cosas, pero no te importa mucho, por decirte, si un

candidato tiene en la encuesta 35% o es 32%, tú decis que anda por ahí, o sea, está por ese margen, pero la diferencia de precio que significa irse al extremo científico, sin reemplazo y todo, es demasiada, entonces...

### **Implica un gasto de recursos importante.**

Claro, que muchas veces no existe esos recursos, entonces tú dices “bueno, trabajo con reemplazo”, hay toda una vieja discusión y que no se va a acabar nunca, ehh... porque el exceso de reemplazo te lleva... en algún punto se transforma en otra cosa, que son cuotas, estudios de cuotas, tú decis “ya, en este sector hay, ehh... vai a entrevistar tantas mujeres, tantos hombres, tantos con trabajos, tantas dueñas de casa, tantos jóvenes entre tal edad” y tú sacai en se sector esa estructura, independiente de que el lugar seleccionado originalmente te haya salido el nombre de esa... Eso tiene, claro... todos los estudios de OP, como te decía, no son postulantes al premio nobel, sino que lo que requieren es tener información confiable y tú puedes tener información confiable cuando te aproximas razonablemente a lo que puede ser la realidad, a mi gusto, ah. O sea, cuando te dicen “mire”, para ir a la última elección, que se equivocaron todos porque no...

### **Por la cuestión del voto... voluntario.**

Porque el voto dejo de ser obligatorio, empezó a ser voluntario y algunos te dicen “ya, mire, la Michelle Bachelet va a sacar entre 60 y 65, Evelyn Mathei entre 30 y 35” y resultado ser así, saco 62, no recuerdo cuanto saco la Mathei, y ese está bien, estabai en lo que era la realidad, ahora que no dijiste 32 exacto, porque en el estudio salió un mes 32, otro 34,6, pero estabai ahí, más o menos, el dibujo del paisaje estaba, que es para lo que estos efectos interesa, porque acá el conocimiento, para estos efectos, es conocimiento práctico, habrán otros estudios que requerirán conocimiento que tenga que ver más con, no sé, con el desarrollo de la ciencia, que se yo, a alguien le interesara el sentido de las conductas, sacar un libro sobre conductas y está bien, ahí podis necesitar información más precisa.

### **O sea, ¿este conocimiento que se produce a través de encuestas de opinión es más práctico que científico?, por decirlo así.**

Claro, yo diría que en general sí, el objetivo es más práctico que científico. O sea, yo no conozco gente, o sea, cuando te digo que de lo que se trata es de saber qué piensan, qué sienten, qué opinan la gente común y corriente, en distintos ámbitos de la vida social, es práctico. Si la gente piensa de que Sampaoli es mejor que Borghi, es práctico, o sea, yo no voy a hacer ningún paper con eso, es completamente irrelevante para el destino de la ciencia, pero Borghi esta como desterrado o...

### **Claro. Para saber el dato.**

Claro. Voy a ejemplos extremos, buena parte de los estudios de opinión están más cerca de



un conocimiento práctico de cómo es la realidad que postularse para conocimiento científico. Científico tiene que ver con explicar porque se producen tales o cuales comportamientos, porque las sociedades evolucionan de tal o cual manera.

### **O sea, eventualmente podría generarse conocimiento científico...**

Podriai utilizar estos datos para... por eso te digo, la ciencia es la relación de conceptos con información. O sea, para ir, en cosas bien brutas. Cuando el señor Newton agarra una manzana y la deja caer, no dice “ah, se cae la manzana”, eso es lo que uno sabe, y si tú... te preguntan “oye, si yo tengo una manzana de un metro la suelto, ¿qué pasa?, se cae la manzana”, de ahí a la ley de gravedad hay un trecho bastante importante, de que la distancia, la aceleración, el peso, el roce, en fin, hay...

### **Claro.**

Eso es ciencia, que la manzana se caiga no es ciencia, es conocimiento práctico.

**Ahora, en relación, bueno, esto ya como que lo habíamos visto un poco, ¿los intereses de hacer estudios de OP, los intereses como de generar estos estudios de opinión, por qué pasan, digamos?**

Cómo por qué pasan, ¿de dónde salen?

### **Sí, o sea, ¿cuál es el interés de generar estos estudios de opinión?**

Bueno, habrán muchos, o sea, el... si una persona quiere ser candidato y encarga un estudio, el interés es obvio, porque quiere ser candidato, quiere ser senador, diputado, alcalde, no sé, hay un interés específico y él puede contratar un estudio para hacer... ehh... si nos vamos a, digamos, a lo que es el CEP, que es como, pa mi gusto, la máxima expresión de los estudios de OP en Chile, el objeto o el objetivo es simplemente registrar de la mejor forma posible que está pensando la gente en ciertas materias, o sea, llevai... ahora, uno podría decir, no, lo que al CEP le interesa es vender su imagen, tiene buena imagen, ya po, si con un buen estudio, está bien, pero no hay, como decirte, políticos que están detrás de eso poniendo plata para... esto se financia con fundaciones y ONGs extranjeras y no sé qué. Podrán haber intereses de partidos, de candidatos, podrán haber intereses corporativos de... porque uno podría decir, de las cosas que nosotros hacemos, porque a la radio Cooperativa le puede interesar esto, claro porque como medio social de comunicación, de comunicación social, más allá de transmitir las noticias, de tener temas donde la gente debate o qué sé yo, le interesa tener también estudios de opinión que les permite mejorar la información para la calidad del dato que se produce y si eso está más o menos al alcance de la mano, lo hacen po. Ehh... pero a mí, yo hago esto, porque a mí me gusta y me entretengo, en otras ocasiones he hecho, he estado a cargo de un estudio, me ha interesado que gane el candidato, pero también es un interés personal, pero yo nunca he puesto plata, no tengo plata para hacer eso, yo soy un

hechor, un realizador, no... pero me imagino que desde un punto de vista más maquiavélico, pienso en la Portales, en la Católica, en la Chile, tienen mucho interés en tener información que te permita tener un mejor conocimiento de la sociedad, de cómo funciona y eso requiere tener bases de información, confiables, y en eso hay un interés académico. En los estudios de mercado ni te digo, es vender, vender más, o sea, creo que...

### **Hay muchos intereses dando vueltas.**

Hay muchos intereses dando vuelta y de muy distinto tipo, o sea, el... pero de lo que comúnmente se entiende, se... uno piensa en el CEP, en lo que hacen la Católica, la Portales, esto que hace, no sé, otro... qué le interesan a Méndez, a Méndez digo, ADIMARK, porque hace esta encuesta mensual donde, de evaluación, cómo va la aprobación, los gabinetes, alguna vez habrá tenido hacerlo por puro gusto Roberto Méndez, se legitimó, y eso le da una cierta presencia a su empresa como un plus, lo hace bien, habrá gente que tiene discrepancias sobre el método, pero así como se espera la encuesta del CEP cada 6 meses, mucha gente a comienzos de mes, así como cuando dan el IPC, para medir la inflación, la gente dice “bueno, porque va a salir la ADIMARK”, es como... ahora hay una nueva empresa, la empresa no es nueva, se llama la empresa CADEM, es más antigua en Chile que el hilo negro, pero que esta que se llama CADEM-PLAZA PÚBLICA, que esta hace ¿cuánto?, 6 meses, 8 meses, y uno dice “¿cuál es el interés?”, no tengo idea, instalarse como otra empresa, habría que ir a preguntarle a ellos si...

### **¿Cuál es el interés personal?**

“¿Por qué estai haciendo esto?”, o sea, y ellos te dirán “no, es que hay monopolio, porque hay...”, no sé, ellos tendrán razón, ellos tendrán alguna, pero no sé cuál... pero de otra cosa, porque yo leo también todas las semanas y...

### **Y ¿el interés de Imaginación en hacer estos estudios coyunturales con Universidad Central y Cooperativa?**

Es por... yo creo que era... fue una cierta obsesión, no obsesión, un capricho, que tuvimos un grupito ahí, y yo digo “¿por qué no lo hacemos?”, porque nos entretiene, podemos juntar, se pueden juntar los recursos, veamos cuánto cuesta, y bueno, salió po y resultado, y lo llevamos haciendo, no sé, tres años y están todos contentos y yo me entretengo como malo de la cabeza y no tengo ningún argumento para no seguir...

### **Para no hacerlo.**

Para no hacerlo, claro.

**Y ahora, respecto a la función social que cumple la información que se genera a través de los estudios opinión, ¿qué función social piensa usted que tienen esos conocimientos**

## **o ese saber o esa información?**

Yo creo que es súper útil, digamos, para cierta elite, en primer lugar, saber en qué está la sociedad, o sea, cuando un señor o señora que quiere ser o es candidato a algo y va, y... y dice “no, porque toda la gente me apoya, la mayoría me apoya a mí”, y se hace una encuesta y tiene el 5%, entonces uno dice “no”, una cosa es lo que esta persona dice y otra cosa es lo que... entonces como que te ordena eso, en términos políticos es más claro, digamos, pero, o sea, las elecciones presidenciales son así, que Golborne, que la Mathei, que todos decían... las encuestas decían lo que decían y los resultados se parecían más a las encuestas que a lo que decían los candidatos. Entonces cumple la función de que la gente, cierta elite al menos, pueda tener parámetros más legítimos de información sobre cuales construir opinión o conductas, o qué sé yo. En segundo lugar yo creo que son... cumple una función social, casi te diría de educación pública, de educación social, o sea, cuando se hace pública información que de otra manera no se sabría y la gente lo ve en la televisión, lo ve en los diarios, no sé, lo integra como dato que le permite construir para ellos una opinión sobre las cosas de otra manera... o sea, sobre la cosa mapuche, para no hablar solo de candidatos. Se han hecho un par de estudios sobre el diferendo de Chile con Bolivia, por ejemplo, entonces cuando tú ves que hay una muy alta proporción de la gente que no está por cederle ningún territorio a Bolivia, por las razones que fuere, uno dice “bueno, ese es el dato” y los señores políticos que tengan que lidiar con ese tema, verán que hacen con ese dato. Hay... a los políticos les encanta decir “yo no me gobiernó por las encuestas”, ah... pero son los más mentirosos, porque se guían... yo me acuerdo, ponte tú, en el gobierno de Lagos se hizo varias encuestas y se preguntaba por la pena de muerte y una cierta mayoría de la población estaba por mantener la pena de muerte, porque que la delincuencia, que hay que matarlo y Lagos estaba muy convencido de que había que terminar con la pena de muerte y a pesar de que las encuestas decían lo contrario, Lagos terminó con la pena de muerte. El asunto es que cuando tú sabes, conoces esa información, tú sabes a que estas expuesto, que significa lo que vas a hacer, en fin, pero la función social de conocer las cosas más o menos como son y no como los que tienen más acceso a la prensa o a la tele, lo que dicen, yo creo que es súper bueno, te hace sociedades más sensatas.

### **Más conscientes.**

Más conscientes, claro.

### **Y respecto como del papel que los estudios de opinión juegan en la formación de la opinión, ¿juegan algún papel?, ¿de qué tipo?**

Sí. En la política sí. Yo creo que, que... digamos, hay veces en que hay ciertos datos que la gente no sabe, y cuando aparecen en las encuestas, aparecen reiterados, se instalan y la gente dice “bueno, esa es la realidad”, en ese sentido, los estudios instalan, entre comillas, verdades o realidades. Ehh... en la política eso es súper claro. En la elección presidencial pasada nadie

tenía duda alguna de que quien iba a ganar la elección era Michelle Bachelet, la pregunta era por cuánto, cuánto iba a sacar, pero todos hablaban, que no fuera en la tele, porque todos ganan en la tele, “no, si va a ganar la Bachelet”, que sé yo, y son verdades que se instalan, entonces la gente dice “no, va a ganar la Bachelet”. Hoy día, para llevarlo a términos de hoy día, hoy día está instalándose la idea, y está instalándose ah, de que el MEO está súper bien posicionado, por las razones que fuesen, podrán haber muchas razones para eso, pero la gallada empieza a decir y toma decisiones, a mí se me acerca gente aterrada, me dice “oye, el MEO va a ser el candidato de la nueva mayoría y que sé yo”, pero como que se empieza a instalar con que el MEO esta y esos son efectos de los estudios de opinión, porque si eso no estuviera, el MEO sería otro señor que anda hablando ahí por la tele, como otros

### **Los estudios de opinión lo posicionan, un poco.**

Lo instalan, instalan cierta verdades y realidades que, pero básicamente en ese terreno ah... y, o sea, claro, uno podría decir (chupalla señorita, que pena –se le caen unos servicios a una mesera)... uno podría decir los estudios tienen efecto porque instalan, entre comillas, verdades, pero uno podría decir el efecto es que rescatan información más global, más... y que la muestran, a la gente le hace sentido, la gente lo empieza a absorber como dato. O sea, los efectos son, yo creo que en política son muy importantes, en otros ámbitos, no sé, me imagino que también, o sea, cuando... te dicen, por ejemplo, que “el x%”, no me atrevería a dar un porcentaje, está de acuerdo con que haya una ley de matrimonio homosexual o... es muy distinto cuando eso va en 10% a cuando es el 50% y cuando es el 50%, al margen de lo que ocurra en el parlamento, la gente empieza a decir “oye, ya po”, salvo el pastor Soto, el resto dice “esta cuestión va para allá, será parte de la modernidad”, en fin, pero así es po.

**Y ahora, un poco como para ir cerrando la... ¿usted tiene algún concepto de lo que debiese ser o de cómo debiese ser considerada la OP, de cómo debiese ser definida idealmente, de cómo debiese ser estudiada? o ¿se conforma, digamos, con lo que existe, con lo que se hace?**

Yo creo que debiera haber más... o sea, yo sigo con la misma definición, que es lo que la gente piensa, siente, opina, yo creo que hasta ahora, lo que uno ve está muy circunscrito al campo de la política, llámese elecciones o evaluaciones de ministros o de gobierno, que este está más arriba, que este está más abajo, pero hay temas de la vida social que han sido poco estudiados, por ejemplo, la reproducción asistida. Cuánto sabemos de cuál es el porcentaje de parejas en Chile que tienen problemas de fertilidad, cuánto sabemos y cuánto saben esas parejas de que hay tratamientos científicos que pueden resolver el problema y qué significa, qué es lo que tienen que hacer, cuánto sabemos, yo algo sé de ese tema, que eso está hoy en día circunscrito al ámbito de la salud privada y... que cuestan millones y millones de pesos, por qué no puede ser un problema de salud pública, por ejemplo, de eso no sabemos nada. La OP, o sea, la gente, no sabe lo que piensa la gente. La Diego Portales hizo un estudio hace un par de años sobre eso, bien interesante, pero hay que seguirlo. Temas como ese no son,

ehh... no están, no son estudiados, porque nadie está interesado en poner las lucas o, en fin, o porque es más caro, porque hay que hacer mucho estudio cualitativo primero y temas como ese no sé cuantos más habrán, sobre... sobre... maltrato infantil, no sé.

### **Temas más espinosos, espinudos.**

Espinudos, claro, que no sabemos, entonces uno pregunta “oye y tú sabís qué porcentaje de familias, de padres, les pegan físicamente a sus hijos”, no sabemos. No, si eso ya no pasa. Ayer vi en el diario, salió una noticia, de un señor de 28 años que fue tomado preso porque mató a su hijo de 5 años a golpes, o sea, le dio una golpiza de tal magnitud que el niño termino muerto. Que tremendo. Pasa colado. Temas como eso, temas de violencia, esto de la reproducción, hay un tema ahora súper importante para los que somos sociólogos, tú sabes que Chile envejece a una velocidad bastante amplia (alta), eh... qué pasa con la tercera edad, problemas de movilización, de salud, de soledades, qué sabemos de eso, qué sabemos de la tercera edad, nada. ¿Quién hace estudios sobre eso?, que yo sepa, yo no conozco ni uno, yo no estoy en la Universidad, o sea, solo sabemos cómo votan, es una...

