

I. - INTRODUCCIÓN

El día 10 de enero de 1999 tuve la oportunidad de leer la siguiente “Carta al Director”, sección del diario “El Mercurio”. La misiva llamó mi atención porque hacía tiempo que el tema me estaba rondando:

ÚLTIMA ENCUESTA

Señor Director:

Con sorpresa hemos vuelto a comprobar que casi toda la prensa nacional otra vez comete el error de mal interpretar – en términos de ascensos y descensos – los resultados del último estudio de opinión pública de la encuesta “Gemines”.

El error consiste en tomar en consideración las diferencias entre las estimaciones de punto de intenciones de voto entre el último estudio (diciembre) y el que le precedía (octubre), sin basarse en los tests de hipótesis sobre la significación estadística de las diferencias encontradas en los resultados de 2 muestras independientes.

En este sentido, nos extraña que “Gemines”, que realiza estos estudios en forma periódica justamente con el objeto de medir los eventuales cambios que se produzcan en la opinión pública, no realice estos tests que están diseñados expresamente para aclarar si los cambios que presentan los resultados de muestras probabilísticas son estadísticamente significativos o no.

Hemos aplicado estos tests bajo la presunción de que ambas muestras son efectivamente probabilísticas, y hemos encontrado que, al nivel de significación del 5%, el único candidato que habría experimentado cambios con respecto a octubre, en las intenciones de voto, es Andrés Zaldívar.

Es impropio sostener, como lo ha hecho gran parte de la prensa, que Ricardo Lagos y Joaquín Lavín habrían bajado entre octubre y diciembre, porque las diferencias encontradas no son estadísticamente significativas al nivel del 5%. Lo mismo puede decirse respecto de Gladys Marín y de Sebastián Piñera.

No parece una conducta responsable de la prensa proporcionar una información errónea que conduce a interpretaciones sustantivas que no corresponden a la verdad, y menos aún el publicarlas acompañadas de expresiones que dan lugar a pensar que estamos frente a cambios radicales de la opinión pública nacional (recordemos que la muestra sólo representa a la Región Metropolitana).

Gabriel Davidovics M.

Profesor de Teoría del Muestreo U. de Chile

Gustavo Martínez B.

Profesor de Metodología de la Investigación

U. de Chile y Pontificia U. Católica de Chile

No es frecuente encontrar este tipo de críticas tan tajantes – sobre todo en medios de comunicación - a una labor específica de la prensa, cual es la de divulgar los resultados de sondeos y sus interpretaciones. El señor Gustavo Martínez, por ejemplo, - uno de los que escribió la carta - ha elaborado varios informes sobre tipos de encuestas, que usan metodologías al parecer no totalmente válidas y en las cuales advierte una supuesta irresponsabilidad de los periodistas a la hora de dar a conocer un acopio de datos a la opinión pública. Casi todos estos *papers*, en todo caso, circulan a nivel académico y pocas veces llegan al ciudadano común.

Podría pensarse que hay varias razones para esto último: puede ser que el tema abordado es excesivamente complejo para ser entendido por los lectores de un diario, por ejemplo. O que la materia tratada no es atractiva para el receptor, o bien que no cabe plantearla en un medio de comunicación, ya sea por falta de espacio, porque requiere demasiada profundidad o porque sus fundamentos son tan específicos que habría que destinar páginas, minutos, en fin, mucho tiempo y espacio - hoy día escasos – para enseñar ciertos conocimientos.

El asunto es que existe un problema no despreciable en la relación medio periodístico – estadística. Quienes escriben la presente tesis llevan algunos años trabajando en televisión y varias veces les ha tocado introducir una noticia con cifras. 1998 y este año - 1999 - han resultado especialmente útiles porque se aproxima una elección presidencial. Es así como varias empresas han dado a conocer encuestas que ellas mismas realizan y que plantean una “fotografía” de un momento pre-electoral. Le dan así a la opinión pública una especie de panorama provisorio de los candidatos y una base para hacerse una idea de lo que piensan ciertos grupos de votantes chilenos.

En los distintos medios de comunicación, el periodista asiste a la conferencia de prensa de la empresa X, anota las cifras y después las transcribe. Con suerte, se incluye un párrafo final con datos elementales como la composición de la muestra utilizada y el porcentaje de error. Muchas veces le sucedió a los autores de esta memoria que al cuestionar el sondeo y al pedir mayores detalles sobre el tipo de muestra o si hay “cifra negra”, por ejemplo, la respuesta fue: eso no nos importa, ni debe ser incluido en el reportaje. Pero antecedentes como la "cifra negra" resultan relevantes. El concepto se refiere a aquellos hechos como puede ser la cantidad de abortos en Chile en un año determinado. Un estadístico no siempre puede establecer cuántos abortos ha habido, porque este delito no siempre se denuncia y muchos de éstos quedan en el más absoluto anonimato o clandestinidad. De este modo, no puede llegar alguien y afirmar que a raíz de que en 1997, por ejemplo, bajó el número de denuncias en comparación con el año anterior, la tasa de abortos disminuyó y sería gracias a políticas exitosas de gobierno o cambio de conducta en la sociedad. La ciencia estadística ha elaborado un método especial y de aproximación para tratar de calcular cuántos hechos como el citado quedan fuera de las cifras oficiales.

Lo anterior no sólo sucede con las encuestas; también se divulgan estudios de gobierno o de organismos oficiales y pocas veces – por no decir casi nunca – se les da una mayor revisión. En el fondo, el problema detectado es **que el**

periodista sólo se limita a tomar registro de los resultados y no los interpreta.

Grave si se considera que una encuesta tiene efectos. Si un candidato solicita de un empresario apoyo económico para su campaña, este último de seguro no va a apostar a “caballo perdedor”. El sondeo le daría una idea, le plantearía una fotografía, para ver cómo le está yendo a ese “caballo”. Y esa fotografía debe ser muy adecuada. Pero son pocos los periodistas que hoy día saben lo que es un “universo” o la importancia de una “tasa de no respuesta” o de las metodologías que subyacen a una encuesta de opinión pública, salvo aquéllos que, por circunstancias de su trabajo, han tenido que especializarse en política y en otras áreas donde los sondeos son herramienta del día a día.

Resulta valioso agregar que los sondeos podrían tener efectos aún más relevantes y que en Chile todavía no existe prueba empírica de un efecto en particular. En Estados Unidos, por ejemplo, se critica la difusión de los “*exit polls*”, en los que se le pregunta a la persona, a la salida de la urna, la opción por la que votó. La razón está, dicen en ese país, en que los datos obtenidos y luego divulgados interfieren con el normal curso de la elección, porque en esa nación hay diferencia de horario.

Como los norteamericanos de la costa este sufragan primero, puede que la información de que un cierto candidato lleva la delantera, haga que el estadounidense de la costa oeste – que vota después – no se sienta motivado a concurrir a dar su voto, porque él tenía en mente darle apoyo al abanderado perdedor y podría creer que su sufragio no tiene mucho que aportar.¹ El gobierno - y esto es el reflejo de la mentalidad estadounidense - lucha constantemente porque las elecciones presidenciales sean lo más transparentes posible, sin influencias de ningún tipo y que reflejen la democracia como verdadera voluntad del pueblo. Por eso, cuando existe la duda en torno a las consecuencias que

¹ Revista “Política”, Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile, volumen 34, otoño 1996; p.72

podría provocar un *exit poll* en este tipo de comicios - de dar la impresión a quienes todavía no votan, por su ubicación geográfica y diferencia horaria, de que la elección ya está tomando cierto rumbo - llueven las críticas sobre el procedimiento y finalmente se le resta validez pública.

Aunque en Chile una persona no puede optar por no presentarse en la urna (está obligado, ya que en algún minuto decidió inscribirse en el registro electoral), no se ha probado todavía si las encuestas preelectorales predisponen a un votante. Un estudio empírico debiera comprobar 3 cosas: si el elector efectivamente pone atención a los sondeos de predicciones electorales divulgados por los medios; dos, si consideran que son “creíbles” en el sentido de que esas encuestas son capaces de predecir los resultados de la elección y, tres, si en caso de pensar que sí son “creíbles”, algunos votantes cambian su intención original de voto o, al menos, provoca que ciertos indecisos definan su opción.²

El presente trabajo pretende plantear una discusión a nivel académico sobre este tema. Estamos convencidos de que no es necesario crear una especialización de “periodista-estadístico”; bastaría con apuntar la cátedra al objetivo de que el profesional aplique los conocimientos de esa área matemática a su quehacer diario. Nos referimos a que no sólo aprenda lo que es una “población” o a elaborar tablas de frecuencia, sino también a identificar sondeos no válidos o estudios donde un organismo manipula la información de acuerdo a su propio interés.

¿De dónde deriva este convencimiento? La “gota que derramó el vaso” fue una conversación que sostuvimos en enero del '99 con el Alcalde de Santiago, Jaime Ravinet. Como jefe del comando de Andrés Zaldívar, que él era entonces, acudimos al edil para que nos contactara con el experto que se dedicaba a desglosar e interpretar cada una de las encuestas que salía periódicamente sobre

² “Muestreo Probabilístico y Muestreo de Cuotas en los Estudios Preelectorales y de Opinión Pública. Argumentos para una Discusión Crítica y Necesaria en Chile”, Revista “Política”, Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile, volumen 36, 1998; p. 38

los candidatos presidenciales y que, después, le informaba al abanderado de la Democracia Cristiana.

Respuesta del señor Ravinet: “no le veo sentido al tema de su memoria”. La razón: a juicio del alcalde, el periodista sólo tiene que comunicar los resultados de un sondeo y no ir más allá. Para eso, nos dijo, existen especialistas como sociólogos, estadísticos, analistas. Entonces, le planteamos que muchos de esos especialistas trabajan para el comando o para la empresa que realiza la encuesta y que, por lo mismo, responden a las expectativas de la entidad para la cual desarrollan su labor.

Es decir, un asesor del comando de un candidato equis no va a decir que el oponente de éste es el que tiene más posibilidades de ganar y que su postulante bajó en forma dramática. Nuestra pregunta fue: ¿quién, entonces, cuestiona las cifras? ¿El académico o experto que no trabaja para nadie y que no tiene muchas posibilidades de publicar sus críticas en medios masivos? ¿O será labor del reportero que asiste a una conferencia exigir más detalles sobre las muestras y luego informar que los datos divulgados no son lo que parecen?

Aunque el tema de esta memoria no es buscar las causas de por qué las encuestas se divulgan sin una revisión más crítica, sino plantear como posible solución – y cambio de paradigma – el que un periodista sea entrenado mientras cursa la carrera para poner en duda lo que se da por establecido, es posible detectar una “disrupción” en el proceso. En suma, tratar de dar con los motivos de por qué hay empresas que utilizan sondeos poco válidos, por qué dan a conocer los resultados en forma ambigua o por qué los medios de comunicación no abren más espacios para una crítica profunda de las conclusiones de las encuestas, tomaría varios tomos o volúmenes y, tal vez, la tarea corresponda más bien a los estadísticos que son los preparados para revisar la temática que los afecta directamente. La idea es bastante más práctica y de efecto más inmediato cual es de entrenar periodistas para que, mediante el arte de la síntesis, sean capaces de

dejar en claro que un cierto sondeo no siempre hay que tomarlo como verdad absoluta.

Pero no nos alejemos del concepto de "disrupción" - y que sólo esbozaremos - en el proceso de recibir las conclusiones de una encuesta y luego darlas a conocer.

Porque cuando un sondeo fracasa, es decir, sus resultados terminan siendo muy lejanos a la realidad, se culpa al investigador que realizó esa encuesta de haber procedido mal. El 7 de enero de 1998, el diario "La Tercera" publicó una entrevista al alcalde de Santiago, Jaime Ravinet, cuando éste aún no era jefe del comando del precandidato de la "Concertación", Andrés Zaldívar. En el artículo, titulado "Ravinet invalida resultados de estudio", el edil deslegitima los resultados de la encuesta que había hecho el "Centro de Estudios Públicos" – CEP – donde se consideraba a Ravinet como el que menos posibilidades tenía de salir electo como el abanderado de la Democracia Cristiana. El alcalde dice que no cree en las conclusiones de este sondeo "porque en las predicciones que ha hecho este tipo de encuestas, no le han apuntado a una. Así sucedió con las que publicó en diciembre, la socióloga Marta Lagos"...Y más adelante sostiene que no tendría problema en llegar a un consenso para establecer al candidato definitivo de la DC, "si se busca tal consenso entre los implicados a través de una encuesta seria, abierta, con unos dos mil encuestados. Estaría dispuesto a aceptar el resultado si el resto también se compromete". (Sabemos que una muestra no es más válida porque tiene mayor cantidad de elementos del universo, por lo que la percepción no sería del todo legítima).

Si el realizador detallara a un periodista la información metodológica relevante se evitaría muchas acusaciones. Pero como generalmente no informa qué diseño muestral utilizó, cómo reflejó los resultados para todo el "universo", cuál fue la tasa de no respuesta y cuál su esfuerzo para corregir desviaciones,

pierde de inmediato su credibilidad cuando sus datos no coinciden con los parámetros reales.

En cambio, si las empresas de investigación difundieran la manera cómo trabajan y anticiparan que esperan un cierto margen de error en sus conclusiones, por distintos motivos, aclararían desde antes por qué, en algunos ítems, los resultados no concordaron por completo con los hechos. Entrevistamos a varios representantes de entidades como ADIMARK, “Fundación Futuro”, INE y les preguntamos por qué en ciertos casos no entran en mayor detalle cuando entregan sus sondeos a la prensa.

La razón principal fue que ya saben de antemano que esos datos no tienen cabida en la noticia porque el medio va más al resultado que al método; además, me respondieron que no tendrían problema en que se les cuestionara más su metodología. En general, estas entidades invierten muchos esfuerzos para diseñar una investigación y consideran que sería mejor que la opinión pública entendiera el grado de efectividad de éstas.