### **Es un dato menor igual.**

Un dato menor. Pero yo creo que hay mucho que hacer en términos de saber cómo es, cómo siente la sociedad chilena.

### **Eso sería la...**

Ya po, súper. Pidamos la cuenta entonces.

## Entrevista 6

Investigador académico comercial

**Ya, lo primero es que me cuente un poco a qué se dedica acá y específicamente en relación a la OP o al estudio de la OP.**

Nosotros no tenemos un programa metódico de indagación de OP, tenemos algunos proyectos que indagan algunos aspectos específicos de OP, por ejemplo, durante cuatro 4, 5 años hemos tenido un tracking de OP en rel... en relación a conductas de voluntariado o de solidaridad, ya. Y eso lo hemos mantenido desde el año 2009, ya. Durante algún tiempo también tuvimos estudios sobre percepción medioambiental, eso lo tuvimos durante 4 años, básicamente percepción medio ambiental sobre comportamientos de empresas y percepción de cumplimiento de normas medioambientales, después hemos tenido... ese estudio era tanto de empresas como de normas estatales, de cumplimiento medioambiental. Mmm... después tenemos un estudio relacionado con valores en... valores y ética, que como esta es la Universidad Católica se relaciona más con la ética religiosa o inspirada religiosamente, y es un panel que se ha hecho desde el año 2008, se hace cada dos años y después hay estudios de opinión que tienen que ver con clientes específicos que contratan, no sé, por ejemplo, Consejo para la Transparencia nos ha hecho contrataciones, a nosotros y, por supuesto, a otras Universidades o entidades, para medir la OP en relación al concepto de transparencia de funcionarios públicos del Estado, y eso se ha hecho dos o tres veces, ya, tanto de OP en general como de OP más focalizada en funcionarios del Estado. Entonces, en definitiva tenemos un conjunto como de 7, 8 estudios los últimos 5, 7 años y algunos continuos, otros no continuos.

**Que estarían abocados, digamos, a la OP.**

Exactamente.

**Pero acá me hacía como una distinción, entre estudios que, se podría decir, son para clientes, mandantes, qué se yo, y los otros estudios los realizan por cuenta propia.**

O sea, tenemos un historial más propio de indagar ese tema y porque va más en la línea de nuestros intereses profesionales o investigativos o institucionales y lo que tratamos ahí es de allegar fondos para esos intereses, sea proyectos FONDEF, FONDECYT, o postulación a fondos universitarios que aquí se licitan, pero son internos a la Universidad y en algunos casos, no siempre, hemos colocado fondos propios, de la institución, de MIDE en este caso. Y ese es el gran problema, de la continuidad de...

**Sí, que hay que anclarse a fondos.**

Ehh, en general, cuando ya, por ejemplo, el estudio de OP sobre solidaridad y conductas de ayuda se discontinuó hace dos años, porque no logramos obtener más fondos, pese a que nosotros estábamos colocando fondos internos, ya... eh... necesitábamos fondos adicionales aparte de...

**Claro, para mantener el estudio en funcionamiento.**

Claro.

**Eh... cuando realizan estudios de opinión, ya sean estos que son más por cuenta propia o intereses propios, o aquellos que tienen que ver más con servicios, ¿opera algún concepto de lo que es la OP, hay algún concepto, una definición, ya sea operativa, ya sea más teórica que...?**

Es más operativa, sí. O sea, y justamente ese es uno de los grandes temas que esta como crítica y también como debilidad, en la medida que estos estudios no tienen una permanencia en el tiempo y, por lo tanto, dependen de... de una demanda o de algún tipo de investigador que este en el ámbito temático, pero no hay un equipo instalado en términos de darle sustento teórico-conceptual en el largo, mediano, a largo plazo, en general la definición de la OP es más operativa, ya, porque en realidad el tema de la OP son dinámicas, eh... fenómenos que cumplen, cómo es que se forma, a qué variables está sometida o cómo está influida por... etc. Formaría más de un proyecto de largo plazo en términos investigativos-teóricos. Eso supone colocar acá dentro un tipo de indagación sustantiva que está asociada a un grupo de investigación y eso no hemos logrado nunca construir ni de llegar a ese punto, por razones institucionales, de financiamiento, yo creo que no hemos entrado a lograr colocar acá un núcleo que supondría gente investigadora permanente. Nosotros tenemos investigadores permanentes, con agendas de investigación de mediano-largo plazo, pero en el ámbito educacional, no en el ámbito social ni de OP. Y la otra unidad que se dedica al tema dentro de la Católica, creo que tampoco tienen puesto una masa crítica de investigadores en el tema que permita justamente indagar lo que tú me estas señalando. O sea, en realidad, lo que se detecta son investigadores que si estudian la OP desde parámetros investigativos, eh... teóricos, fundados teóricamente, pero que están en algún aspecto divorciados o desconectados de esfuerzos indagativos de largo aliento. No sé, por ejemplo, la encuesta Bicentenario, que la levanta el Instituto de Sociología de la Católica, junto con Adimark, y que es financiada en parte por la Universidad Católica, que yo sepa no está conectada a una indagación teórica sobre el concepto o el tema de la OP.

**Es solo como hacer el registro de...**

Y entonces al final lo que tú determinas es una definición operacional que sirve para efectos de la indagación específica.

**O sea, esa definición operacional tiene que ver con el estudio específico que se hace.**

Así es.

**Se define, digamos, la población.**

Así es. O sea, a mi... por ejemplo, en el caso del estudio que te contaba de solidaridad, en la medida en que defino teóricamente lo que quiero estudiar, ahí sí hay una indagación teórica, cómo se maneja el concepto, cuáles son las diferentes formas en que se aproxima uno al concepto, porque le... de una forma metodológica el concepto no podría ser cubierto así, de esta otra, etc, etc. A partir de este tipo de deliberación, uno dice “bueno, entonces, dado que estoy en la búsqueda de este concepto, me interesa este tipo de OP y no este otro”, o sea, voy a construir un concepto de lo público que tiene opinión en este ámbito, me entiendes, pero eso no es una indagación en sí de la OP.

**Del constructo...**

Como constructo teóricamente fundado, o sea, porque ahí claro, uno podría decir “es OP la..., o sea, el tipo de indagación que uno evidentemente debería hacer, es OP la opinión o actitudes de sujetos individuales sobre el ámbito de lo público”, que es el gran tema de este tipo de indagaciones, ya, o dónde se constituye lo público, en la conversación pública, ya, y cómo se puede indagar eso, porque lo que tenemos es una aproximación individual a un objeto que es colectivo.

**Ya. Pasando un poco como al tema metodológico, que estrategias o acercamientos metodológicos realizan en relación a la OP, qué... no sé, estrategias cualitativas, cuantitativas solamente, mixtas...**

En general, los estudios que nosotros hemos realizado son... depende del proyecto.

**Ya.**

Ya. En general nosotros nos manejamos más en el ámbito cuanti que en ámbito cuali, o sea, dado la orientación de este centro, digamos, que es un centro más con técnicas cuantitativas, cuesta... y en el otro ámbito, en el educacional, de pruebas estandarizadas, etc... pero...

**Es que es un centro de medición, digamos.**

Claro, está más en una vertiente teórica y metodológica, pero cuando hemos ido a estudios un poco más de mediano plazo, siempre tratamos de combinar técnicas cualitativas que sean o antes, estudios como técnicas exploratorias, o después, para generar un tipo de... más heurístico o pista que den algún sentido a datos cuanti. O sea, en términos exploratorios, básicamente para rastrear temas, que vayan a formar parte del cuestionario de la encuesta o



se usa como para indagar más en profundidad aspectos que la encuesta solamente dimensiona, pero no permite explorar cual es el discurso que está detrás de esa dimensión. Entonces hemos utilizado las dos, y obviamente la que más utilizamos es focus, o antes o después de la encuesta, ya, esa es como la lógica... pero te diría que es como 70-30, o sea, 70 son estudios que son puramente cuantitativos y 30 que son cuali, y que yo recuerde, solamente focus.

**Y esos cuali están vinculados con estrategias cuantitativas.**

Sí, siempre. No tenemos cualis que sean por sí solos. Ya. Y las veces que nos han pedido cualis solos de opinión, en general los vinculamos sí o sí a encuestas, un poco porque... por lo que te decía anteriormente, porque esto es un centro que está orientado hacia la medición.

**Es más que nada porque el centro es de medición, más que quizá la discusión teórica de que la OP se presta mejor para ser estudiada cuantitativa o cualitativamente.**

Claro, yo creo que ahí, como te decía, no... yo tengo una opinión personal, pero para que eso estuviera fundado, tendría que haber un desarrollo teórico, que no existe por las razones que te señalaba anteriormente. Ehhh... de hecho, este centro ha convivido durante un tiempo importante con esta pretensión de que se podría hacer una indagación más sustantiva en la OP que en Chile no existe, pero siempre se topa con los mismos problemas... que es "ok", quién financia eso en el mediano, largo plazo, y yo creo que no ha habido una voluntad como para que eso ocurra, en parte porque institucionalmente ya también existen indagaciones en este ámbito, entonces uno entraría en algún sentido, en una lógica competitiva con ciertas indagaciones institucionales, pero claramente, respondiendo tu pregunta, no es que al principio del proyecto haya una deliberación... no, para este tema, donde hay una construcción cultural que está en flujo, por decirlo así, una encuesta es una muy mal instrumento metodológico para captar esta construcción discursiva, por decirlo, en la OP, por lo tanto es otro el... ese no es no es el sistema. Sabemos que son técnicas que podrían ser más propias y más cuanti, pero dado el nivel de... que nos encontramos, en términos de capacidad analítica, no...

**Ya, a nivel como de muestreo, análisis de información, también, ¿hay algunas preferencias o tiene que ver con responder preguntas específicas de investigación?**

En general tiene que ver con las preguntas de investigación, o sea, la preferencia es... tendría que ser representativo, o sea, una vez más, por la orientación que tenemos, mas cuanti y más, algunos dirían, positivista, nos inscribimos más en el grupo "si no puedes dar cuenta de la magnitud de un error, eso no es reportable en términos de... puede ser interesante, pero no es... no puedes dar cuenta de cuan representativo es sobre la población", y claramente entonces cuando hacemos nuestras indagaciones, la hacemos con probabilístico y que permitan representatividad en la población, ya, o sea, no hacemos indagaciones por cuotas o

no estamos dentro de... y sabemos que hay un gran debate dentro de los... del mercado y dentro de la gente que hace esto y... pero nos inscribimos más y hemos tenido conversaciones y foros y seminarios. La gente, por un lado, encuestas tipo CEP, que son representativas, y un universo de encuestas tipo CERC, son por cuotas, que la representatividad es como sí, y obviamente sabemos que en marketing casi todo es por cuotas y...

**Ya, se segmentan.**

Y se representan las proporciones de la población, pero una vez que alcanzaste la cuota y el problema ahí de cómo se seleccionan los representantes o los sujetos que están dentro de la cuota, no es un tema, pero nos inclinamos más para acá. Porque entonces... y esa es nuestra lógica, vas a poder saber cuál es la probabilidad de ser seleccionado en las diferentes etapas o no, y eso te permite saber si eso es representativo de la población o no, y lo otro puede ser una técnica súper, que dé resultados, pero producto de que, en definitiva, en la experiencia que tenga, etc., y sabemos que es mucho menos costoso.

**Claro, mucho más costoso, sencilla.**

Sencilla, más rápida

**Sencilla, más rápida, etc, etc., pero no hay una teoría que permita dar cuenta de eso. Justificar esa técnica.**

Si nos dicen a donde estamos, estamos para acá.

**Y a nivel como de análisis de información, ¿se van a más por un análisis más descriptivo, o a veces hacen análisis más sofisticados, o depende?**

En general, nos vamos más por un análisis... en encuestas de opinión, lo descriptivo es una sola parte del asunto. El problema es, cuando entras a modelos más sofisticados, sofisticados entre comillas, por ejemplo, covarianza, correlación, generación de..., modelos donde estas suponiendo una variable que está siendo afectada por otra, y claramente hay una modelación. En general, hacemos eso, o sea, vamos más allá de... por lo menos, en todas las que nosotros hacemos vamos más allá de la representación plana de los porcentajes de sujetos que dicen tal cosa u otra y vamos, porque en general eso también depende de un poco cómo ha sido construida, por ejemplo, en la encuesta de solidaridad, lo que nos interesaba era construir para generar índices que dieran cuenta de la confluencia de muchas variables que explicaban conductas de donación y, por otro lado, nos interesaba en... detectar patrones de recurrencia en las conductas, o sea, o patrones de asociación que fueran recurrentes y, en ese sentido, tratábamos de ver qué estaba relacionado con qué, básicamente covarianza, ya, porque no da para causalidad, o sea, no es un estudio causal o experimental, pero si covarianza, entonces ahí claramente hacíamos... y modelamiento, ver si habían modelamientos que los datos permitieran sustentar y eso, en general, hacemos, ya. Ahora, el problema es que cuando te

presentas... hasta ahí llegamos analíticamente, en algunos casos clúster analysis, este tipo de cosas, pero cuando estas encuestas de OP para clientes, ese nivel de análisis está súper como minimizado, porque el cliente o no lo entiende o no quiere que se haga ese análisis, entonces hay que entrar a una cosa como forzar o presionar para un segundo nivel de análisis, que no es tan claro o evidente para el cliente...

### **¿El cliente define él qué tipo de análisis desea o es como una negociación?**

Es una negociación, siempre, porque el cliente dice “mire, yo quiero tal cosa”, “pero sería bueno también esto otro, porque...”

### **Porque permitiría...**

Y algunos clientes si lo toman muy bien, por ejemplo, de la encuesta de transparencia. En la encuesta de transparencia modelamos un... un tipo de respuesta de qué es una idea de transparencia, desde diferentes, por ejemplo, diferentes conceptos de la ciencia política, ya. Y, por lo tanto, eso estuvo influyendo en el tipo... en el tipo de respuestas, o sea, los tipos de preguntas que hicimos. Y modelar hacia el final la presentación de los resultados. Pero hacia más te aproximes a algo que sea muy sofisticado, menos el cliente va a entenderlo o a desearlo, porque, en definitiva, al final te dicen “pero esto lo tiene que entender la gente, esto va a aparecer públicamente, por lo tanto déjalo en anexos o no lo incorpores”. De una preocupación más teórica, más disuadida... o metodológicamente más sofisticadas es más disuadida por los clientes.

### **Y esos clientes, esos estudios de OP que ustedes realizan son siempre públicos, valga la redundancia, que se publicitan.**

Sí, sí. O sea, esto tiene que ver con la ley de transparencia. Pero cuando le haces estudios al Estado, es público, por definición. Entonces, siempre el documento final va a ser público. Cuando se lo haces a privados, o sea ahí, de hecho, los privados muchas veces te dicen “los resultados no son...”, salvo que tú pidas permiso, no son susceptibles de ser difundidos ni utilizados académicamente, que era lo que a nosotros si nos interesaba.

### **Y ¿hacen estudios a privados?**

Sí. Sí, hacemos encuestas a privados. No en términos políticos, más bien en términos de empresas.

### **Y ¿eso es como una lógica para financiarse, para subsistir, digamos?**

Sí, así es.

**Como lo típico, digamos, de los centros de estudios universitarios, que necesitan hacer estudios...**

Sí. Nosotros no tenemos financiamiento de la universidad, más bien es al revés, nosotros financiamos una parte de esta universidad y, por ende, tenemos que entrar en algunos casos a ver si hay posibilidad de financiamiento con el mercado.

**Perfecto. Con el Estado, por una parte, con los privados, por otra. Ya.**

Exacto.

**Recién me hablaba usted como de esta imputación que le pueden hacer al centro de positivista, ¿cierto?, quizá metiéndose un poco en eso, como, epistemológicamente, ¿qué tipo de relación se establece entre el sujeto que investiga y el objeto investigado, en este centro, cuando se realizan estudios de OP?, es una pregunta un poco así como...**

¿Qué relación se establece...?

**A nivel epistemológico, eso sí.**

Es bien... es bien friky esa pregunta, capciosa.

**(Risas)**

Ehh... Suele pasar de que desde nuestra... yo no creo que aquí haya una adscripción institucional a una suerte de enfoque teórico-epistemológico-metodológico.

**Ya.**

Ya. No estamos en la posición del rector con respecto al aborto, o sea, si a usted no le gusta, se va de acá y trabaja en otro lado. Y yo, ciertamente, creo que hay docentes, académicos, investigadores que tienen lógicas de análisis más críticas o de la teoría crítica..., ...métodos que son completamente de ese lado. En el ámbito investigativo. Pero en el centro mismo, en tanto que se entronase como un centro de medición y la medición supone... que esto no se llama centro de comprensión o centro de significados o centro de levantamientos culturales. Me entiendes, Mide. Yo creo que la medición supone una cierta alteridad entre objeto y sujeto, objeto que se mide, sujeto que mide, me entiendes, es una alteridad que justamente viene desde un tipo de teoría del conocimiento, una suerte de epistemología donde esta esa alteridad, cierto. Y el tema es cuan sofisticada es la técnica o el instrumento para que esa alteridad no sea superada. O sea, esta... no estamos... y eso básicamente, porque yo creo que los fundadores de este centro están como en el ámbito de psicosocial norteamericano, no es cierto.

**Claro.**

Y a la base de la indagación con alta sofisticación metodológica, estadística, psicométrica, existe esa presunción.

**Claro.**

Ya. Entonces claro, ciertamente, algunos de lo que estamos acá, que estamos más por otro lado, que no vienen de esta lógica, digamos, psicosocial. Y no ciertamente toda la lógica psicosocial es así. Porque en la tradición europea es totalmente diferente y no en toda la tradición norteamericana existe esto, porque también existen... existe otra tradición que es bastante más continental, que está más en dialogo con las ciencias sociales europeas. Sabemos de qué claramente hay una lógica donde la observación genera un tipo de interacción entre sujeto observador y sujeto observado que cambia en la observación y en ese sentido es una construcción, pero eso te lleva a otro tipo de instrumento y mirada, ya. Y eso no está en el centro desarrollado... porque el centro está en esta línea.

**Claro. Son como adscripciones más personales, quizá.**

Exacto. Y o... adscripciones y como... Desde un cierto marco paradigmático. Esto es lo que hicimos. Si te mueves de este marco, claramente no hiciste eso, probablemente otra vía... pero el problema ahí es de que como un cierto tipo de hegemonía en la ciencia está dada por la existencia de un tipo de mirada, el uso de cierto tipo de instrumentos y los... las recompensas asociadas en términos de publicaciones, de índices, de relevancia, etc.

**Claro. Ahora, bueno, este centro, de alguna forma, es parte de un grupo de personas que se dedican a estudiar la OP, un grupo de investigadores que se dedican a estudiar la OP. ¿Qué visión tiene usted del campo de estudios de la OP nacional, así como nacional, qué distinciones puede hacer en él?**

Claro, yo creo que tengo una opinión súper crítica, pero súper crítica del campo de estudios de OP. Y crítica súper negativa. O sea, primero porque si yo me aproximo desde el ámbito más epistemológico donde se mueve este centro, diría que con esos criterios nuestros... perdón. Nuestro... volviendo a lo que te decía, si yo me aproximaré con los patrones más epistemológicos cercanos a este centro, yo diría que hay un subdesarrollo muy flagrante de estándares de calidad en el estudio de la OP en Chile, estándares de calidad que tienen que ver con reglas metodológicas y también con ciertas normas éticas. En otras partes del mundo sabemos que los estudios de OP tienen que también y son confundidos otras veces con estudios de opinión política, y entre ambos se forma un ámbito difuso, donde los estudios de opinión política tienen que ver con propiamente diseños de estrategia, y dado que sabemos de que en esos diseños-estudios de opinión política se cambia la OP para efectos políticos, entonces, en general, en este tipo de establishment se genera una suerte de separar aguas desde lo metodológico ético, para que los estudios de OP no se confundan con los estudios de opinión política, entendiendo que estos últimos son necesarios, pero son parte de

estrategias políticas, marketing político. En Chile creo que ni siquiera existe una conciencia de que hay dos campos distintos y sujetos a reglas de construcción social distintas, ya. Con reglas éticas distintas, ni siquiera... yo creo que no estamos ni siquiera en este ámbito. Y, por lo tanto, no hay transparencia de métodos, no hay observancia de las reglas éticas, y todo pasa a los outlet de medios de comunicación, etc., como si fueran del mismo nivel y tipo, o sea, no hay declaración de quien te está financiando, no hay descripción explícita y pormenorizada del tipo de instrumento, de las reglas metodológicas con que lo hiciste, de las formas... o sea, no hay posibilidad alguna de replicar el estudio, ya. Para un observador que quiera decir “bueno, este estudio es válido o no”, desde el punto de vista de este marco epistemológico la norma básica para que un estudio se considere científico es la capacidad de replicación, basados en que... en la publicidad de todos los instrumentos que utilizaste y los métodos que tengas que aplicar, entonces en ese sentido yo creo que nuestro campo de OP es gato por liebre, o sea, en realidad acá te pasan muchos gatos por liebres y los pocos estudios de OP, el de LAPOP, el que hace la Universidad de... con el Instituto de Ciencia Política de la Católica, el del CEP, el... probablemente... quizá el de la Diego Portales, en algún momento lo hizo la FLACSO, en la década de los 90’, con una serie de estudios de OP, no han logrado esos estudios, que son con más crítica, con menos crítica, etc., algunos más académicos, otros menos, no han logrado esos estudios posicionar un nivel de metodología, como de metodología robusta y de normas éticas que permita discriminar entre eso y una consultora.

**Ya.**

Que te hace estudios sin ningún otro aspecto mencionado anteriormente.

**Simplemente sacar información.**

Claro. No y que te dicen bueno, no te quieren entregar el cuestionario, no te dicen quien lo financio, no te dicen cuáles son las técnicas que permitieron comprobar o que permitirían comprobar la calidad de los datos obtenidos, etc, etc., desde las encuestas telefónicas no te dicen de donde están sacando la base de datos, si esa base de datos... como se aseguran que se aproxime o se distancie de la población, etc, etc, etc., bueno, en fin, entonces tengo esa opinión de que... además que la comunidad científica o académica ha fracasado rotundamente en todos los esfuerzos que ha realizado por normar el campo...

**El campo de... claro.**

El colegio de sociólogos, el colegio de sociólogos en la década de los 80’ y con Guillermo, Contreras, con Gálvez, conmigo en el directorio, en algún punto Sergio que era sociólogo que participaba en la Asociación Internacional de Sociología, trato de normar el campo y no se logró, justamente porque en este campo esta... realmente tiene intereses comerciales y de la... no del ámbito académico, porque en el ámbito académico eso se podría hacer, entre

ISUC, el LAPOP, la Diego, La Chile, se podría hacer perfectamente, pero el problema no es ese, el problema es que yo creo que ese campo tampoco tiene una voluntad de normar, pero ciertamente cuando ya entramos a socios como ADIMARK u otro así, no hay mucho interés por hacer eso.

**Por normar eso. Claro.**

Digo, pero yo...

**Por los intereses que se mueven en el campo...**

Sí, eso es obvio, cosa de mirar la cartera de negocios que tiene ADIMARK para darse cuenta que abrir... o sea, primero, por lo que te decía delante, porque ahí OP va confundida, va con el mismo bus, de hecho las encuestas se llaman bus, va en el mismo de encuestas de marketing y encuestas de política, entonces no hay una real orientación investigativa o académica.

**Claro, hay un ámbito como más académico entonces, cierto, que eventualmente aplica metodologías de mayor calidad, tiene más normas en la realización de sus estudios, normas internas probablemente, pero a nivel de la discusión teórica, del concepto, más allá de la discusión metodológica o de las normas metodológicas que se puedan aplicar a los estudios, ¿usted piensa que hay como reflexión teórica sobre lo que es la OP, precisamente en lo que me decía al principio...?**

Por eso te decía, que esas preguntas las iba a responder desde el paradigma más donde estábamos situados trabajando...

**Claro, en este momento, acá.**

Porque esa pregunta tiene dos respuestas, una lo que te decía yo desde este paradigma, donde claramente la Asociación Americana de OP, AOC, es el paradigma clásico, no es cierto, mira los estudios de OP se hacen así, ya y desde ese paradigma Chile no cumple... nada.

**Estamos mal...**

Estamos mal. Cachai. Y después pasamos, pero uno dice obviemos ese paradigma, hay una reflexión sobre lo que es OP, no, claramente no, y si no hay una reflexión sobre el paradigma clásico, dominante, dentro del estudio de la OP cuantitativo en el mundo, que es estudios norteamericanos básicamente, menos la va a haber, menos, sobre el concepto en sí y sus diferentes formas de abordaje, o sea... porque además ese paradigma viene bastante sintonizado con el estudio de mercado, entonces es un paradigma que está bien colonizado el campo por ingenieros comerciales, ya. Y no hay nada menos dilemático, en términos de objeto de estudio, que los objetos de estudio de la economía, o sea...

**(Risas)**

Porque por definición la economía no... o sea, por definición la sociología lo que hace es cuestionar su objeto de estudio y cuestionarse como ciencia, prácticamente en términos, como diría, autopoieticos. La cien... por definición, la otra ciencia que hace exactamente lo contrario es la economía, entonces creo que aquí confluyen, como en este tema, súper interesante, porque cuando te aproximas al estudio de la OP con métodos cuantitativos, también te aproximas harto a una forma que a los economistas es súper fácil y útil y sus estudios de mercado los hacen así, y cuando pasan al campo de la OP, prolongan la forma como... y desde la sociología, que hay una continua reflexión sobre la ciencia y sobre los objetos de la ciencia, no existe un tipo de... existe la reflexión solo interna, pero no la reflexión sobre la técnica para... para dar cuenta del tema. Una reflexión teórica, y cuando más epistemológica, pero mucho menos metodológica. Y entonces, desde mi punto de vista, no hay un levantamiento de un ámbito donde uno pueda decir “bueno, pero entonces, si mi teoría es esta, entonces mi forma de reproducir... y mis técnicas para dar cuenta de estas dinámicas son estas otras”. Ehhh... entonces al final, si hay, en la comunidad esta reflexión podría para alguno existir, pero socialmente no existe, existe para algunos investigadores, para algunos académicos, hay cierta consciencia, pero esta reflexión que yo te decía es OP, actitudes individuales, cómo se genera el discurso sobre lo público, ya. Cuándo es público lo público, o sea, cuál es la dialéctica entre las lógicas de la elite con sus discursos, la lógica de los medios con la replicación del discurso en la elite y las lógicas de la ciudadanía, que solo es conocido a través de agregaciones moleculares de actitudes, entonces... y... eso, nada, nada de eso va a estar presente en el campo de la OP.

**De la OP.**

Incluso desde lo más básico, como por qué colocaste, por qué desde la lógica más cuantitativa típica, por qué colocaste esa pregunta, o sea, por qué ahora colocaste esa pregunta, me entiendes, o sea, por qué la CEP coloca en un determinado momento del cuestionario una pregunta y no otra, qué te lleva a colocar esa pregunta, cómo haces para colocar las preguntas, qué decides, por qué levantas el tema, o sea, por qué haces que un determinado sujeto entre a la encuesta de evaluación... política y no otro, por qué preguntas delincuencia y no preguntas sobre todo, por qué preguntas de esta forma y no de esta otra, al estar todo eso que es tan metodológicamente obvio...

**Básico...**

Claro, eso no es materia de reflexión, no es materia de reflexión para nada, ni en los periodistas, que simplemente son reproductores...

**Reproductores de la información...**



Mecánicos y del enfoque que adoptan estas... ni en la academia, que tampoco cuestiona qué es lo que se pregunta y cómo se pregunta ni hay una reflexión teórica.

**Si la reflexión básica no se da, no se va a dar la reflexión teórica, porque está a otro nivel, digamos, de... y, bueno, recién me hablaba un poco de ciertos intereses que circulan, eventualmente, en el campo de estudios de la OP, que usted reconocía que en su mayoría eran comerciales. Y acá, en el centro, digamos, MIDE UC, en los estudios de OP que realiza el centro y en los que participa usted, ¿qué intereses están puestos, qué diferentes tipos de intereses circulan eventualmente?**

Me apego a que no circulan. Por definición no..., o sea, por definición nuestra... no hacemos encuestas de opinión de que en el ámbito claramente político, porque claro... o sea, porque sabemos de qué ese es un ámbito que cuando entras a él, necesariamente vas a responder a quien te está financiando, entonces... o no es público, por lo tanto la encuesta termina siendo una encuesta política, de estrategia, o es complicado, porque si fuera pública igual va a estar asociado como centro, entonces nuestra opción es no estar ahí. Un segunda opción, pero no... quizá más implícita es que... como se ha visto en los últimos días, de orientación, entonces incluso si quisiéramos entrar ahí no seríamos creíbles. No tiene mucho sentido entrar en el campo de moral-sexual, por ejemplo...

**Como temático, como ciertos temas.**

Claramente da lo mismo lo que hagamos, en tanto hay una adscripción demasiado evidente valorica de nuestras autoridades en ese ámbito, da lo mismo lo que... cuan metodológicamente tú quieras hacer en forma robusta eso, porque al final, como te digo, no, la credibilidad de esos estudios no sería, sería un tema extraordinariamente problemático, tanto porque a los datos... porque al final hay un tema ahí que tiene que ver con la OP.

**Claro.**

Justamente. Ahora, cuál ha sido nuestros intereses, en general más asociados a la investigación académica, o sea, y en el caso de solidaridad teníamos un ámbito teórico de indagación de investigadores académicos. En el caso de... tuvimos la encuesta sobre percepción de justicia, que estaba asociada a justamente una indagación académica sobre tipos de teorías de justicia que en ámbito social existen, etc. O sea, en definitiva lo que nos ha movido más a hacer estudios así de campo es que sean académicos sus investigadores, que tienen intereses científicos en ese aspecto...

**Claro, reflexionar, digamos.**

Claro. Y que estaban conectados con el centro y que, por lo tanto, nos pedían a nosotros que asumiéramos esa función, ya. Durante un tiempo, entre 90' y 00' hicimos estudios de OP sobre fenómenos de reconciliaciones, básicamente con el tema de las reconciliaciones, y

derechos humanos y memoria histórica, memoria histórica, reconciliaciones y eso estaba asociado, una vez más, a interés académicos-investigativos que tenían integrantes del centro o personas asociadas estrechamente con el centro. Entonces eso ha sido como nuestros intereses, están más asociados a líneas de investigación temáticamente que exploran aspectos específicos de OP que al ámbito total de la OP.

**Ya. Y estos intereses como, cuando se hacen estudios para el Estado o cuando se hacen estudios para privados...**

Eso es otra cosa.

**Qué interés tendría el Estado, por ejemplo, de...**

El Estado, básicamente, cuando nos contrata, quiere avanzar una agenda, eso es evidente, y una agenda, y el Estado no tiene mucho, como te dijera, la teoría del Estado es la teoría al uso, el Estado no tiene grandes equipos de académicos, científicos, etcétera. La teoría en uso, y lo que está en la ley.

**Lo que está.**

Y justamente lo que uno detecta ahí es que el Estado no tiene una exploración, lo cual es absolutamente ridículo, pero es así, sistémica y estructural sobre OP. Lo que le interesa es su agenda programática y cómo avanza en la OP, no cierto, o cómo reacciona su agenda programática, la OP frente a esa, y esa es la arista de trabajo, la agenda de trabajo y la teoría al uso. Pero no existe una deliberación temática sobre OP, cómo se construye, cómo se... y al final, cuando la... lo más cercano a eso es simplemente opinión política.

**Claro.**

Que es donde nosotros no entramos. Pero cuando el Consejo para la Transparencia nos pide un estudio de OP, es, bueno, cuál es la percepción del concepto de transparencia en la OP, qué están entendiendo por transparencia y eso es porque ahí una agenda programática que intenta de... del consejo y ley que queda el consejo y etc, etc, etc., me entiendes, entonces esos son los intereses, tú claramente estas sirviendo sus interés.