II.- EL *EXIT POLL* DE 1993

Uno de los grandes fracasos, en lo que a encuesta pre-electoral se refiere, fue la experiencia de un canal de televisión que utilizó el llamado *exit poll* para las elecciones parlamentarias y presidenciales del 11 de diciembre de 1993. Hablamos de “Televisión Nacional”. Pero no fue el único; la “Corporación de Televisión de la Universidad Católica” usó la misma fórmula. Aún así, tomaremos el ejemplo del primer medio citado, porque los errores registrados tuvieron un impacto identificable y concreto que afectó no tanto a la opinión pública, sino a los esfuerzos de campaña y de imagen que habían hecho los partidos políticos. Ese impacto lo explicaremos durante este capítulo.

La historia comienza cuando las dos más grandes estaciones televisivas de nuestro país quisieron innovar en la entrega de resultados de la elección. Hasta ese momento, se divulgaban las encuestas que se habían llevado a cabo en los días o semanas previos a la jornada de votación y, luego, se procedía a informar, cada cierto tiempo, el conteo oficial de sufragios que realiza siempre el “Ministerio del Interior”.

Algunos medios optaban por situar periodistas en las mismas mesas de votación y comenzar a difundir el conteo de éstas, apenas cerraran. De este modo, un experto podía después generalizar los resultados, a partir de una metodología, para lo que sería el universo. Y así, se adelantaban a la cartera de Interior y provocaban un “golpe noticioso”.

Ese año, los canales querían un método que fuera aún más rápido y les permitiera “ser los primeros en la información”. Había que diferenciarse y ofrecer un producto nuevo que hiciera posible “golpear”. Y los ingredientes estaban dados: estudios previos de algunos institutos y compañías especializadas en investigar la opinión pública daban por sentado que ésta era una elección con alto grado de seguridad, por lo que era casi un hecho que no habría segunda vuelta electoral.

Todas, de hecho, entregaron estimaciones de punto por sobre el 50% para Eduardo Frei, quien finalmente obtuvo el 57,99% de los sufragios.

Entonces, recordemos, competían por el sillón de La Moneda, Eduardo Frei Ruiz Tagle, Arturo Alessandri por la Oposición (en ese entonces era la “Unión por Chile”, de la Derecha, y que tenía como mayor rival a la alianza de gobierno, la “Concertación”), José Piñera como independiente, Cristián Reitze a título de los “Humanistas”, el padre Eugenio Pizarro en el “Partido Comunista”, que representaba a la extrema izquierda. El convencimiento que existía en ese momento de que la confrontación iba a centrarse entre Frei y Alessandri hizo creer a las estaciones televisivas que un *exit poll* era perfectamente aplicable y les daría la oportunidad de deducir con mucha anticipación el desenlace de los comicios. Por fortuna, aunque prestándole menos atención, también decidieron utilizar el acostumbrado conteo de mesas, tomando a algunas de ellas como muestras.

“Televisión Nacional” encomendó la tarea a la empresa Adimark que, por no dominar la técnica, mandó un equipo a Perú para conocerla y especializarse en ella. La información tenía que referirse a los resultados de la elección presidencial, de las senatoriales en regiones impares y en algunos distritos de las diputacionales que resultaran interesantes desde un punto de vista político.

Un *exit poll* es básicamente un sondeo que se lleva a cabo a la salida de las urnas. Un encuestador intercepta a alguien que acaba de votar y le pide que le diga cuál fue opción por la que sufragó. No hay más preguntas que ésta. Su diferencia con el sistema tradicional de encuestas es amplia: en el primero, el investigador se ve en la obligación de diseñar un conjunto de preguntas y de enmarcar la muestra con ciertas características sociales (como género, edad, ingreso mensual, cantidad de bienes que determinan su nivel socioeconómico). Éstas resultan muy importantes porque ayudan, en forma posterior, a identificar si una persona adoptó su decisión y su actitud se justifica por su pertenencia a un grupo con determinadas características como las que mencionábamos.

El conjunto de preguntas y las características sociales se utilizan en una muestra del universo. En el caso puntual de la elección presidencial, tienen posibilidad de integrarla todos los chilenos, de ambos sexos, mayores de 18 años e inscritos en el registro electoral. La muestra es, entonces, probabilística, en la que los elementos fueron seleccionados de manera aleatoria. Como, además, nuestro país realiza censos cada cierto tiempo, la totalidad de la población está incluida y, por lo mismo, casi nadie corre el riesgo de ser excluido del proceso de selección.

Si se cumplen todas estas exigencias, el investigador tiene la certeza absoluta de que puede generalizar los resultados de la muestra al todo y de que sus conclusiones no van estar lejos de la realidad.

En cambio, en el *exit poll* escasamente existen estas exigencias. La muestra no proviene de sectores como una comuna o un barrio, sino de las mesas de votación. Para lograr un subconjunto del universo en el que cada elemento tiene la misma probabilidad de ser elegido, en forma aleatoria, habría que seleccionarlo con algún criterio: por ejemplo, preguntarle a todas las personas que votan en posición impar: el tercer sufragante, el quinto, el séptimo y así sucesivamente. El gran problema que enfrenta el *exit poll* es que muchos electores no responden y la alta tasa de no respuesta obliga a salirse del criterio y a entrevistar a cualquiera para obtener el máximo de réplicas.

Sucede que este tipo de sondeo exige el máximo de rapidez, dejando de lado las interpretaciones complejas. Si alguien se pusiera a analizar la tasa de no respuesta y la asume como factor para expandir el resultado al universo, obtiene esos resultados demasiado tarde. En suma, en el *exit poll* la muestra nunca es probabilística y, además, no se aplican características sociales, porque implicaría detenerse más de lo debido a averiguar cuál es el monto de su sueldo, cuántos bienes tiene, entre otras cosas. Cuenta, eso sí, el sexo del encuestado.

En definitiva, el problema con el *exit poll* es que no cumple con el requisito fundamental de la profundidad: porque para realizar un trabajo que es contra reloj, se limita a recoger el máximo de respuestas, las transmite a un centro de procesamiento que tarda minutos en “digerirlos”, para luego difundir sus conclusiones al medio de comunicación que las espera. Para dejarlo bien en claro, lo reiteramos: no toma en cuenta características sociales del entrevistado, tampoco la tasa de no respuesta e, incluso, plantea sólo una pregunta la mayoría de veces. Este último punto le impide al investigador efectuar lo que se llama “control de consistencia de respuesta”, es decir, relacionar una réplica con otra y ver cuánto depende una de las restantes.

Analizaremos ahora lo que ocurrió con el *exit poll* de “Televisión Nacional”. Antes que nada, adelantamos la conclusión de este análisis, conclusión que vamos a profundizar al término de este capítulo: **nadie fue capaz de visualizar que el método estaba destinado a la comisión de grandes errores. El argumento para haber deducido esto estaba ahí, muy cerca y eran nada menos que las varias y poco exitosas experiencias de otros países que, incluso, habían difundido años atrás la explicación de su fracaso.**

Quizás habría sido más aceptable que los comunicadores le advirtieran a la audiencia que el sistema no era tan exacto y que sólo proporcionaba una aproximación a los resultados oficiales, en vez de presentarla como una verdad absoluta y que condujo a fallas inaceptables. El problema estuvo en que ningún hombre de prensa se dedicó, semanas antes, a estudiar las características técnicas del *exit poll* y su grado de precisión al ser aplicada en otros países.