**Claro, y en privado son como ya...**

Y en privado tiene que ver con, en general en privado sobre OP prácticamente no se dan mucho, no se dan mucho, porque básicamente a los privados lo que les interesa de la OP son fenómenos muy específicos, que, en realidad, casi no forman parte de la OP, que es la identidad de marca...

**Claro.**

Lo que más uno aproximaría OP en los privados, en las empresas, es identidad de marca y los atributos de la identidad de marca, ya. Que uno diría eso no es público...

**Claro, para posicionar la...**

En lo público. Y los temas anexos que afectan la identidad de marca en la OP, o sea, por ejemplo. Y para un privado la identidad de marca le es relevante, absolutamente. La entrada que... tiene todo eso, no es cierto. Y cómo podría la identidad de marca ser aceptada, básicamente porque hay fenómenos de percepción de OP que son generales, o sea, cómo percibe a los bancos.

**Claro.**

Me entiendes. Cómo percibe la iniciativa privada, o el afán de lucro o la responsabilidad social empresarial, etc, etc., y eso si afecta a los privados y eso es tema.

**Está involucrado, digamos. Está relacionado.**

Está involucrado, entonces en algunos casos los privados... si son, tienen plata, si tienen sofisticación, llegan hasta ahí.

**Ya.**

Ya, llega hasta “esto que es social, público, afecta una identidad de marca”, pero es súper difícil, muy, muy escaso, y en general lo que ocurre es más bien al revés, me interesa posicionarse en la OP, por lo tanto, voy a hacer un estudio de OP.

**Claro, como para influenciar la OP.**

Claro.

**Relacionado con eso mismo, como con el papel que quizá los estudios juegan en la sociedad, ¿qué función social piensa usted que tienen los estudios OP?**

El problema de los estudios de opinión social, que hay una dialéctica insoslayable de los estudios de opinión, o sea, que probablemente es bastante única, cuando te hacen un estudio... cuando haces un estudio de OP, formas OP, o sea, no... es indisociable, ya. Salvo que, obviamente no lo publiques, pero en cuanto se publique, en cuanto los datos sean transparentes, y debieran ser transparentes, los estudios de OP, forman OP, no es... y además el hecho de que, que como tú diseñas el estudio, tú... no tienes ninguna posibilidad de (Inentendible) dar cuenta del fenómeno de la OP, tú das cuenta de determinados fenómenos de OP, y en ese sentido, tú, en cualquier teoría, sea positivista, sea crítica, o sea la que sea, tú estás... en eso yo soy súper weberiano, estas seleccionando una parte del fenómeno, y al

seleccionar una parte del fenómeno, tú haces un tipo de, en el mediano o largo plazo, de definición del fenómeno. No solo se selecciona.

**O sea, para hacer un estudio de opinión, uno construye un poco OP, en el momento, digamos.**

Sí, en el momento. Independientemente de la teoría en que este situado. Y eso no forma parte, o sea, cada vez que aparece... por eso de información pública son tan... sobre todo si logran conectarse con la cultura dominante, medios de comunicación dominantes, son tan importantes, porque en definitiva cambian la situación.

**Claro.**

O sea, en términos gramscianos, ese sería el espacio de disputa de lo público.

**De lo público.**

Ese es por excelencia el espacio donde lo público se constituye sobre sí mismo, se refleja, se reflexiona, se reconstruye sobre sí mismo.

**Claro.**

Ya, y en ese sentido es tan importante que este campo... y es una temática súper complicada, porque además porque... porque tiene una responsabilidad social en la misma constitución del fenómeno.

**Perfecto. O sea, ¿uno cuando hace estudios de opinión, construye OP y cuando publica el estudio de opinión, también se genera un efecto ahí?**

Claro, o sea, en términos, uno cuando hace, cuando define, porque desde una perspectiva yo diría “son individuales, las opiniones, etc, etc., las opiniones se construyen”, desde una perspectiva más crítica uno diría “no, esto se construyó como un dialogo, como una conversación, como una interacción en constante flujo, etc, etc., el mecanismo es otro, el focus, el grupo de conversación o la entrevista en profundidad”, que sé yo, y estamos en otro marco teórico, pero igual desde los dos marcos teóricos tú, en alguna parte, tienes que decirle al sujeto “a ver, hablemos de esto”, o le presentas la escala Likert. En ambos casos, no puedes ir al sujeto sin ningún estímulo. O sea, “sobre que vamos a hablar hoy día, bueno, dígalo usted”.

**Claro, como lo que tiene el sujeto ahí.**

Entonces. En ambos casos, entonces, por lo tanto, en términos epistemológicos al momento en que tú defines el tema, ante su... tu grupo de observación, o sujeto, llámese como quieras, tú estás construyendo el objeto, porque tú estás definiendo el objeto y cuando lo difundes el

estudio, cuando lo públcas, esa construcción ya no es epistemológica, ahora es política y ha pasado desde el ámbito de las ciencias sociales al ámbito de lo político.

**Claro. Ahora, ya, como dándole cierre a la entrevista, usted me decía que en el campo en general no se respetan ciertas normas, podríamos decir científicas, y acá una pregunta que genera mucho resquemor, porque yo ya he aplicado esta entrevista ya en otros... pero que genera como mucho, mucho problema. En una gradiente así, donde tenemos estudios que podríamos decir no son en lo absoluto científicos y estudios que son absolutamente científicos, ¿dónde se ubicarían los estudios que realiza el centro sobre OP?, ¿es ciencia o no es ciencia?, ¿son de calidad pero no son ciencia?, es que ahí se dan como muchas situaciones...**

Qué complicado. Porque en términos metodológicos, desde nuestro paradigma, las normas son científicas, pero desde nuestro paradigma, siempre uno, desde donde está situado, o sea... pero adolecen de teoría, que es lo que yo te decía, no tienen una reflexión teórica como potente, algunas veces en términos temáticos lo tienen, o sea, pero en términos de objeto de OP no la tienen, entonces claro, yo diría metodológicamente yo no me compararía a una agencia de OP típica, digamos, porque hoy día no somos eso, tenemos estándares súper robustos en términos de muestreo, testeo, pilotaje de los instrumentos, control de calidad de la aplicación, conformación de las bases de datos, con múltiples controles de calidad, etc, etc., técnicas estadísticas aplicadas, que no buscan como intervenir en los datos, interpretación de los datos, etc, etc.. Entonces si tú me dices, en una escala donde son científicos, en ese ámbito desde uno a diez, yo diría estaríamos en la parte superior, ya, 7, por ahí. Si tú me dices “la ciencia no es eso, es...”

**Es que depende mucho de la definición de ciencia que...**

“Es interpretación teórica, fundada, que da cuenta de hipótesis y que en realidad avanza marcos interpretativos”, ahí ya no, claramente no, entonces ahí yo me situaría en la parte de abajo. Si es 1 a 10, 4, porque si hay una indagación, pero que no progresa...

**No permite la generación...**

Entonces mi respuesta no es unilateral, sino que es más complicada, es más matizada, en un ámbito sí, ciertamente. Yo creo el LAPOP, el instituto de ciencia política, hace más teoría, tiene una reflexión mucho más desarrollada de OP, y... pero en el lado más político, ya, de la ciencia política. Y ellos si avanzan mucho más, qué teoría, qué tipo de marco analítico hay en la ciencia política, etc, etc. Entonces creo que ellos están más en ese ámbito, pero desde el ámbito, como te digo, de su ciencia, por lo tanto, ehh... y el Instituto de Sociología desde un marco metodológico yo creo que es súper potente, pero teóricamente no.

**Adolecen, claro, de la misma...**

Sí.

**Y ya como para cerrar definitivamente la entrevista, usted tiene alguna definición, personal quizá, ideal de lo que debiera ser OP, de cómo debiera definirse la OP, de cómo debiera estudiarse la OP.**

Tengo una gran duda, más que opinión, creo que... el problema es, de la OP, desde mi lógica de comprensión es y... que hay una interacción, que es como lo que ocurre en la física, entre lo macro y lo micro, entre lo molecular y lo que es nuclear, o sea, o subnuclear y donde esta ese... y eso para la opinión, para la física, no hay una teoría que junte ambas dimensiones, o sea, la física de los quartz con la física atómica, no existe y ahí viene el... dimensiones interpretativas que son paralelas, que explican sus fenómenos bien, pero que no logran tener un link y te hacía esa analogía, en el campo de la OP, pasa más o menos lo mismo. O sea, tú tienes un campo de OP que son las actitudes y opiniones individuales, que se estudia bien y que hay instrumentos para eso y que hay una lógica más positivista para ese estudio, y hay un campo de OP que es la dinámica de la OP, y que esa es como se constituyen los fenómenos de OP, y que en ese campo que es como el campo de los quartz, o sea, como que sabemos que existe, pero yo diría que... la analogía me suena muy agradable, porque me permite, claro, porque tú sabes que en el estudio de los quartz, si los estudias, o sea, si lo logras observar, lo cambias y el estudio es por inferencia y en ese campo, es un campo dinámico, es un campo de interacción y nunca por un solo sujeto, o sea, no podríamos tener esta noción de que capturando lo individual, tú capturas lo colectivo, solamente por... entonces ese segundo campo, que es el campo fundante de la OP, donde se forma la OP, donde surge lo público como tal, para ese no tenemos instrumentos, al menos no tenemos instrumentos decantados colectivamente, ya, porque para eso lo que se necesitaría es hacer paneles, paneles no solo de encuestas, paneles de trackeo de opinión con grupos de conversación o algo parecido...

**Una forma de monitorear constantemente...**

Constantemente. Ehh... y ahí hay un campo de indagación académica, teórica, disciplinar que no está asumiendo nadie, no solo en Chile, afortunadamente no solo en Chile, sino que en el mundo, o sea, ese es un campo que los sociólogos han abandonado. Hay atisbos, hay atisbos, por ejemplo, la experiencia preciosa del grupo de estudios sociales en la Unidad Popular, pero era OP no en tanto OP, sino que en tanto opinión política, pero en algún momento combino métodos norteamericanos con métodos de observación, como por ejemplo, esto de ir a los cines y ver como reaccionaba el público y medir la reacción del público en el momento en el que se presentaban fenómenos de estímulo, digo, intervenían los noticieros de Chile Films, porque en esa época antes de empezar la película siempre había un noticiero, entonces en el noticiero se ponía un estímulo y ver como reaccionaba el público. Por eso se dieron cuenta, mucho antes que el golpe, que una parte muy muy importante de la OP del país, reaccionará negativamente a lo que hizo la Unidad Popular y eso se lo reportaban

directamente a Allende, pero hay tienes un mecanismo donde los tipos idean una forma para capturar... nosotros no tenemos nada parecido, no hemos hecho ningún tipo de reflexión sobre eso y entonces lo que tenemos es un fenómeno de OP totalmente adulterado por las percepciones, intereses de los investigadores y de los audios que los investigadores utilizan, pero el fenómeno en sí, como temática de reflexión no... no tiene un método único, un tipo de esfuerzo disciplinar o metódico, sistemático, teóricamente... y lo que yo veo es eso, o sea, que el problema para hacerse cargo de este tema es que no tenemos ni las técnicas, que necesariamente tendrían que ser longitudinales, ni la plata para solventar ese tipo de esfuerzo y sin botar este otro ámbito, que es el ámbito de lo cuantitativo, el estudio de opinión basado en la indagación, en la agregación de opiniones individuales, actitudes individuales, sin botar eso, logre generar un tipo de dialéctica, porque... eso es un gran proyecto, o sea, eso demanda un esfuerzo investigativo así, de tono mayor.

**Eso, eso es todo.** Ok, solamente eso.

## Entrevista 7

Investigador académico.

**Lo primero es que me cuentes un poquito a qué te dedicas, pero en relación como a la OP específicamente, hoy en día.**

O sea, yo tengo tres sombreros actualmente, uno es la Universidad, donde hago estudios basados en OP, soy director de un centro de OP acá, pero principalmente lo que nosotros hacemos es modelamiento y a través de un modelamiento... nosotros tratamos de medir actitudes más que OP, lo que se conoce como OP, la opinión es aire y las actitudes son más bien constructos psicológicos estables a lo largo del tiempo, entonces tratamos de medir algo que sea un poco más estable. Y en ese sentido lo que hacemos es tratar de hacer una mezcla entre psicología social y sociología para tratar de explicar fenómenos, como por ejemplo el bienestar subjetivo, las actitudes respecto a tolerancia y discriminación y actitudes hacia la desigualdad, que es como el tema trending del área. Además de eso yo tengo una empresa que se llama Metalógica, que es una consultora donde nosotros hacemos encuestas y aplicamos, hacemos investigación de campo. Y ahora mi tercera pata es un centro que acabamos de crear con Oxford donde nosotros hacemos estudios experimentales en ciencias sociales, y yo estoy a cargo y ahora estamos trayendo profesores visitantes, como Chris, que está de visita y que es profesor de Bristol, de políticas sociales, entonces, por una parte, tengo un área súper aplicada que es de implementar estudios, por cierto, yo tengo una línea más atrás, que yo fui el jefe técnico del Censo hasta antes del cambio de gobierno y que el Censo se fue al diablo, y mi área más que OP, viene del lado más de demografía y básicamente mapear la sociedad con números, construir sociedad con números, entonces por cierto, la OP es parte de eso, pero no es el cord (chord) de lo que yo hago.

**Ok. Ya. Y, bueno, me decías que te desempeñas como en estas tres áreas, y ¿podrías como detallar quizá un poquito la diferencia entre los tres como espacios en relación a la OP?, la forma de abordarla, no sé.**

O sea, por ejemplo. Sí, o sea, básicamente el trabajo que nosotros hacemos con Oxford no es en español y funcionamos, hacemos ciencia, pura y dura, publicamos en buenos Journals y tratamos de hacer lo mejor que podemos considerando los recursos que tenemos. Y eso, por ejemplo, la línea que manejo con Fondecyt y con fondos de investigación dedicados, fondos especializados en investigación. Por otro lado, lo que nosotros hacemos en el programa de estudios cuantitativos o lo que yo hago acá como parte de mis actividades es, además de eso, generar una segunda línea en términos de hacer, por ejemplo, conseguir fondos internos y hacer análisis comparado sobre OP del último estudio que estamos sacando ahora, es un estudio financiado por la Open Society Foundation más fondos internos de la universidad, que es para investigación comparada en actitud hacia las drogas, generalmente es un estudio de OP hacia las drogas, pero nosotros le cambiamos el foco hacia actitudes hacia las drogas,



porque nos interesa no solamente la opinión en el corto plazo, la opinión varía, sino que nos interesa más bien, más que eventos mentales, nos interesa entender estados mentales, eh... eso es la segunda pata. Y lo que hacemos en Metalógica es principalmente resolverles problemas a clientes usando métodos cuantitativos y analizando y produciendo, en algunos casos, bases de datos y encuestando gente y todo lo demás. Por supuesto, las tres cosas siempre van alineadas, que lo que aprendemos en un lado lo aplicamos en el otro, y ahí lo que hacemos es levantar encuestas, aplicar estudios, sacar los estudios sin mucha complejidad y, por supuesto, la complejidad es creciente dependiendo del tipo de estudios que hacemos, o sea, dependiendo de cuál de las tres áreas estamos, porque el centro de estudios cuantitativos es latinoamericano, publica en español, publica en revistas del medio, cachai, igual indexadas, nosotros trabajamos todo en ISI o en Scopus, no publicamos nada bajo eso, a veces en Scielo, cuando tenemos un mal día. Pero tratamos de hacer ciencia y publicar libros, o sea, esa es la otra línea que nosotros tenemos. Esos son como las tres fases y como se relacionan con la OP, en términos de... entendida la OP como opinión sobre un fenómeno concreto definido y concreto en el tiempo. Nos interesa más que explicar la OP, nos interesa entender como la OP se forma través de patrones actitudinales, cachai, en ese sentido, lo que te decía, nosotros hacemos más bien una mezcla entre sociología y psicología social y, por ejemplo, además de medir las desigualdades, vemos como la gente interpreta las desigualdades, eh... y en ese sentido si eso genera, por ejemplo, capacidades o no de acción frente a determinados fenómenos o de compra en algunos casos o de manifestación de descontento, poder.

**Perfecto. Bueno, entonces, tú como que tienes una definición de OP que está relacionada o quizás subsumida al concepto de actitud más que nada.**

Sí, claro. Lo que nosotros hacemos es investigar actitudes que explican el comportamiento.

**Ya.**

Para nosotros la opinión como idea de opinión, es una representación individual frente a un fenómeno concreto.

**Ok.**

Y esa representación individual frente a un fenómeno concreto, es variable a lo largo del tiempo. Pero, es menos variable y está definida por las actitudes, que si son constructos sociales compartidos, medibles; y principalmente, nuestro foco está en la estabilidad temporal de ellos. Entonces, las opiniones varían con menos información, con más información, eso es lo que nos indica al respecto. Pero, las actitudes varían bastante menos, respecto de la información, sino que son tus lentes para mirar la información. Y por cierto, esto determina comportamientos, que finalmente son los más interesantes.

**Ok, o sea, de alguna forma más que operar con una definición específica de OP, se opera con un constructo de actitud. Sobre el cual se sostiene.**

Y lo que significa que nosotros, o nuestro trabajo, principalmente, trata de predecir fenómenos: podemos predecir opiniones, podemos predecir comportamientos; pero, lo que de verdad nos interesa entender es el comportamiento de la persona.

**Ah claro, que es lo que te permite captar esta estabilidad. Oye y... metodológicamente...**

Cuantitativo...

**Cuantitativo, Todo cuantitativo...**

Sí. Hacemos cuali... solo en caso de que necesitemos el desarrollo de un ajuste de instrumentos, principalmente nosotros trabajamos con variaciones de instrumentos extranjeros, tratamos de generar variantes menores, y lo que hacemos, principalmente, es adaptaciones de instrumentos validados. Luego de validar los indicadores, o sea, luego en el proceso de validación de las escalas, si hay un componente cualitativo, pero no es el corte lo que nosotros hacemos.

**Ya.**

De hecho, el corte más duro, ahora lo vamos a ver desde las encuestas hacia experimentos por sobre las encuestas; donde se seleccionan en primera etapa las personas, la invitación en la segunda etapa para que estas personas vayan al laboratorio.

**Bueno, estábamos hablando un poco de la metodología, tú me decías más que nada que es cuantitativo, pero yo quería como saber un poquito... Bueno, porque hay tres esferas digamos, donde tú te desempeñas, cierto.**

Esas dos que son más parecidas, pero son de diferente nivel...

**Claro de diferente nivel, pero ahí yo creo que hay una diferencia respecto de las técnicas de...**

O sea, generalmente, lo que te piden los mercados son descriptivos y un poco de correlaciones, y un poco de significancia, no es mucho más.

**Ya.**

Generalmente cuando trabajamos con clientes, trabajamos con SPSS; mientras que para hacer ciencia, trabajamos con el STATA, el plas... básicamente, tenemos el software más poderoso...

### **Ya, perfecto. Del procesamiento...**

Sí, o sea, cuando trabajamos en... y ahora tenemos programas especiales para lo que hacemos, porque por ejemplo, el trabajo con Oxford, que es una... básicamente, nos dieron cinco millones de dólares para formar un centro en conjunto, que se firmó el 15 de enero o 21 de enero, y ahora lo estamos implementando, deberíamos lanzarlo en abril. Claro, va implicar una serie de cambios en la forma que nosotros también trabajamos, de partida se está reuniendo más gente, el perfil de la gente que se reúne son doctores con buenas publicaciones y también estuvo en mente internacionales... entonces, digamos que estamos cambiando el foco para este tope, que es el trabajo con Oxford, lo intermedio se lo va a comer el trabajo con Oxford.

### **Ya, para girar...**

El centro interno lo vamos a atar y lo vamos a convertir, los vamos a unir. Ahora tengo estas tres cortadas en una fase de transición.

### **Claro**

Pero, probablemente, la sección que hubiera formado, que le llamamos nosotros, que es la consultora, también se va a subsumir dentro de la facultad y se convertirá en un extra a lo que hagamos por cambiar, vamos a tender a consolidarla.

### **Ya, perfecto...**

Porque, en realidad, como estamos semi financiados y podemos acceder a menos proyectos, pero de mayor cuantía, eso nos va a permitir también, elegir las cosas en las que nos metemos, en términos de impacto y de simple discusión científica.

### **O sea, la idea un poco es como hacer ciencia.**

Sí, claro. Pero, ciencias sociales aplicadas.

### **O sea, de alguna forma y quizá eliminando la distinción entre OP y actitudes, más allá de la importancia que tiene en los proyectos que tú llevas a cabo, en estas tres como o... "patitas" por así decir, lo que se intenta es producir ciencia.**

Sí, claro. O sea, nosotros no hacemos, de hecho nos toca o parte de lo que nos ha dado cierto espacio en el mercado es el hecho de que nosotros ayudamos a los clientes a pensar.

### **Ok.**

Entonces, los ayudamos a formular un problema, generalmente, cuando trabajamos en contrademandas, nosotros elegimos con quienes trabajamos, y eso ha sido una de las

características, lo que nosotros hacemos es conocido porque somos tipos rigurosos, si quieres decirlo “nuestra definición de mercado” porque somos tipos rigurosos, porque no cobramos tan barato, pero no tan caro; pero sí, generalmente, tratamos de sacar a partir de cualquier investigación que hacemos algún paper...

**Ya.**

Y eso, llámese: paper en Scielo o dependiendo si la cuestión lo amerita... y que lo amerita..., dependiendo de cuánto tiempo tengamos y cuál es el trabajo o la libertad que el cliente nos dé también, porque eso nos permite poder construir... estructuras conceptuales más acabadas.

**Ya.**

Y por cierto, está lo otro que tenemos que salir a buscar fondos y eso también nos tiene que interesar a nosotros. Logramos tener una cartera de clientes más... jojojo (se le olvidó)

**Entonces, estábamos en esto como de la metodología y tú me decías un poco que ya hay herramientas más sofisticadas de análisis de información, en fin...**

Sí, sí. Por ejemplo, lo que... tiene que ver más con la forma en que nos planteamos, nosotros no nos pensamos como una consultora, sino como un grupo científico que hace estudios de mercado, pero solamente cosas que nos interesan, entonces, por ejemplo tenemos una línea en actitudes: bienestar de camioneros y su cotidianidad de romper las normas del tránsito, o factores que determinan que los camioneros terminen su pega. Eso fue a partir de que el Ministerio de Transportes pidiera el estudio y el problema que nosotros veíamos no era con la proporción de locos que... licencias que se creaban y que se perdía, sino que era más bien con los determinantes sociales asociados con que dejen la pega.

**Claro**

Porque es una profesión de baja escolaridad, pero con alta plata, entonces, es algo en contra de lo que se supone son intereses de mercado; entonces, ahí empezamos a sacar cosas interesantes como que los gallos renunciaban porque no pueden ver a la familia, porque su bienestar subjetivo bajaba, entonces, esa línea es nuestra, ahí tenemos publicaciones y estamos sacando cada vez. De ahí ya es parte de comités editoriales.

**Ya.**

Una línea de camiones, jajajaja...

**Está igual súper aplicado.**

Trabajo bienestar, hago cosas como asesor para otras cosas... y eso es también un clásico... Bueno, entonces lo que en rigor nosotros tratamos de hacer es hacer lo que queremos con los clientes, además como tenemos lo bacán de que mi equipo tampoco es caro, tengo un equipo de 7 personas ahora en Metalógica que está cubierto por el centro, entonces, Metalógica se va subsumiendo a los otros y empieza a desaparecer.

**Ya.**

Las tres cosas eran diferentes, porque ¿cómo partió este centro? Partió como un centro en la Andrés Bello, que después la convertimos en empresa, porque renuncie a la Andrés Bello junto a todo mi equipo.

**Ya.**

Ahí nos asociamos a la Usach en un edificio medio abandonado, que lo empezamos a remodelar y lo dejamos listo, y ese es el centro de OP, y en el camino, claro, nos asociamos con Oxford y salió esta cuestión. Y de repente salimos en el diario, y tenemos esa empresa. Y nos compran en un millón de dólares. Entonces, ha sido todo súper... bueno, ya tenemos gente de afuera que se viene a trabajar con nosotros, somos cuicos.

**Jajajajaja.**

Entonces, eso es básicamente... nosotros a veces ocupamos el trabajo de consultoría para financiarme, y ahora solo tomamos a los clientes que nos interesan.

**Ya. Oye y bueno, me hablabas un poco de la pretensión siempre como de hacer ciencia, ¿cierto?**

Sí.

**¿Tú podrías darme así como una definición de lo que entiendes que es ciencia o...? ¿Qué es ciencia para ti?**

Para nosotros ciencia es... la contribución al debate académico, respecto de un tema y es una contribución que permita cuestionar algunos supuestos, algunas hipótesis sobre un tema con evidencia nueva. Por cierto, eso implica estar al tanto en los debates científicos, estar al tanto si se publica en buenas revistas. Por ejemplo, tenemos algunas gracias, que dice uno de los editores del Journal Policy (?) que es el Journal 1 en la línea de política social, lo tenemos acá, eso fue a partir de que le se mandamos un paper y ahí nos conocimos, entonces, una de las cosas que hacemos es tomar hipótesis que funcionan en Inglaterra, que es el caso que hicimos con él y le aplicamos a Chile el mismo modelo, y nos dio cosas un poco diferentes, ahí empezamos a conversar; entonces, para nosotros, ciencia es como una conversación larga, pero con números. En este caso, siempre testeando hipótesis en el mundo real.

### **Ok, pero ¿siempre con números?**

Ese es nuestro sello además.

### **Pero...**

¿Y la razón de por qué es con números?

### **Si, o sea...**

Principalmente, porque puedes defender todas las etapas del proceso.

### **Ya.**

Cuando tu trabajas con diseños o con modelos operacionales, al menos asumes cual es tu limitación, la limitación de tu investigación, es decir, yo por desigualdad voy a entender esto, yo por esto otro voy a entender esto otro; entonces, al menos tienes tus conceptos definidos y eso es lo que nos permite dialogar con gente de otro lado, nuestro aporte es que la investigación sea informacional. Eso es ahora, por cierto, hemos ido escalando, sistemáticamente, ahora estamos más megalómanos que antes.

**A medida que va yendo mejor. Perfecto, entonces esa es como la visión de ciencia, pero... bueno esto te lo pregunto sobre todo porque... esta pregunta sobre la ciencia generó mucho problema en el resto de los entrevistados, sobre todo en el sentido de que se considera que se hace ciencia en el campo de la OP acá en Chile sobre todo.**

Eso significa, que si piensas en lo que se hace en Chile, no hay mucho. Y no hay mucho porque por una parte, se asume que tiene que ver con el desarrollo de la profesión de sociólogo, que tiene que estar habilitado para hacer investigación y encuestas cuando sales de pregrado.

### **Claro**

Entonces, no hay una búsqueda de especiación más allá, la gente que se va, se va a hacer el 5º medio, hablando de que van a hacer un master... en métodos de investigación social y no piensen lo mismo que... no hay especialización de verdad, nadie se lo ha tomado muy en serio; entonces, yo he tenido la fortuna de formarme con investigadores más atrevidos, trabajar en el Estado también me ha enseñado mucho de cómo... la importancia que tiene desde el fraseo de las preguntas hasta la construcción conceptual que está detrás de un cuestionario. Y claro, eso es lo que me llama la atención más, en términos, de que uno puede discutir más con números y sobre los números también; pero, acá esa cuestión no se toma mucho en serio, porque las consultoras construyen datos para gigantes y ese es el problema, pero a veces la gente no tiene problemas y les da igual.

**Claro.**

Y además, en el mundo académico, ser cuantitativo es casi ser malo, una mala persona, no sé... un pro-economista, nosotros hacemos ciencia en una facultad de economía, hacemos sociología típica en la facultad de economía.

**Claro...**

Y por eso, a mí no me conflictúa tanto la noción de ciencia, porque para mí la ciencia es una conversación permanente entre especialistas de un área que cada vez se va haciendo más acotada y la conversación se va haciendo más acotada, pero la evidencia te permite participar de las conversaciones es como la llave de entrada.

**Ok, y en esa misma como línea, ¿Qué visión tienes tú de la OP acá en Chile? Está como...**

¿Y a quién le importa? A mí me importa... mira por ejemplo, el tema principal que uno podría ver es: en qué medida los estudios de OP se han profesionalizado o quién es la gente que hace estudios de OP, entiéndase si la profesionalización, del desarrollo profesional ha estado también en la construcción de mejores consultoras, por ejemplo, una de las cosas que ocurrió que fue bien triste, es que en los centros universitarios que se producían datos cuantitativos, entonces los centros de OP cuantitativa se empiezan a morir.

**Claro.**

O sea, se murió el observatorio de la San Alberto Hurtado, ahora la Católica consolidó eso. Y claro, nosotros decidimos tomar el espacio y asumirlo también, pero claro ponerlo en la Usach no tenía ningún sentido, así que nosotros no marcamos... pero, la lógica es... no veo, que por un buen rato se la hayan tomado en serio, más allá de iniciativas menores como unos chicos que hace un par de años compararon resultados electorales y básicamente las encuestas, la capacidad de predicción de las encuestas. Pero, no se cuestiona mucho porque... el principal donador de fondos no cacha mucho el tema, y en este caso, son parte empresa y el Estado, que es uno de los principales consumidores de OP, en estudios de satisfacción, de opinión, etc. Entonces, el conocimiento sobre la OP en Chile es limitado, probablemente, por el desarrollo del Estado, es necesario que sea desarrollado más.

**Ya.**

Cuando exista la necesidad de formarse o las contrapartes se empiecen a formar más, en métodos van a empezar a exigir más, eso va a significar profesionalizar el área, el campo... aunque suene una boludez, profesionalizar a los profesionales del área y especializarse en algunas áreas, por ejemplo, tenemos un montón de gente que puede hacer cuestionarios que toma de diplomados de metodologías cuantitativas, pero no hay un doctorado en métodos de

investigación social, no hay máster en las universidades grandes de métodos de investigación social.

**Claro.**

Entonces, eso te dice algo.

**En los estudios que ustedes llevan a cabo sobre OP, ¿qué relación se establece entre el investigador y el objeto que investiga? O cómo tú podrías concebir eso, esa relación sujeto-objeto.**

Esto es como estar escuchando a la gente cuando estudiaba en la Usach, en la Chile. Es simple, tú tienes modelos, patrones que quieres medir, que de acuerdo a la teoría son universales.

**Ya.**

Entonces, tú quieres ver como se manifiesta en una población, pero para eso tienes que tener tus instrumentos bien medidos, piénsalo así... tener termómetro, tú sabes que este termómetro afecta a la personas de diferente manera, entonces, lo primero que tienes que calibrar es el termómetro para ver que mide lo mismo en todos lados.

**Claro.**

Y luego, tú te vas a ver el sujeto y la persona que responde, y por cierto, la sección o nuestra fase de calidad del objeto, implican ajustarlo oportunamente, pero para poder ajustarlo oportunamente, necesitamos validar de vuelta que efectivamente estamos midiendo el constructo original. Entonces, la relación nuestra entre... principalmente, los objetos conceptuales con los que nosotros trabajamos, los traemos armados, entonces, lo que nos interesa ver es como estos elementos o estas actitudes X que nosotros estamos midiendo, se manifiestan en la población. Nuestra relación con la población es como meterse al agua, y sacar muestras de agua, pero para eso necesitamos tener claro, que nuestras muestras o filtros están midiendo lo que nosotros queremos, y claro, eso tiene que ver con un proceso de comprensión desde la visión de las preguntas hasta ver si los conceptos son entendidos de la misma manera que la gente nuestra, entonces, nuestro proceso más duro es la construcción de... o la validación que transcurre. Entonces, si me preguntas cuál es la relación de... no, tenemos conceptos, primero tenemos problemas, luego, como operacionalizamos ese problema, después buscamos conceptos: qué nos dice la literatura al respecto, vemos que consideramos más apropiado dentro de lo que la literatura ofrece, pescamos, validamos, limpiamos, ajustamos, vemos si funciona, si funciona vamos a la segunda fase y levantamos. Y testeamos la hipótesis en función del problema en sí.