* LA EXPERIENCIA DE “TELEVISIÓN NACIONAL”

“TVN”, al igual que “Canal 13”, se embarcó en una fuerte campaña publicitaria invitando al público a sumarse a sus transmisiones, porque la estación

televisiva iba a ser capaz, por primera vez, de anticipar bastante los resultados de la elección. Contrató los servicios de Adimark y la meta fue dar cifras concretas antes de las 5 de la tarde. Faltando cinco minutos para el plazo, el conductor del programa especial procedió a dar las estimaciones del *exit poll*.

Y comenzó con problemas: dio por vencedor, en la votación presidencial, a Eduardo Frei, lo que terminó siendo correcto. Pero, visto desde una perspectiva científica, el resultado no acertó con la exactitud que toda metodología estadística exige. El *exit poll* pronosticó para Frei un 63,8%. El conteo del “Ministerio del Interior” dio un 57,99%.

El margen de error para este sondeo se declaró en 3%. Por lo tanto: la cifra de Adimark contemplaba un intervalo de confianza inferior de 60,8% y uno superior de 66,9%. Así las cosas, el margen mínimo se excedió con respecto a la cifra oficial en 2,81%. Como ya hemos visto, es ley en las encuestas que el resultado final (el difundido por la cartera de Interior) esté contenido en los intervalos de confianza. Los realizadores del sondeo dieron por supuesto que el error muestral era, en todos los casos, de 3%. Pero la suposición no tiene mucho fundamento científico. Y es que cuando una muestra no es probabilística – y en este caso no lo era, se consideró aleatoria porque se preguntaba al azar, pero no había tasa de no respuesta y los que no contestaban se reemplazaban por otros – el error muestral, que es una fórmula matemática, no se puede calcular. Dicho de otra manera, la metodología estadística se basa en una teoría matemática reconocida, que entrega distintas fórmulas para medir cuán exactos son los resultados: uno de ellos es el margen de error que presenta el estudio para poder así inferir en qué grado se acerca o aleja del parámetro real.

Con el resto de los cinco candidatos el resultado fue certero; los pronósticos contemplaban intervalos de confianza que terminaron incluyendo las cifras oficiales.

Algo que no ocurrió con la elección senatorial por la 1ª región. Según el *exit poll*, los dos candidatos de la “Concertación” sumaban 66,2%. Los dos de la “Unión por Chile”, 23,4%. El programa asumió porque el resultado del bloque concertacionista doblaba el de su principal oponente, la alianza oficialista obtenía los dos senadores. Así lo establece el "sistema binominal" y el programa lo divulgó sin mayores problemas. Pero hubo un gran error: en las cifras finales,

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Humberto Palza	18,4%	18,18%
Sergio Bitar	47,8%	39,46%
Julio Lagos	16,3%	25,56%
Julio Dittborn	7,1%	10,48%

¿Por qué pasó esto? El sondeo subestimó en 6 puntos la votación de Julio Lagos (RN). Le dio un 16,3%; obtuvo, en realidad, un 25,56%. Si a la cifra de Adimark le sumamos su error del 3%, nos queda sólo 19,3%. Ése era su intervalo superior.

Por otro lado, sobrestimó el resultado de Sergio Bitar (PPD). Le asignó un 47,8%, en circunstancias que sólo logró un 39,46%. Es decir, según el *exit poll*, su mínimo debió ser 44,8%.

Pasó lo mismo en la votación para elegir senador por la 3ª región.

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Ricardo Núñez	28,3%	29,58%
Sergio Carrasco	29,3%	26,49%
Ignacio Pérez W.	15,4%	21,65%
Alejandro González	10,2%	13,40%

Según Adimark, Ricardo Núñez (PS) obtuvo: 28,3% - Sergio Carrasco: 29,3%. Con Núñez acertó, pero Carrasco logró, según el “Ministerio del Interior”, un 26,49%. Es decir, el *exit poll* lo sobreestimó, como estando sobre Núñez.

Pero, además, aseguró que Ignacio Pérez Walker (RN) tendría un 15,4% de los votos. Cifra final: 21,64%. El intervalo superior de la encuesta le daba sólo un 18,4%. Gran problema gran: los conductores del programa nuevamente asumieron al *exit poll* como una verdad absoluta y no dudaron en divulgar el resultado a la teleaudiencia como que la “Concertación” doblaba a la alianza de derecha. Pero, en realidad, la primera tuvo, sumando, 56,07%. La segunda, 35,05% que, multiplicado por 2, da 70%. Lo peor: los periodistas se aventuraron a entrevistar, ante los ojos del país, a los candidatos que ellos dieron por vencedores y perdedores, pero que finalmente no lo fueron. Lo hecho derivó en la frase de Pérez Walker de que “se trató de un gran fracaso de Adimark”.

Otro de los grandes errores estuvo en la votación senatorial de la V Región Costa.

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Laura Soto	24,7%	29,12%
Juan Hamilton	37,2%	29,92%
Beltrán Urenda	20,2%	30,02%
Eduardo Parra	2,0%	4,63%
Luis Corvalán	4,4%	4,68%

Mirando la tabla, es posible notar que a Juan Hamilton (DC) se lo sobrestimó, porque su intervalo inferior le entregaba un 34,2%. En realidad, obtuvo un resultado 5 puntos porcentuales menor. A Beltrán Urenda (RN), en cambio, lo subestimó en 7 puntos. Según la encuesta, sólo podía llegar a 23,2%. Además, dio menos porcentaje a Laura Soto (PPD). El intervalo superior le asignaba 27,7%, pero finalmente logró 2 puntos más.

Nuevamente, el programa dedujo públicamente que la “Concertación” doblaba. La verdad es que, sumando las cifras del “Ministerio del Interior”, tenía 59,04%. Sus oponentes sumaban un 34,65% que, multiplicado por 2, daba 69,3% y no 59,04%. Es decir, no alcanzaba la alianza de gobierno a doblar.

El desenlace fue, por decir lo menos, dramático; “Canal 7” mandó periodistas para que entrevistaran a la supuesta candidata ganadora (porque, como doblaba la “Concertación”, Laura Soto ocuparía un cupo senatorial) y al presunto candidato perdedor, Beltrán Urenda. La imagen quedó grabada en la mente de los chilenos; a eso de las 5:30 de la tarde, este último sale en bata de levantar a dar la cara ante la prensa por su derrota. Le hacen una serie de preguntas que dan por hecho el fracaso de su campaña, pero Urenda terminó ganando un cupo.

Laura Soto perdió el suyo.