**De una línea hacia delante... Ok, oye y en relación como, bueno porque tú me dices que acá el interés es generar conocimiento científico, y en el resto del campo muchas veces ocurre que... son mandantes que piden estudios sobre determinadas temáticas, y bueno, se hacen estudios, sobre todo en el campo de la OP. El interés como por ciertos temas o de generar ciencia sobre ciertos tópicos, ¿sobre qué intereses recae eso?**

Son intereses personales, en el caso de lo que nosotros hacemos, son intereses personales, nosotros tenemos un espacio donde yo tengo mi línea de investigación que es súper definida, que es justicia y confianza, confianza hacia la justicia. Algunos de los otros investigadores, lo hacen por otros intereses, por ejemplo, las percepciones sobre la movilidad que se trabaja con la gente de Oxford, esta Salva que le interesa principalmente la vinculación con lo que él llama “desafección política”, y así, cada uno tiene un área, entonces, nuestra manifestación más absoluta de egolatría al respecto, es que una vez al año cuando tenemos más recursos o nos sobra plata, hacemos nuestro propio cuerpo sobre las cosas que nos interesa.

**Ok.**

Entonces, ese es como la manifestación máxima, sino empezamos a meter algunos de los temas como factores explicativos de otras cosas que nos piden los clientes cuando hacemos correlación, pero nunca tomamos temas que de verdad no nos interesen, que no podamos explicar otra cosa, que no es lo que estamos pensando. Entonces, somos una consultora bien fútil, nos hemos convertido en eso.

**O sea, igual son como intereses más particulares de ustedes, los que alimentan los procesos de investigación, más que perseguir ciertos intereses “sociales”. Ok. Y en cuanto como a los productos que ustedes puedan producir o a los resultados de investigación que puedan producir ¿qué función social como que o podrías imputarle crees tú?**

Primero, conciencia, que significa que esperamos contribuir de forma modesta al conocimiento sobre lo social. Segundo, como hacemos ciencia aplicada, tratamos de que la evidencia que producimos, abriera los estándares de producción típica de los aceptados por la academia a nivel internacional y eso significa que estamos tomando evidencia, decisiones o haciendo propuestas sobre la mejor información que tenemos disponible. Entonces, la función social nuestra es, principalmente, tratar de responder problemas con los métodos más rigurosos que tenemos para poder entender esos problemas.

**Ya.**

Entonces, la misma pregunta sobre para qué es la ciencia, que es para construir verdades y tratamos de construir verdades de la mejor forma que podemos.

**Ok.**

Y si después llega alguien a decir “están equivocados”, lo vamos a asumir y vamos a decir, estamos equivocados, porque es parte del negocio de hacer ciencia.

**Sí, es parte de esa conversación que me decías de refutación. Y alguna noción respecto de... con los estudios que ustedes han realizado al respecto de la OP o de la formación, explicación de por qué se generan ciertas opiniones sobre ciertos tópicos. Y cómo funcionaría ese...**

Es que nosotros le creemos a las actitudes, entonces, creemos que las actitudes son la base para poder entender algunas variaciones en la OP. Entonces... y por cierto, porque nuestro foco está enfocado más que en entender la opinión, está en entender el comportamiento de las personas. Nosotros hacemos ciencia para entender no solamente lo que la gente piensa o cree, sino lo que hace, y principalmente, cómo lo que piensa afecta lo que hace. Entonces, es el mecanismo más puro y duro.

**Claro.**

No importa verle el sentido, si es que las personas le añaden algo a lo que hacen. Entonces, eso es lo que tratamos de hacer. Entonces, no nos interesa si el tipo se pasó la roja, sino porque el tipo se pasa la roja.

**Oye y una pregunta quizá como más... institucional, no sé cómo llamarlo en realidad; pero, ahora se ganaron unos fondos me decías para trabajar... ahora, este último fondo como internacional**

Fondo universitario en colaboración con los de la escuela.

**Ya, pero esos son como fondos internacionales.**

Sí, son fondos gringos más los fondos nuestros.

**Y eso, cómo se postula.**

No, eso fue gestión directa, y ahora como tenemos una marca más grande, postulamos a fondos más grandes.

**Y antes cuando estaba la consultora, cierto. Y el centro de...**

Tenemos una cartera de clientes, con las cuales desarrollamos vínculos y después ellos nos llaman, y nosotros vemos si les tomamos las cosas o no.

**Ah ya.**

Eso dependiendo del tema, eso si nunca hemos tenido que salir a vender y eso ha sido una gran ventaja.

**No han tenido que...**

No hemos tenido que salir a vender o a básicamente... y luchar por financiamiento.

**Y ¿en un principio tampoco...?**

Es que en un principio como partimos con proyectos académicos, partimos desde la misma facultad de ciencias, en un departamento de matemáticas, en la Andrés Bello. De ahí nosotros nos derivamos en trabajar OP, conseguimos proyectos de investigación internos y externos, y luego de eso, nos hicimos populares trabajando un tema como el bienestar subjetivo, o sea que determina que la gente sea más contenta, y a través de ese tema nos llegó harta demanda, agarramos un tema súper coyuntural.

**Ya.**

Y bueno, hasta que se dedica, entonces, un montón de gente que tomo el tema de felicidad o bienestar subjetivo, que es la definición por la que se trabaja al respecto, como objeto de estudio nosotros ya teníamos algo de trabajo en eso, entonces, se nos hizo mucho más fácil, insertarnos en ese grupo, agarramos un tema trending antes de que sea trending.

**Oye una pregunta así como... final. Bueno, tú ya me has dicho un poco como la idea de que el estudio de las actitudes, en fin, más que el estudio de la OP quizás. Pero, qué papel crees tú que juegan como las encuestas de opinión que se publican diariamente en la formación de OP o de las mismas actitudes, la configuración, en fin.**

Dan informaciones, eso es lo que dice... la información... si afecta o no a lo largo del tiempo. Una de las gracias o técnicas que me ha tocado ver es la pérdida de confianza el día a día, así como el sistema de expertos

**Ya.**

Entonces, las ideas de que las encuestas dejaron o empezaron a ser cuestionadas, es un tema que a mí me parece súper interesante, y graciosamente, lo que mato a las encuestas no fue los encuestadores, fueron por una parte, el mundo real, y por otra parte, el mundo político. Entonces, el principal problema es en qué medida los campos de estudio de opinión o los estudiosos de la opinión se prestaron para no hacer ciencia, sino que para darle poder a sus mandantes de consultas de OP para decir lo que querían escuchar, y eso nos pasó desde los dramas de la encuesta ADIMARK, pasando por lo que pasó en la CASEN que al final los científicos de la cuestión recalcularon las cosas con la mejor de las intenciones, pero para darle más sentido a un relato también. Y asumo que en su cabeza está la noción de que estas

mejorando la medición de un concepto que está mal medido. Y bueno, para que decirte lo del CENSO, se tomó una decisión estratégica a cómo se iba a hacer, que era hacer el CENSO al modelo antiguo, que no nos daba para hacerlo de otra manera; pero, la gente que llegó con... asumo, toda la alegría, juventud y ganas de hacer cosas nuevas, y de innovar, innovar no es bueno en la empresa. Cambiaron el rumbo a una cuestión que sea tenía definido en dos años, y tú sabes que cuando tienes un auto deportivo puedes ir a toda velocidad, frenar, girar en 180° y seguir andando, o seguir hacia otro lado. Pero, si te encuentras con un tope no puedes seguir andando, porque la inercia te hace darte vuelta. Y eso fue lo que paso. ¿Y qué medían las encuestas? Esos son los encuestólogos los que dejan la escoba, no lo sé... ¿En qué medida es la falta de rigor científico? Y en algunos casos, para no hablar de mala fe, genera desconfianza sobre la misma profesión, sobre la misma construcción de la OP o la construcción cuantitativa de OP... claro, hay una falta de rigor seria de parte de que las Ciencias Sociales no se han desarrollado en el ámbito cuantitativo, en el ámbito de medición de la OP de la misma forma que en otros lados y eso es una decisión de los académicos.

**Ok.**

Y esa es mi visión, por eso mi visión bastante más anglosajona al respecto.

**Claro.**

Principalmente, del equipo que formo yo también.

**Claro.**

Allá si la discusión es dura, si la discusión de metodología, sino pregúntale a Mike Savage, que acaba de sacar una clasificación de clases, basada en un modelo Bordieusiano, y la gente de Oxford que es más basado en estructuras ocupacionales, lo recontra destruyeron con análisis duros de los datos que él había presentado, entonces, cuando tienes debates de ese estilo, de que es lo que vamos a entender por ciertos conceptos y como vamos a medir clases, como vamos a medir... ahí es cuando las ciencias sociales o cuando la OP, en este caso los determinantes de la OP embisten al debate, porque eso de vuelta, además genera discusión pública. Lo que hay acá es una gran flojera y eso es triste.

**Perfecto. Bueno, eso sería.**

## Entrevista 8

Investigador académico.

**Lo primero es que me cuente un poquito ¿a qué se dedica, pero específicamente como en relación a la OP, acá en el Instituto de Sociología?**

Yo tengo varias líneas de investigación y una de las principales, se asocia a temáticas de estudio, lo que se llama como “estudio disciplinario de la OP”, y dentro de esa línea, los temas que más he estado trabajando ahora es evolución de los clivajes sociales aquí en Chile. Todo lo que es como divisiones sociales adquieren importancia relativa con el tiempo, de acuerdo a papeles contingentes, tanto como determinantes de la competencia lateral, en base a que votan las personas, por qué el rol de la religión varía en el tiempo, cosas por el estilo. Y es como, esa es un área híbrida entre sociología tradicional y OP, tenemos un FONDECYT andando sobre apatía política y es básicamente como estudiando la desafección, el desapego político como fenómeno bastante arraigado y ya de larga data en Chile. No solo Penta, sino que esto viene dando vuelta desde hace rato, y viendo ahí se están dando temas como la caída de la identificación partidaria, la evolución de los niveles de interés en política, cuál es el componente de cohorte, cuál... cómo es el tipo de componente, tratando de desagregar, ya con una dinámica de típico análisis de OP, tratando de descomponer, por ejemplo, cuanto de la caída de la identificación partidaria se debe a reemplazo generacional, que la sociedad cambia, quienes componen la sociedad, o cuánto se debe a cambio individual, cuántas personas cambian sus decisiones política o sus actitudes políticas, esa es otra línea, otra línea que estoy trabajando a través del COES (Centro de estudios de conflicto social y cohesión), que no es propio de OP, pero tratando de conectar usando metodologías de encuesta para hacer estimaciones como del tamaño de red de conocidos de las personas, y eventualmente, mi idea..., tratar de conectar la diversidad social, socioeconómica, de las redes sociales de conocidos con referencias políticas, como por ejemplo, preferencias distributivas. Eso es más o menos...

**Con el campo de la OP. Y estas investigaciones son como líneas de la universidad del... o son investigaciones más bien personales.**

No, son líneas personales, son mezclas de lo que uno está interesado en hacer, lo que a uno le gusta. Yo me forme... o sea, el doctorado yo lo hice en Ciencias Políticas y lo que profundice fue el tema como estudio comparado de OP, como hacer análisis de OP de muchos países, entonces, esto llevo varios años con estos temas de interés y cuando volví a Chile busque pega, cierto, vendí el cuento lo que más pude, y caí acá, y en el fondo, hay gente con interés de desarrollar temas de OP, no es cierto, análisis de cambio social de larga mirada, en relación a la preferencia y disposiciones de los chilenos, cosas por el estilo. Afortunadamente, la verdad es que las autoridades administrativas no inciden en la agenda de uno, en la agenda de investigación. Lo que si inciden, en el fondo, que uno busca lazos de colaboración, y ves

que alguien que tiene tópicos de interés y tú seguro buscas acercarse a terrenos grises, cada uno, entonces así uno colabora, que siempre... dos cabezas piensan más que uno, y cosas por el estilo. Por ejemplo, Nicolás Somma, un compañero mío, uruguayo, el trabaja harto el tema de los movimientos, entonces, con los dos hemos sacando ciertos trabajos y publicaciones, que como que van al área gris, no es cierto, por un lado todo el tema de la desafección política, que me interesa más, y todo el lado de los movimientos, y la verdad es que de ahí han salido cosas interesantes.

**Ya. Usted no está relacionado con esta como... con el Instituto de Sociología, pero en términos de... como de la realización de encuestas a clientes.**

No, eso se llama el DESUC, Departamento de estudios sociales de la Universidad Católica, y que eso básicamente depende del director, que ahora es Soledad Barrera, antes era Edgardo Valenzuela, que es decano. Y que tiene toda una estructura organizacional, que hace encuestas sociales, ese es como el grueso, el grueso son clientes como públicos, pero como entidades públicas.

**Si, como... licitaciones, en el fondo.**

Pero, ellos operan en base como a... como empresa consultora, como empresa consultora, yo no meto en eso.

**Estas líneas de investigaciones son más académicas, por así decir.**

Puramente académica, afortunadamente, sí. Ahí somos afortunados, porque ya antes de irme al doctorado pague mis años de experticia, estudios para el shampoo y cosas del estilo. Pero acá no, acá es netamente académico. A veces a uno le piden que se incorpore un estudio.

**Perfecto. Quería preguntarle si usted opera con algún concepto de OP o tiene algún concepto de OP.**

Sí, sí, yo hago un ramo de OP. Uno de los temas que discutimos es ese ¿Qué es la OP?, no es cierto, y generalmente, las conceptualizaciones, yo opero dentro de la... del nicho, de nuestra disciplina, no es cierto. De hecho, hay como miradas externas, que son como... que tienen otra mirada, un poco de lo de Bourdieu, constructo artificial o un poco los estudios de la tradición como de la teoría de actor-red, esas cosas como... la encuentro interesante y todo, pero no me sirve como instrumentos conceptuales para poder entender las características determinantes, evolución de las preferencias de las personas sobre inequidad social, cierto, si esos son los problemas que me interesan a mí. Entonces, dentro del mundo de la OP, generalmente, tienes distintas acepciones, siempre están la versión más como habermasiana de OP, como un producto emergente del debate racional entre actores y ese debate pueden sacarlo los medios, bueno, sobre todo hoy en sociedades modernas, a través los medios. O hay otros que... está esa como concepción, que tendría más arraigo en la disciplina, yo te

diría como hace unos 30 años atrás y con el advenimiento feroz de las encuestas, encuestología, cada vez deviene más popular una definición minimalista de OP como el agregado de opiniones individuales. Ahora, es curioso, también tienes literatura que habla, el mismo agregado estadístico de opiniones individuales tiene propiedades emergentes, que no tienen las opiniones de las personas individuales, no es cierto. Si tú haces el contraste entre volatilidad de las personas en el tiempo con volatilidad de las preferencias de la OP a nivel agregado, es súper fuerte el contraste. La OP publica en general sobre muchos temas como más valóricos, si quieres, quienes se metan en el aborto, tienes la opinión de ciertos grupos que no se mueven en su opinión, en cambio, las personas a nivel individual están sujetas a muchos más estímulos, reacciones, contra-reacciones; entonces, uno tiende a ver más volatilidad a nivel individual que colectivo. Entonces, a nivel operativo cuando estas metido dentro de la disciplina, estas tratando de sacar como publicaciones sobre... percepciones sobre asuntos públicos, como se estructuran sus juicios, ese es como tu nicho.

### **Mmmm.**

En la práctica, uno opera como con un concepto minimalista, agregado a opiniones individuales.

### **Ya, perfecto. En términos como metodológicos, ¿qué herramientas usas?**

Bueno, el mundo de la OP como rama disciplinar que tiene sus iones, no es cierto, un poco de Public Opinion Quarterly, National Journal, Political Behavior. Es un campo súper cuantitativo, o sea, está súper consolidado el dominio del mundo cuantitativo.

### **Cuantitativo.**

Y la gente que no le gusta, no se mete en el campo, entonces generalmente por autoselección tiene poco trabajo cualitativo, hay ah, y hay cosas que son bien valiosas cualitativas, pero son muy esporádicas, que logran tener acceso a publicaciones como de las revistas especializadas de más alto impacto y cosas así, generalmente uno ve re poco, entonces, el dominio a nivel en términos como de medición, está muy fuerte la encuesta, aunque eso se está viendo mucho... o sea, no, yo diría que todavía la encuesta domina mucho. Ahora se están abriendo nuevas modalidades de encuesta: antes había como un dominio de encuesta cara a cara, después entramos con los teléfonos y hoy en día, está entrando con fuerza toda la tecnología... encuesta vía web, no es cierto: te llega un cuestionario de un link, que uno pincha y puedes ver videos, puedes poner al encuestado en muchos contenidos más diversos; pero, a su vez, eso tiene problemas de muestreo, no es cierto.

### **Claro.**

Tienes porciones importantes de la población, todavía que no tienen acceso internet o su nivel de eliticidad tecnológica no les permite responder un cuestionario en forma fluida, se cabrean

y se van otra cosa. Y el tema del encuestado es súper delicado, si tú quieres a una persona, que de su tiempo y sus opiniones, tienes que mantenerla estimulada, entonces, no puedes andar haciendo cosas muy elaboradas y complicadas que son un lata.

**Claro.**

Entonces eso. Pero, también se están abriendo nuevas vetas, todo el mundo de la OP como área disciplina, área temática, estudio; es bien interdisciplinario, tienes harta sociología, ciencia política, también tiene esta gente de las comunicaciones, de las facultades de comunicaciones, como periodistas que aprenden estadística, básicamente.

**Ya.**

Y a ellos también les interesa mucho el tema como análisis de contenido de los diarios, no es cierto, análisis de contenido de los medios.

**Claro.**

A mí también me interesa mucho el tema como debates políticos y razonamiento político dentro de los foros de internet. Eso es también es algo que está creciendo dentro de la disciplina, que te saca del predominio típico de la encuesta.

**De la encuesta, claro.**

Pero, en general, todavía hay un dominio fuerte de encuestas como metodología de recolección de datos, cuestionarios estructurados, pueden estar muy bien diseñados, pudiste haber hecho en forma previo focus group para poder ahora armar el cuestionario, pudiste haber hecho entrevistas cognitivas, cierto, un montón de cosas. Pero, al final del día, el instrumento que te permite el modelamiento estadístico es el cuestionario estructurado, y a su vez, entonces, como haces cuestionario estructurado, haces modelamiento estadístico de opiniones, te puedes permitir regresión, y cosas por el estilo, análisis multivariado y todo eso también es muy común... de los dos iones que te mencione, claro, todos los artículos tienen... análisis de punto multivariado, salvo que hagan... lo que te diría, también está muy en voga, diseños experimentales.

**Ya.**

De alguna forma logran que la mitad de la muestra este expuesta a un tipo de pregunta y la otra mitad, asignada aleatoriamente, no esté expuesta a cierta pregunta, y después, una gracia del diseño experimental es que los análisis de causalidad son súper simples, una simple diferencia de media; pero, en el fondo, el análisis lo hicieron antes de tiempo, diseñaron un estudio que permitiera detección de efectos causales, y eso nuevamente, con las tecnologías



de ahora, con los sistemas Cati, con los sistemas Capi, las encuestas con cara a cara con Tablet, están permitiendo hacerlo cada vez más, por ahí va la cosa.

**Por ese lado.**

De todas formas, ni la más mínima duda. Y todas las publicaciones académicas más interesantes se ven, no sé po, ... distintos formatos los cuestionarios, no es cierto, de distintas formas de parafrasear las oraciones y ver como eso afecta los juicios de alguna forma, las preguntas antes te ponen a ti de relieve a nivel cognitivo, ciertas consideraciones que no las tendrías en la mentes si es que no hubieses sido expuesto a ese tipo de preguntas, y después preguntas la variable que te interesa, y uno ve diferencias bien importantes en el resultado.

**Ya.**

De alguna forma, se ha tratado de implementar en el contexto de la encuesta, gracias al uso de las tecnologías, como un micro laboratorios experimental, donde ciertas personas reciben... tienen ciertos tipos de cuestionarios, ciertos tipos de preguntas, ciertos tipos de información y otros no.

**Perfecto. Cuando hablamos como de la relación entre el investigador y el objeto que se investiga, que en este caso sería la OP, ¿Qué relación establece usted con el objeto?, ¿O qué relación cree usted que es la...?**

Esas son las preguntas que más hablan de mí, a propósito, diez años más joven era un hábil en el tema epistemología, con el paso de los años lo he dejado un poco de lado. Qué relación... a ver, a mí la practica me interesa, lo que tengo como más presente a la hora de diseñar un cuestionario son consideraciones éticas.

**Ok.**

Que yo no vaya a preguntar algo socialmente indecoroso, algo que incomode a mi entrevistado, no es cierto, o sea, en ese sentido, hay consideraciones a la hora de formular y desarrollar un cuestionario de... que mi objeto de investigación no sea invasivo sobre la persona.

**Ya.**

Y eso es algo que en Chile hacemos poco, deberíamos hacer más, deberíamos tener comités de ética, regulándonos a todos como unidad académica, pero eso está más allá del mundo de OP, ciertamente, hay áreas que son mucho más sensibles a ese tipo de problemas, como, no sé po, las personas que estudian población en alto riesgo, no es cierto, población... que estudia gente que quiere hacer cuestionarios en población carcelaria o gente que quiere evaluar cierto tipo de programas sociales en población anciana, no es cierto, entonces, ahí

tienes... todo ese tipo de consideración están muy presentes. En OP también, a veces, hay temas que pueden dificultar al encuestado, no es cierto, entonces esa es una consideración como inmediata.

### **Ya.**

Que es como pre-epistemológico, tú quieres... hay una conciencia aguda de que tu instrumento podría, potencialmente, afectarle a una persona psicológicamente, uno no hace eso. A nivel como más cognitivo, es decir, más epistemológico, qué influencia tiene mi cuestionario, la forma en que yo estoy escribiendo el cuestionario sobre lo que se entiende como OP, aquí es inmediata po, si la OP no es como un árbol po, es un constructo artificial, no es cierto.

### **Hmmm.**

Que nosotros creamos y que le damos una representación, y que cada vez la representación que se ido consolidando como la representación, es el agregado de opiniones individuales, no es cierto; y lo importante para llegar a una noción elaborada, creíble de ese agregado de opiniones individuales, bueno, son consideraciones metodológicas, que tienes que formular bien las preguntas, es muy fácil condicionar preguntas, no cierto. Hay súper hartos experimentos, por darte un experimento, hay gente que si tú le preguntas la opinión confianza en los políticos, confianza en los partidos, y si antes de eso, a un grupo de personas y a otro no, le preguntas sobre la opinión sobre un político corrupto, estás condicionando mucho la respuesta siguiente, porque el marco de referencia inmediata, las consideraciones mentales accesibles a las personas que les preguntaste sobre una persona que trabaja de corrupto antes, va a ser esa persona po. Entonces, claro, como se opina de los políticos, pésimo. En cambio, alguien quizá hace el ejercicio inverso y le pregunta sobre un político súper popular, y que tenga harta adhesión ciudadana, y después le preguntas sobre los políticos en general, entonces, esos políticos en general van a recibir más confianza.

### **Va a generar otro efecto.**

Entonces, a la hora de diseñar todas estas cosas, se llaman como efectos cuestionario, y hay toda una súper literatura que estudia efectos cuestionarios, y que tiene efectos cuestionarios súper elaborados, no es cierto. Entonces, esa es otra consideración, a la hora de tú formular una pregunta de investigación, vas a probar una pregunta en encuesta, después vas a usar los datos de la respuesta de la pregunta y vas dar una representación de la OP “tal % de los chilenos dicen tal cosa”, no es cierto, tienes que estar súper ojo, cuidado, que hiciste eso bien, fue cuidadoso, escrupuloso, que fue muy bien pensado, e inevitablemente, si es que haces la misma pregunta a otra muestra paralela con preguntas previas antes, te podrían salir diferencias, no es cierto. O hiciste una metodología. Pero, es bien curioso, la disciplina de la OP yo la encuentro que es bastante como auto reflexiva, sobretodo en el Journal del Public

Opinion Quarterly, se están preguntando todo el rato por los efectos de sus instrumentos, por ejemplo, comparación de encuestas telefónicas versus cara a cara, comparación de telefónica con computador y con ser humano como entrevistador, no es cierto. Entonces, están todo el rato viendo como las representaciones de la OP varían de acuerdo a todo el instrumental metodológico que se ha empleado.

**Ahora, hablando un poco como del campo de estudios de la OP chileno, por así decirlo, ¿qué visión le merece el mismo o...?**

Yo creo que está bastante más pro po, está bastante más pro, hay harta gente que le interesa el tema, que lo está haciendo con... que trabaja el tema en forma súper... yo te digo el mundo académico, no es cierto. Antes, 20 años atrás, no era un área de especialización. Ahora, tienes personas sociólogos que por formación disciplinaria algo saben sobre el tema y podrían escribir un artículo sobre OP, pero claro, generalmente, ese artículo no es como de una persona especializada; entonces, no tenía, no estaba, si tú quieres, en los estándares internacionales donde puede estar la disciplina, en términos como de... la fineza de las preguntas de investigación, la temática que está trabajando, la metodología que está trabajando ciertamente, hay un efecto de cohorte importante entre las personas que desde el mundo académico se están dedicando a este tema, no sé po, que son sub 40 y los sobre 40, ciertamente, hay excepciones. Y hay gente que tiene sobre 40, por lo tanto, entre 60 y 70 y que tiene formación metodológica muy sofisticada y todo, pero, en general, yo diría que hay cierta correlación en que las generaciones más joven, de académicos más jóvenes, como se pusieron al día con los estándares internacionales, en términos como de nivel de especialización temática.

**Claro, pero eso es como en el campo académico.**

En el campo académico, ¿tú quieres más en el campo comercial?

**O sea, si pudieras...**

Pero es que ahí sabes que... sigo poco el tema como en encuestología de Adimark, como de... me toca contratarlos de vez en cuando, no es cierto, cuando uno quiere hacer un estudio.

**Para levantar datos.**

Claro, para levantar datos. Pero ahí a su vez no entro en contacto con Ipsos, no sé, por decir algo, generalmente, me voy al tiro a aquella empresa encuestadora que tienen como alta trayectoria con trabajo académico, por ejemplo, Data Voz, que hace encuestas de OP de LAPOP, que es la región latinoamericana, que hace la CEP, que hace la encuesta del PNUD; entonces, como que tú ya sabes que hay como un capital humano dentro de esa empresa consolidado en términos de las encuestas académicas, que hay una disposición hacia el tema académico, que las exigencias son más altas, si tú quieres publicar en revistas académicas

especializadas de OP, tienes que reportar mucha más información sobre las características metodológicas de tu estudio, el muestreo, tasas de respuesta, tasas de rechazo, etc. Cosas que no necesitas hacer para un cliente que más o menos quiere saber sobre algún problema más aplicado, no es cierto, y que quiere resultados rápidos. Dicho todo eso, da la impresión general, que el país, los estándares metodológicos de las empresas encuestadoras, yo creo que han mejorado bastante, por lo menos el papel, no es cierto.

**Ya.**

Antes en la encuesta CEP, siempre ha habido un debate entre los que favorecen las encuestas con cuotas y las encuestas probabilísticas, como que ya ese debate lo ganó todo el mundo de las encuestas probabilísticas, y efectivamente, está bien que lo hayan ganado, si es que tienes fundamentos matemáticos - estadísticos mucho más sólidos que las otras, no es cierto. Y mucha gente que usaba cuotas, trataba su encuesta como si fuera probabilística, pero no es probabilística. Entonces, eso de selección aleatoria se quebró, a la hora de elegir los entrevistados; pero, en general, también entre los medios hay más cuidado, se reportan más las características metodológicas del estudio; pero, en general, yo creo que he visto más en los medios que quizá en la misma empresa, es un objeto súper frágil, no es cierto, no cuesta mucho alterar los resultados con cambios en los cuestionarios, con cambios en las metodologías; entonces, si la seriedad que se le da, yo le daría el triple, no es cierto, para que en el fondo digan esta es otra representación, una foto del día y esa foto puede estar muy afectada por la cámara que uno usa, y son consideraciones que uno debe tomar, y tener súper presentes.

**Perfecto. Ahora, usted me dice que se dedica, eventualmente, a investigaciones que son académicas, cierto. Por lo tanto, el tipo de conocimiento que usted estaría creando podría ser tildado de “ciencia”, en términos, de su cualidad.**

Si, por supuesto. Yo no tengo ningún problema en hablar de ciencia, o sea, las características fundamentales de una empresa científica o una actividad científica están presentes, no es cierto, o sea, llegar a traer resultados, desarrollo conceptual, ese desarrollo conceptual trata de derivar en hipótesis que son empíricamente verificables, contrastables, falsificables, lo que uno quiera decir. Después, vas a los datos y tratas de demostrar tu punto o no; hay cada vez más presión por demostrar la robustez de tus resultados, y que en el mundo cuantitativo hay muchas formas, entonces, distintas especificaciones como de los estadísticos, distintas formas de calcularlos, estimadores, en el fondo, demostrar que más allá de si yo cambio las cosas que uno podría cambiar, más o menos me da un resultado similar, hoy en día cada vez están más los data base en internet dando vuelta, que son servidores o memorias, en donde uno pone ahí archivadores de webs, si se quiere, donde uno deja sus datos, dejo todo el código que yo escribí en el programa estadístico, para el que sepa hacer mi análisis, y yo puedo dejar que ahí que el que quiera, lo agarra, lo descarga y replica análisis, no es cierto.

**Claro.**

Hay un tema como... bueno, buena parte de la científicidad, está sustentada -creo yo- en la replicabilidad de los resultados, bueno, dos personas con distinto... background culturales, sociales, lingüísticos pueden, eventualmente, llegar al mismo resultado si es que siguen todos los procedimientos que se estipularon. Ahora, y como uno lo puede replicar, están todos los procedimientos explicitados; entonces, yo puedo debatir esos procedimientos, y un poco esa es la dinámica científica, no es cierto, como transparencia absoluta... ahora que esta famoso el tema de transparencia... pero transparencia absoluta en términos de los procedimientos que yo emplee para llegar a una conclusión, si tú sigues este protocolo vas a llegar al mismo resultado, y si no te gusta el protocolo, bueno, discutámoslo. Y ahí está un poco... la mecánica de ensayo y error de la disciplina, de cualquier disciplina científica, está en ese constante mejorar ese protocolo, cierto, cómo llegamos al resultado más contundente, al resultado más... confiable, fiable. Ahora, una cosa es decir que es científico, y otra es decir que sea ciencia exacta, no.

**Ya.**

No, obvio que no. Las ciencias sociales tienen parámetros de exactitud bastante más bajos, lo mismo que decía antes, toda esta cosa de las representaciones son bastante sensibles a... las formas... los procedimientos que empleamos para formar esta representación de la OP, no es cierto, o sea, hay que tener esas consideraciones súper presentes a la hora de sacar conclusiones.