Para las elecciones de diputados, el *exit poll* se concentró en 4 distritos: La Florida (distrito 26), Valparaíso (distrito 14), Concepción (distrito 44) y Santiago Centro (distrito 22). En las 4 estimaciones es posible encontrar errores. Hubo una quinta que sí fue acertada.

Por ejemplo, en Santiago Centro se repitieron los casos anteriores en que se daba por ganadora a la “Concertación” al supuestamente doblar a la otra alianza. Se dijo que Alberto Cardemil había obtenido 8 puntos menos de los que realmente logró. Una vez más, se entrevistó a un miembro del conglomerado oficialista, en ese caso Jorge Schaulson, quien dijo, por televisión, “se trata de un hecho histórico” por la nunca antes vista alta votación de la alianza de gobierno.

En La Florida también se registraron fallas.

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Carlos Montes	33,1%	32.64%
Mariana Aylwin	39,2%	32,91%
Gustavo Alessandri	16,3%	27,05%
Enrique Schilling	0,6%	1,83%

Es posible constatar que se le dieron a Mariana Aylwin 6 puntos más de lo que se debía. Su intervalo inferior, además, llegaba a 36,2%. Con Gustavo Alessandri ocurrió lo contrario. Fue subestimado, porque su intervalo superior le pronosticaba sólo un 19,3%.

En la estimación para el distrito de Valparaíso, Adimark afirmó otra vez que la “Concertación” había doblado.

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Aldo Cornejo	43,3%	41,69%
Jorge Molina	11,5%	11,18%
Francisco Bartolucci	19,8%	29,18%
A. Guerra	2,4%	5,54%
A. Neuman	7,6%	9,80%

El problema: Francisco Bartolucci aparecía con casi 10 puntos porcentuales menos de los que realmente consiguió. Su intervalo superior, según la encuesta, no superaba el 22,8%. Al atenerse uno a Adimark se observa que Cornejo y Molina sumaban 54,8%, mientras que Bartolucci con Guerra, 22,2%. Con las cifras del “Ministerio del Interior”, en cambio, los 2 primeros ya mencionados suman 52,87% y los 2 segundos, 34,72%. Esto, multiplicado por 2, es igual a 69,42%. En otras palabras, la alianza de gobierno no lograba doblar.

Por último, en Concepción:

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
José Miguel Ortiz	36,4%	33,29%
José A. Viera Gallo	30,5%	31,02%
Sergio Arteaga	14,5%	19,65%
Sotomayor	7,1%	9,46%

Salta a la vista que ni el resultado de Ortiz, ni el de Arteaga estaban incluidos en los intervalos de confianza del *exit poll*. En el primer caso, el intervalo inferior daba 33,4%; en el segundo, el margen superior llegaba hasta 17,5%.

El único caso donde Adimark y el programa adoptaron una actitud correcta fue el del distrito 23, correspondiente a Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea. No sólo porque los resultados del sondeo acertaron, sino porque, además, se advirtió al público que no era posible asegurar quiénes serían los ganadores.

	ADIMARK	MINISTERIO INTERIOR
Eliana Caraball	30,1%	28,09%
J. Aedo	4,1%	3,82%
Carlos Bombal	32,1%	34,88%
Andrés Allamand	30,3%	31,17%

Aunque el *exit poll* logró un porcentaje no despreciable de aciertos, porque sus intervalos sí incluyeron a la cifra final, se registró otro porcentaje también considerable de errores. Un método como el *exit poll*, basado en un sistema estadístico y de encuesta, no puede “consolarse” por sus aciertos. La metodología, para todo investigador, debe tener un alto grado de precisión – con su consiguiente número pequeño de fallas – si pretende predecir una votación y, más aún, expandirla al universo.

Si nos atenemos estrictamente a esta exigencia, que es fundamental para todo *survey*, entonces la experiencia de Adimark con “Televisión Nacional” fue un fracaso. Fracaso que se vio acentuado por la difusión a gran parte del país de una serie de entrevistas a candidatos que fueron considerados vencedores o derrotados y que, al finalizar la jornada, terminaron en posición opuesta.

* MORALEJA

Lo ocurrido dejó una lección: Adimark no pretende volver a utilizar el método en estas elecciones presidenciales de 1999. Y tal vez nunca, hasta que el sistema sea estudiado y se lo reformule para que tenga un mínimo de confiabilidad.

La empresa, hoy día, reconoce su falla: se dejó llevar por la euforia del momento y accedió a la solicitud de “Televisión Nacional” de implementar el *exit poll* para la votación de 1993. Seis años después, tiene claro que el gran error de este sondeo es que no utiliza una muestra probabilística. A su modo de ver, no es científico asignarle a un encuestador – que debía pararse a la salida de las urnas – un número equis de entrevistados, porque se encuentra con el problema de la “no respuesta”. Su única salida es reemplazar a la persona que no responde por alguna otra que sí lo hace hasta completar las 50 entrevistas, por ejemplo.

El sistema exige rapidez y, sin embargo, muchos encuestadores se toparon, en varias oportunidades, con lo que se llama “espiral de silencio”. El votante que tiene la expectativa o siente que el candidato por el que optó va a perder, no contesta; el que, por el contrario, cree que su opción va a ganar, sí responde. Es algo que, en otras circunstancias, podría resolverse e, incluso, convertirse en un factor para interpretar el resultado.

Pero el *exit poll*, además, adolece de otra falla: permite sólo una pregunta. Esto lleva a situaciones en las que, por ejemplo, el encuestador recibe como réplica “no quiero decirle por cuál candidato voté, porque no sé si va a ganar”. Ésa es una no respuesta. Sin embargo, si fuera acompañada por otras respuestas, el investigador sería capaz de interpretar su elección.

Un detalle importante es que, en forma simultánea, se implementó el sondeo por “escrutinio de mesas”. Se utilizaron los mismos lugares y mesas que en el *exit poll*, pero la muestra se diseñó en forma probabilística. La selección incluyó mesas de todo el país, con distintas etapas (comunidades, regiones, manzanas), donde cada una tuvo una probabilidad segura e igual de ser elegida. El conteo de los votos, eso sí, permitió mayor grado de exactitud, porque no tuvo que lidiar con la “no respuesta”. El resultado se limitaba a “candidato equis”, nulo o blanco.

El nivel de precisión, según Adimark, fue altísimo. En buena parte de los casos, la predicción distaba de la cifra real en menos de 1 punto porcentual. Sin embargo, los resultados de este método no fueron difundidos. “Canal 7”, desalentado por el fracaso del *exit poll*, decidió no darla a conocer ese mismo día. No lo hizo posteriormente.

* CULPAS REPARTIDAS

Aunque aún no está comprobado empíricamente que difundir los resultados de una encuesta con demasiada antelación influye sobre la votación de personas que todavía no sufragan (como si lo está en Estados Unidos por la diferencia horaria entre este y oeste), hubo protestas a raíz de la divulgación del *exit poll* por parte de “Televisión Nacional”.

El resultado se dio a conocer a eso de las 5 de la tarde, lo que produjo molestia en el comando de Arturo Alessandri, por ejemplo, y en el “Partido Comunista”. Porque en ese momento, las mesas de votación todavía no habían cerrado. Es un tema a considerar.

Un segundo aspecto es que, hasta la fecha, Adimark no ha publicado ningún estudio que explique por qué el sondeo fue incorrecto. Sabe perfectamente que el método es fallido, pero ni la opinión pública, ni los medios y ni siquiera los especializados en estadística conocen la razón. Sí aclaró los detalles más comunes, como el tamaño de la muestra: 29 mil encuestados, además que el proceso de entrevista se cerró al mediodía y que el error muestral estimado era de (+/-) 3%. Esto sólo para la elección presidencial. El margen de error no asegura mucha precisión, porque, en rigor, ninguna muestra que no es probabilística lo tiene. El error se calcula sólo para esta última.

El otro problema que presenta el *exit poll* es que las entrevistas terminan al mediodía. Los datos, entonces, corresponden a una porción de los votantes que sufraga temprano y es a partir de ese grupo que se generaliza para toda la población. No obstante, quedan fuera todos aquellos electores que concurren a las urnas en las horas posteriores. Por lo tanto, el resultado del sondeo no refleja bien al universo de sufragantes. La muestra claramente no es probabilística porque deja sin posibilidades de emitir su respuesta a un importante sector de la totalidad.

Y lo peor: no se ha comprobado si el grupo que concurre a votar en las primeras horas de abierta la mesa tiene las mismas características socio-políticas o preferencias electorales parecidas al conjunto que asiste a sufragar en las últimas horas, que es cuando ya no se está llevando a cabo el *exit poll*. En otros países, varias investigaciones han demostrado que sí existirían tales diferencias de cualidades sociales y de predilección electoral entre quienes van más temprano y más tarde a las mesas de votación. Por lo tanto, ¿cómo se explica que se utilice el primer grupo para describir el universo? Si un *exit poll* quisiera ser certero, su totalidad debiera ser “los votantes de tal hora a tal hora”.

O, como propone el investigador Gustavo Martínez, habría sido más útil realizar el *exit poll* en dos etapas: una durante la mañana (hasta el mediodía) y, la otra, desde ese límite hasta la hora de cierre. Así se habría podido comparar los grupos y determinar si efectivamente existen diferencias en las características de ambos.

Pero la otra culpa a la que quiere hacer referencia con mayor énfasis el presente trabajo es la de los medios de comunicación que accedieron a utilizar este método. Porque lo que involucró este fracaso fue en desmedro de la credibilidad de estos canales ante la opinión pública, por lo menos en lo que a resultados electorales se refiere.

Los telespectadores poco saben de lo que ya hemos hablado; sólo ven que las cifras anticipadas por las estaciones televisivas con “bombos y platillos” no fueron muy acertadas. Si hay algo que tenemos claro es que para las elecciones presidenciales de este año 1999 la posibilidad de que los canales vuelvan a recurrir al *exit poll* es mínima. Pero lo hecho, hecho está.

Y he aquí la gran lección, porque 1993 no era la primera vez que se utilizaba en Chile este sistema de predicción de resultados. Tampoco era nuevo en el mundo. De hecho, se exportó a nuestro país de otras naciones donde ya

había sido usado varias veces. **Pero nadie, ningún periodista de los medios, se tomó la molestia de verificar el éxito del método en esas otras experiencias.**

El primer *exit poll* que se llevó a cabo en Chile estuvo a cargo de una entidad privada y fue encomendado por la “Concertación” para el Plebiscito de 1988. Sus resultados, en términos predictivos, dejaron mucho que desear.

Nadie investigó más allá para la elección del '93. Le tocó a Patricia Pollitzer - directora de prensa de entonces - dar la cara y la explicación que dio es que a TVN le aseguraron que el sistema no fallaba. Citando la memoria de Paulina Naudon, de la “Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile”, las palabras de la ejecutiva fueron: “El problema fue que jamás pensamos que el *exit poll* iba a ser incorrecto porque Roberto Méndez, director de Adimark, nos aseguró que los resultados eran infalibles. Reconozco que fuimos un tanto ingenuos, pero para nada hubo una falta a la ética”.

Adimark, por su lado, afirma que fue ese medio el que insistió en utilizarlo y que fue por eso que algunos investigadores de la empresa recurrieron al Grupo Apoyo del Perú para que los entrenara.

El asunto es que “Televisión Nacional” debió haber previsto o, por lo menos, indagado, si Méndez (que era nuevo en el tema) era **la** autoridad absoluta como para fiarse de la metodología. Un periodista que “algo” sabe de muestras, que además tenía ante sí la oportunidad de conocer antes la forma en que se realiza un *exit poll*, habría podido detectar las faltas en el sistema.

Su primera obligación debió haber sido aclarar que, como toda encuesta, el *exit poll* tenía un cierto grado de “inexactitud” y no promoverla como la “verdad” antes del conteo. **Toda inferencia que se logra por medio de una muestra no da certeza total.** Por lo demás, esta metodología no permite corroborar si lo que dice una persona respecto a por quién votó es lo realmente sufragó. El *exit poll*,

como lo asegura Gustavo Martínez, no puede traducirse como “encuestas de voto emitido a la salida de la urna”, sino que debiera llamarse “encuestas sobre voto declarado a la salida de urnas”.³

La segunda obligación: haber revisado la historia del *exit poll* en otros países. Los expertos más connotados a nivel internacional, en lo que se refiere a encuestas, aceptan hoy día que la técnica necesita mejorarse. Ninguno, ni George Gallup, ni Louis Harris, ni Warren Mitofsky, han salido todavía en defensa pública de este método. De hecho, en Estados Unidos, la mayoría de los canales de televisión no se arriesgan a utilizarlo, por mucha antelación que ofrezca. Mitofsky, que trabaja a veces con CBS, prefiere no salir primero anunciando resultados para así lograr una mayor exactitud en sus cifras. Su opción ha terminado siendo la mejor porque, por lo general, acierta en casi todos los casos.

Y el director de noticias de CBS, William Leonard, ha sido, además, lo suficientemente prudente como para respetar esa alternativa. En 1967, por ejemplo, cuando la cadena televisiva decidió utilizar el *exit poll* para difundirlo al aire, Leonard se acercó a Mitofsky días antes para decirle que prefería que los resultados se demoraran a que fueran incorrectos. Ni hablar de posibles entrevistas a candidatos supuestamente ganadores o perdedores, como se hizo aquí en 1993.

Si los periodistas que iban a difundir e interpretar los resultados de este *pollster* en las elecciones del '93 se hubiesen adentrado más en el tema, se habrían encontrado con que en Estados Unidos no sólo se debate la efectividad de esta metodología, sino que, incluso, hay estados que prohíben expresamente su utilización.

Las experiencias en otros países con el *exit poll* nos obliga a abordar la materia en otro capítulo, porque básicamente, el sistema opera con “muestras por

³ Revista “Política”, Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile, volumen 34, otoño 1996; p. 68

cuotas”. El tema es discutido a nivel de estadísticos, que aluden a una serie de evidencias de que el muestreo por cuotas no es efectivo. Sigamos entonces...