**Perfecto. Ahora, si hablamos un poco como de los intereses sociales que están detrás de esta investigación que usted lleva a cabo sobre la OP o son intereses más personales, más particulares.**

No, siempre hay intereses sociales, manifiestos, inconscientes incluso... yo a nivel personal comulgo bastante con la ética del científico de Weber, pero, sin ser ingenuo, o sea, uno tiene temas de interés, por qué me interesan ciertos temas y no otros, bueno, ya tienen que haber motivos latentes, dando vuelta en mi cabeza, por los cuales me pasa eso, no es cierto. Pero, en general, la academia pueden haber, sin duda, en la disciplina académica de la OP, hay agendas normativas implícitas, no es cierto.

**Ya.**

Pero, son agendas normativas que son como de bastante alto consenso, no es cierto, como... en todo estudio de participación electoral – que está muy conectado con la OP- se asume que más participación, es mejor, uno podría debatir eso: ¿es más participación, mejor? La teoría democrática con todo, se sostiene en... todos sus argumentos están sustentados en la teoría democrática tradicional, en la medida en que todas las personas participan, hay mayor

heterogeneidad de intereses representados en los partidos que llegan a la cámara legislativa, no hay grupos sociales, sistemáticamente, excluidos del proceso, entonces tú dices, es bueno. Entonces, uno podría, bueno, se me ocurre que un intelectual francés podría llegar, un prototipo, un estereotipo, un Derrida, podría llegar y poner patas para arriba el argumento, y decir “No, sabes que, en realidad, más participación, no es bueno”, pero serían argumentos bastante elaborados y dentro, por lo menos digo, entonces como que hay eso no pasa. En definitiva, dentro del campo académico de la OP, hay como supuestos normativos que son como de alto consenso, representación democrática es algo que hay que maximizar; mientras las instituciones políticas representen más los intereses de la ciudadanía, mejor; mientras la ciudadanía participa, mejor. En el sentido... cuando yo postulo a un FONDECYT para teoría política, yo digo “Bueno, es un problema en Chile, no es cierto, porque hay cada vez más gente que tiene como un síndrome actitudinal de completo rechazo, y eso, lleva a la menor representación de esos grupos, eso lleva quizá a la formación de líderes políticos que completamente nos les interesa lo que le pasa a la ciudadanía, porque como saben que no los pescan, se arrancan con los tarros propios, no es cierto

**Claro.**

O sea, un argumento normativo, uno podría estar en desacuerdo o acuerdo, pero, no creo que sean argumentos normativos particularmente controversiales.

**Ya.**

Pero, están, están presentes, hay agendas normativas implícitas, sin duda.

**Tanto en la determinación del tema como en...**

Claro, o sea, tanto en la determinación del tema, ciertamente, más explícito y si no es ¿cómo el modo de proceder?

**Claro.**

Dentro del mundo de OP, un poco el tema como el dominio cuantitativo es un tema que ya es como medio paradigma, entonces, es como medio ciego, un punto ciego que uno no ve, pero si viene alguien de afuera con una tradición más crítica, va a decir “acá hay imposición de un modelo epistemológico súper homogéneo”, te pueden hacer ese argumento, la gente de OP como que ya están metidos en el nicho, socializados en el nicho y te van a decir “Sí, demás, pero es la forma en la que nos gusta hacer el trabajo” Nosotros creemos que para nuestras preguntas de investigación esta es la mejor metodología, si tú quieres hacer una predicción de cuanta gente va a votar en una elección, por muy bueno que sea el focus, el focus no te rinde, el focus te responde otras preguntas, no es cierto, si quieres ver el discurso social latente, si quieres ver perspectivas sociales que no te salen en la encuesta, en una entrevista, sino que necesitas como un poco de ir profundizando, ir apretando a la gente,

bueno, ahí necesitas una entrevista. Yo sobre todo para el campo de OP, creo que todo lo que es tema como operativo, es híper importante para el desarrollo de un buen instrumento, no es cierto. Pero, dada la disciplina como funciona, generalmente hay como un cierto paradigma dominante, que es regresiones, datos, cosas por el estilo. Y eso es el mundo académico, no me atrevería mucho a hablar del mundo...

### **Comercial.**

Comercial... o sea, tú sabes que ciertos grupos empresariales están alineados más con unos que con otros y hay cierta correlación entre lo que es sus opiniones y... no sé. El otro día veía que la encuesta nueva, esta la que es semanal, la que está haciendo la... ¿Plaza Pública de CADEM?

### **Sí, CADEM.**

Siempre tiende a sacar 5 a 6 puntos menos de aprobación, Bachelet saca 5 a 6 menos de aprobación en esa encuesta, que en ADIMARK, que es mensual. Y uno bueno dice, quizá están desfasadas con periodos críticos, pero bueno, quizá en tema metodológico, no es cierto. ¿Las decisiones metodológicas que están involucradas fueron a propósito? No sé, no sé, no me atrevería.

### **Claro, da para dudar si el interés está...**

Podría haber algo, no es cierto. Ahora, yo creo que por otra parte, lo que me tiene bastante descontento es el nivel de pluralismo mediático que hay en Chile, algo que no había en los 90', y hoy día que ha ido consolidando gracias a Internet, en buena parte, un nivel importante de medios de comunicación aguja, cachai. No contestatarios, sino que contenciosos, cachai, que no van a... si ven algún atisbo de duda, de sospecha, se van a tirar, así como un abejorro encima.

### **Ya.**

Mira lo que está pasando hoy día con SQM, si la Nueva Mayoría, creo yo, mi propia interpretación y acá nos estamos desviando, no ha sido capaz de contener todo lo que hay en SQM, porque ciertamente esta la sensación de que les va a afectar a ellos también, ha sido porque los medios están empujando, empujando, y empujando, esto hay que destapar la olla, destapar la olla, pase lo que pase; si hay inestabilidad política, bueno, que venga, ese es el mensaje ayer de Tolerancia Cero, por ejemplo, muy explícito, lo he visto en El Mostrador ese discurso, hasta en La Tercera, leía La Tercera, que es como un conglomerado económico del país, veía las columnas, uno ve las columnas, los columnistas, gente que está muy... a raíz de este caso especial de SQM, que está en un posición muy contenciosa, no es cierto, sobre lo que hay que hacer, acá no vamos a evitar el conflicto, no va a ver una salida de tipo institucional tipo 2003 para salir del problema. En ese contexto, si es que hay en alguna

empresa que este falsificando datos, que tengan muestreo, que están a propósito direccionados a favorecer ciertos tipos de opiniones, yo creo que eso tarde o temprano se va a destapar esa olla, y el riesgo es alto, porque bueno tu reputación como empresa encuestadora se va a las pailas.

### **Claro, se cae.**

Nunca más hay fondos... como están las elecciones o como están otras encuestas dando vueltas como puntos de comparación, yo creo que en general, las empresas encuestadoras no tienen mucho espacio para llegar e inventar datos. Si yo saco un dato muy raro, al ratito me lo van a rechazar 2 o 3 encuestas que hay entre ellas si se asemejan, por ejemplo. O si es que yo hago un sondeo pre-electoral y estoy así, muy lejos de lo que pase en 2 o 3 semanas más, te lo van a sacar en cara de todas formas, a la Marta Lagos, tú no te vas a acordar, porque eras muy cabro. A la Marta Lagos, si mal no recuerdo, en la elección 2000, creo que fue el 2000, o no sé si fue esa... una elección a principios de 2000, la presidencial Lagos-Lavin, que la verdad se les escaparon un par de becerros al monte, con los datos, y Piñera, con su Fundación Futuro, telefónica, que todo el mundo se reía de su encuesta, tuvo suerte probablemente más que consistencia metodológica y le achunto, y bueno le dieron como bombo a la Marta Lagos por esa encuesta. Sale caro, hay un costo de reputación muy fuerte, no es cierto, uno tampoco se puede correr, mandar a cambiar así como uno quiere, en el mundo de la encuestología, de las empresas comerciales.

### **Claro, hay que solapar...**

Solapar bien con... como es un gracia, cada vez... en cuando, que hay referentes externos que validan cuan bien lo están haciendo, lo que paso para las municipales 2012, que también, las proyecciones fueron pésimas, bueno aparte, venía el problema...

### **De voto...**

Del cambio de sistema electoral y todo, entonces ahí estaban recién aprendiendo como tratar de diferenciar votantes posibles con votantes potenciales, gente que no va a votar y todo.

**El nivel como de las funciones sociales que podrían jugar los productos de la investigación sobre OP, que usted lleva a cabo. ¿Usted piensa que hay alguna función social ahí?**

¿Así como medio lectura funcionalista de...?

### **Quizá, no explicita...**

¿Reproducción del status quo?



**No, quise como... algún rol social, no sé... es que claro, el concepto se presta mucho para el funcionalismo.**

Mmm, no sé si rol social, así como la funciones particulares... bueno, si cumple un rol, son, son... a la hora de una elección sobre todo, ni siquiera para la elección, en general, las encuestas políticas, por ejemplo, sondeos de opinión político, son informativos po, no es cierto Por algún motivo, hay mucho interés y por algo yo creo que es el sustento de la preferencia de tanta empresa encuestadora, que la gente le gusta le gusta saber cuál es la opinión colectiva, no es cierto, cual es el agregado de opiniones, en el fondo, cuál es mi opinión en contraste con lo que opina Chile sobre Bachelet, por decir cualquier cosa. Entonces, cumplen ciertas... rol informativo, en ese sentido, o sea, en el sentido de informar acerca de las preferencias colectivas, y a su vez, eso tiene efectos condicionantes, no es cierto. Hay como... más que nada literatura gringa, pero ahí hay un par, yo he visto un par de trabajos que conectan en forma bastante clara, lo que es bien intuitivo, pero lo conectan empíricamente, por ejemplo, la capacidad de negociación de un presidente en el congreso, su capacidad de sacar leyes con su tasa de aprobación, no es cierto. Y presidentes populares, generalmente, les va mucho mejor a la hora de sacar leyes que un presidente impopular, con todos los congresistas de su bando le dan la pasada, cierto. Y se forma como una... una lógica de acceso mucho más favorable para un presidente, en cambio, el caso al revés. Pero, así como... estoy pensando en una función social latente, algo así, ahí hay una alemana que se llama Elisabeth Noelle-Neumann, que habla de que la... la OP constriñe a las personas, no es cierto, a lo que es socialmente deseable no. Dada la OP, hay ciertos juicios que las personas no podrían manifestar en público, por ejemplo, no es cierto, si tú sabes que el 100% de los chilenos está a favor de... en contra de la violencia infantil, y de ahí, ves a alguien dando vuelta por ahí que encuentre que pegarle un par de azotazos al cabro es bueno, esa persona en público no lo va a decir, va a desarrollar un clima de opinión negativo, o sea, ese es un caso extremo. Pero, por ejemplo, el problema de desafección ciudadana, que estábamos hablando antes. Hoy día yo tengo la impresión, quizá hoy día está tan desprestigiado el tema político; pero, en general, yo creo que hay bastante... dado el clima opinión dominante negativo hacia los actores políticos, hay mucha gente que termina siendo más desafecta de la que sería en el caso contrario. Dada esa presión social hacia que tilde a los políticos de oportunistas -todo lo que uno escucha-, en el fondo, se refuerza en mí una actitud inicial de no interés en política, no es cierto. Sería extraño que si estoy en un país, estoy en Noruega, donde los políticos son intachables, los partidos políticos son mucho más abiertos a la ciudadanía, hacen primarias, se re-eligen menos entre ellos, y cosas por el estilo, hay como prácticas políticas más transparentes y más inclusivas, no es cierto, no sería que personas, por eso mismo, terminen enganchando un poco más en política. Y la OP a través de los múltiples sondeos que muestran que la confianza está baja, terminan reforzando esas actitudes negativas yo creo. Pero me cuesta generalizar, así como funciones determinadas.

**Pero, quizá como de las investigaciones que usted en específico...**

Lo que pasa, es que como yo te digo que cuando estas metido en el rubro mismo ya de OP, estás metido desde desentrañar patrones conductuales relevantes, estás en el negocio de mostrar asociaciones entre dos cosas que son interesantes; pero no estás en negocio de pensar un poco más, para dar un paso atrás, y pensar qué efecto social o que función social está ejerciendo la OP sobre...

**Ya.**

Determinado tema, o cuáles son las funciones sociales generales de la OP, son preguntas como más, diría casi filosóficas... ciertamente más teóricas, no. Y en ese sentido, estoy un poco más alejado de eso. Yo estoy más en... el mundo de la bases de datos, procesar la información, tratar de desentrañar qué determina que los ciudadanos voten o no voten... miradas menos abstractas, teoría de rango media, por decir de alguna forma.

**Sí, perfecto. Ahora, una pregunta así como final...**

Entre paréntesis, ahh final. Está súper entretenida la entrevista, pero tengo que ir a cambiar pañales a la casa.

**No, si pregunta final, ya. Reconociendo que quizás el campo de OP o de la OP tiene algunos problemas, en fin, etc., ¿usted tiene cómo alguna visión ideal de cómo debiera considerarse la OP, de cómo debiera estudiarse la OP?. Si, ideal. Algún ideal así... casi como un ideal habermasiano, no sé.**

No, a mí el... aunque yo convivo de forma bien pacífica con la noción de OP como agregado de opinión individual, yo convivo con eso, no tengo ningún drama. Ciertamente, también me gustaría un poco más... pero, no se ha podido hasta ahora, porque a nadie se le ha ocurrido cómo traer a colación, en el fondo, una visión más como emergente, una visión más dialógica de OP, cómo me mides la OP como el conjunto o la opinión promedio, por decirle de alguna forma, la de todos los columnistas y comunicadores sociales, eso sería muy interesante hacer eso; pero, esa dimensión está muy perdida, hay mucho trabajo que trata de conectar como patrones y contenido informativo de los medios con reacciones de la OP, entendida como agregado de opinión individual; pero, todo el mundo como el sacar los temas a flote, quiénes son las personas que están desarrollando nuevas formas de ver las cosas, todo como... la explosión de los blogs, no es cierto, todo eso está medio perdido en el campo de OP, antes que metodológica, hay un esfuerzo conceptual a darle estructura a eso. Ahí es como el ámbito medio perdido, creo yo. La parte como más tradicional tal como se está haciendo, yo creo que se hace en forma relativamente bien, pero es como... la verdad inalcanzable, llegar al estado de perfección, el estado medio inalcanzable, pero que debería ser la meta de todos, no es cierto, en términos de la calidad de los instrumentos, no es cierto.

**Claro.**

La metodología más sofisticada y elaborada posible, no se identifica el modelo estadístico porque si no más, en el fondo, todo muy bien justificado, muy fundamentado, muchas veces si quieres en la OP se hacen las cosas como siempre se han hecho no más. Quizás hay un poco una mirada más reflexiva, quizá vendría bien en términos metodológicos: por qué estoy reportando... no sé, es una discusión importante para las ciencias sociales en general, entonces la OP... de significancia estadística, por qué uno reporta significancia estadística con un alfa de 0,05, porque no 0,04 o 0,06, no es cierto. Entonces, hay como muchas convenciones en la disciplina que uno podría... que hoy en día se están probando, yo creo que se están pensando “pensemos esto de forma seria, no tiene mucha razón de ser”. Pero, yo soy un insider po, yo trabajo este tema desde adentro, voy a la conferencia de Wapor, de la asociación mundial de OP; entonces, si quieres soy un soldado de... no miro desde afuera como una visión hiper crítica, a mi es algo que me encanta, estudio las preferencias de las personas, trato de hacer lo mejor posible con los instrumentos que hay disponibles, trato de construir mi propia parte, hacer innovar lo que yo puedo innovar; pero, no estoy desde una posición de teoría crítica mirando... como, no sé, por decir algo, hay una homogeneidad epistémica que imposibilita estudiar otros temas, no sé, por decir algo, no es cierto, yo soy más soldado en ese sentido.

**Claro, más complejo ver.**

Claro, para mí es algo que me satisface, lo que me genera interés intelectual, más que las preguntas, si quieres como observaciones de segundo orden, medias luhmanianas, mirando desde arriba o desde más distancia.

**Perfecto... eso sería...**