III.- ¿QUÉ FALLA CON EL MUESTREO DE CUOTAS?

Supongamos que existe un periodista que sabe un poco más que sus colegas de procedimientos estadísticos y encuestas. Que ha leído la prensa del último tiempo y que, cuando se ha topado con artículos sobre el tema, se detiene en ellos y los revisa. Por ejemplo, un artículo del 12 de diciembre de 1998 en el vespertino “La Hora” de nombre “Resultados Cuestionan la Validez de las Encuestas”; o una entrevista que Raquel Correa le hizo a 2 prestigiosos investigadores chilenos en el diario “El Mercurio” el 30 de abril del '95; o la crítica, en ese mismo periódico, de 2 entendidos en la materia el día 23 de julio de 1995. Hay varios más.

En el escenario que planteamos, de un periodista que conoce más en profundidad el tema de la estadística y que ha revisado artículos en los que se debate algún sondeo o estudio, este profesional notaría que en esos debates casi siempre existe también una discusión acerca de qué tipo de muestra es la mejor. Por un lado está la tradicional “muestra probabilística”, que se usa desde hace mucho y con éxito comprobado. Por otro, está el “muestreo de cuotas”, un sistema novedoso, que ahorra tiempo y costos, aunque sin una comprobación científica de su efectividad. La discusión sobre cuál es más fiable sigue hasta el día de hoy, pero la primera muestra tiene una tremenda ventaja sobre la otra; se la puede llamar “absolutamente confiable”, porque ha sido sometida a todo tipo de pruebas y ha demostrado un alto grado de certeza y de representatividad del universo.

El segundo tipo de muestra, en cambio, por ser más reciente, todavía no pasa ese límite de aceptación. Es aquí donde apuntamos y unimos la idea al capítulo anterior: EL *exit poll* no permite utilizar una muestra probabilística, sino

una de cuotas. Como esta última no puede afirmar que es infalible, los profesionales que usaron ese “pollster” debieron haber tomado algunas precauciones, como advertir al público que los resultados no iban a ser tan certeros. Y eso es justamente lo que no se hizo.

La premisa, entonces, es que el *exit poll* sólo puede usar una “muestra por cuotas”, porque su rapidez le impide ser profundo. Nuevamente, habría le habría bastado a los profesionales de medios indagar en experiencias extranjeras para saber que el *exit poll* hay que manejarlo "con pinzas".

Por ejemplo, el desastre en que terminó la encuesta de la revista norteamericana “*Literary Digest*” para las elecciones presidenciales de 1936. La publicación había optado hasta entonces por sondeos con “muestras probabilísticas” y sus pronósticos habían resultado correctos: predijo bien a los ganadores de las presidenciales de 1920, 1924, 1928 y 1932. Pero cuatro años más tarde, decidió usar una “muestra intencional” que incluyó a más de dos millones de personas. Este último dato hacía aparecer a la encuesta como altamente certera por la gran cantidad de encuestados. La muestra, no obstante, se obtuvo de directorios telefónicos y de listas de dueños de automóviles. Craso error, porque limitó el subconjunto a votantes con alto status socioeconómico.

Resultado: la “*Literary Digest*” predijo que Alf Landon iba a ganarle a Theodore Roosevelt por un 57% contra un 43% del voto popular. Sucedió al revés: la victoria fue de Roosevelt con el 61% de los sufragios. En ese momento, el editorial de la revista adjudicó el error a que los electores del Partido Demócrata no hacían el esfuerzo de mandar sus respuestas por correo, a diferencia de los votantes del Partido Republicano.

Otro ejemplo: George Gallup, uno de los “padres” de las encuestas, había logrado muy buenos pronósticos en las elecciones de 1936, 1940 y 1944. En 1948, sin embargo, optó por la “muestra de cuotas” y aseguró que Thomas Dewey

vencería a Harry Truman. No pasó así. Gallup se excusó diciendo que el censo de habitantes de 1940 que él utilizó estaba un poco obsoleto por los grandes cambios que habían afectado a la sociedad estadounidense. Además, afirmó que su sondeo lo había realizado un mes antes de los comicios y que en ese período el apoyo a Truman creció tanto que el desenlace fue distinto al que se preveía 30 días antes. Tuvieron que pasar varios años para que Gallup reconociera que su error estuvo en haber preferido una “muestra de cuotas”.

Tercer ejemplo: el de Gran Bretaña, con las elecciones parlamentarias de abril de 1992. Varios institutos de investigación, que utilizaron muestreo de cuota, fracasaron en pronosticar el triunfo de los conservadores. Éstos superaron a los laboristas por un margen amplio de 7%. Fueron 54 estudios preelectorales, realizados durante el mes previo a los comicios y hasta 48 horas antes de éstos. Los sondeos se hicieron con muestras por cuotas y con otras de interceptación callejera.

IV.- MUESTRA PROBABILÍSTICA

Se hace necesario aquí aclarar la esencia de una “muestra probabilística”, lo que denota de inmediato por qué resulta más efectiva que la otra ya mencionada.

Muy pocas veces un investigador puede medir a todo un universo, porque éste es tan extenso que se requeriría de muchos medios y recursos para hacerlo. La estadística entendió hace tiempo que el intento es, además, poco útil, porque para eso existe un método científico que permite inflactar los resultados para una totalidad. El investigador elige, por lo tanto, un porcentaje de la población, con elementos que pertenecen a esta última. La idea: que la muestra sea un reflejo fiel del conjunto de la población; es decir, que sea representativa.

En la “muestra probabilística”, como ya se dijo, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos. La selección se hace, primero, definiendo las características de la población, después, determinando el tamaño de la muestra y, por último, eligiendo los componentes de ese grupo en forma aleatoria o mecánica. Por ejemplo, como se hace en un sorteo de la lotería. Se mezclan los dígitos mecánicamente hasta formar un número de una cierta extensión. También hay otras maneras como pueden ser los números Random (especie de ruleta electrónica), los listados, desde los cuales se extraen – mediante una fórmula matemática – las unidades de análisis.

Apliquemos lo anterior a un caso real: una investigación que busca saber cuántos niños fueron vacunados y cuántos no en un cierto período. También quiere establecer si algunas variables, como el nivel socioeconómico, lugar donde se vive, grado de educación, influyen sobre la decisión y motivación de vacunar al niño. Se hizo una muestra probabilística nacional con mil 600 personas. Con los datos obtenidos se formuló una estrategia de vacunación y, además, se elaboraron mensajes para persuadir a la gente de que vacunara lo antes posible a los niños.

El parámetro poblacional era “todas las familias en territorio mejicano donde hay uno o más niños en edad de vacunación”. Para poder asociar variables con el fin de tomar decisiones estratégicas destinadas a influir sobre la población, se realizó una investigación por encuestas, donde la muestra era “probabilística”. De esta manera, se aseguró que los resultados pudieran ser generalizados al universo, logrando, además, precisar el grado de error en esta inflectación. ⁴

De hecho, la gran ventaja de este tipo de muestras está en que su diseño hace posible medir el tamaño del error en las predicciones. El principal objetivo del investigador es reducir al mínimo el error, conocido también como “error estándar”.

⁴ Metodología de la Investigación, Hdez., Fdez. y Baptista, Ed. McGraw Hill, México, 1991.

Cada uno de los pasos para formar una muestra probabilística tiene un respaldo matemático.

V.- MUESTRA NO-PROBABILÍSTICA

¿Qué pasa con este tipo de muestras? La elección de los elementos no depende de la probabilidad, no es un procedimiento mecánico, sino que está directamente relacionada con el proceso de toma de decisiones de una persona o grupo de personas. Como la muestra queda seleccionada por determinaciones subjetivas, corre el gran riesgo de ser sesgada. El que se opte por uno u otro tipo de subconjunto depende de los objetivos que quiera alcanzar el estudio.

La muestra por cuotas resulta adecuada, por ejemplo, en la siguiente investigación: su objetivo es saber sobre inmigrantes extranjeros en México. Más en detalle, pretende documentar las experiencias de viaje, de vida y de trabajo de esta gente. Se eligió, entonces, una muestra de personas extranjeras que llegaron a ese país entre los años 1900 y 1960 por distintas razones (económicas, políticas u otros motivos, pero no esperados). Se llegó a esos inmigrantes a través de sus conocidos, de instituciones de asilo o, simplemente, de referencias. Así, la muestra quedó conformada por 40 individuos; se les aplicaron entrevistas semi-estructuradas donde los sujetos hablaron libremente.

Esta investigación no permite ser concluyentes. No puede alguien generalizar que todos los italianos que llegaron a México en tal período lo hicieron porque huían de la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo. Más bien, consigue documentar experiencias que servirían, recién, de base para un estudio más preciso. Contribuye con hipótesis y datos.

En otro caso, una investigación quiso medir si los contenidos violentos en la televisión son capaces de generar conductas agresivas en los niños. La muestra la constituyeron 60 niños de 5 años, pertenecientes a un colegio X, con igual nivel

socioeconómico e inteligencia. Luego se dividió en 2 grupos sujetos a condiciones distintas. 30 niños verían “dibujos animados” con mensajes positivos, como *Heidi*, y otros 30 observarían caricaturas muy violentas. Inmediatamente después de la exposición, los menores del segundo conjunto debían pasar a una sala de juegos donde serían observados en sus conductas, para ver si eran violentas o sociables.

Los resultados de un estudio como éste no pueden extenderse a toda la población, por mucho que se asigne a los niños en forma aleatoria para que vayan a parar a tal o cual grupo. Puede que ayude a aislar, en un contexto de causa-efecto, una variable (que hay niños que después de ver dibujos animados violentos se comportan agresivamente), pero no permite decir que esa variable rige para todos los niños de un país. Máximo, haría posible decir que la variable está presente en menores de tales características. La muestra resultó ser dirigida, porque no se seleccionaron sus elementos aleatoriamente, aunque el proceso para ingresarlos a uno de los dos grupos sí lo fue.

En el fondo, las muestras no-probabilísticas implican un proceso de selección que es un tanto arbitrario. Sin embargo, nos encontramos muchas veces con que los resultados de investigaciones en que se ha utilizado este tipo de subconjunto se extienden para toda la población. Es un acto irresponsable, como si por probar una lechuga de una huerta extensa dijésemos que todas están buenas.

La gran desventaja de estas muestras es que no se puede establecer el grado de error; no sabemos cuán confiable es nuestra estimación. La razón: la estadística inferencial se basa en la “teoría de la probabilidad” y para probar los resultados hay que usar fórmulas como la “correlación”, la “regresión”, etc. Si éstas se aplican a una “muestra dirigida” valen sólo para esa muestra y no para toda la población. ¿Por qué? Porque la muestra no se basó en los parámetros del universo, ni consideró este último para seleccionar a los elementos. No se elige a las unidades de análisis sobre la base de que todas tuvieron, en algún momento,

la misma probabilidad de ser seleccionadas, sino de acuerdo a la decisión de un investigador(es).

El único ámbito en que este tipo de muestra tendría validez es cuando se quiere saber algo de un grupo determinado con ciertas características que se han especificado previamente al momento de plantear el problema. Podría decirse que el sistema por cuotas sirve para describir una muestra de la población, pero no a la totalidad. Sus resultados exigen que se diga explícitamente que representan a un cierto grupo del total y no a todo el universo.

Un último ejemplo: un muestreo de cuotas podría ser el método de los “sujetos voluntarios”, que se usa mucho en Medicina. Los individuos llegan de manera casual al investigador; no los selecciona por una vía mecánica y aleatoria, sino fortuita. El típico caso es un laboratorio que quiere controlar los efectos de un medicamento. También podría serlo un estudio sobre la motivación en los universitarios, donde el investigador acude a una clase e invita a los estudiantes a someterse a una prueba relacionada con el tema. Acuden, por supuesto, sólo los que aceptan. En el ejemplo del laboratorio, la única medida que debería tomarse es que los sujetos sean similares en características como la edad, el sexo, la inteligencia; pero los resultados no pueden inflactarse a toda la población con esas variables, sino sólo a quienes han sido sometidos a las mismas condiciones que las personas en estudio.

Hoy día existen quienes creen que el muestreo por cuotas es tan eficaz que podría utilizarse hasta en reemplazo de la muestra probabilística. Esto ha generado un intenso debate entre académicos e investigadores de empresas de encuestas. Tal vez el más reciente y disponible a la opinión pública es el *paper* de dos entendidos en el tema⁵, quienes rebaten cada uno de los puntos expuestos

⁵ “Muestreo Probabilístico y Muestreo de Cuotas en los Estudios Preelectorales y de Opinión Pública”, Revista “Política”, Instituto de Ciencia Política de la “U. de Chile”, volumen 36, 1998. Autor: Gustavo Martínez

por Marta Lagos y Carlos Huneeus, altos ejecutivos de MORI Y CERC, respectivamente, en entrevistas periodísticas⁶.

Los autores del *paper* hacen, primero, una crítica razonable a la manera como se difunden los resultados de las encuestas en nuestro país. Existe un “silencio” de parte de los investigadores en torno a detalles tan importantes como el diseño muestral que se empleó, qué preguntas se incluyeron en el instrumento de medición, cuán fácil resultó recolectar los datos o las tasas de no-respuesta que se obtuvieron. Los encargados de los sondeos podrían alegar que no hace falta divulgar estos datos, porque ningún medio los toma en cuenta o porque la opinión pública no es experta en la materia.

Sin embargo, esto ha llevado a que se difundan todo tipo de encuestas que terminan confundiendo al ciudadano común y corriente, porque no sabe cuál es más confiable. El precandidato presidencial de la DC, Andrés Zaldívar, argumenta que los sondeos son sólo “fotografías” de un momento en la sociedad, cada vez que los resultados lo muestran mucho más abajo que su contendor del PS-PPD-PRSD, Ricardo Lagos. Pero lo que él no explica, tal vez porque no se ha profundizado en el tema, es que muchos de esos estudios en realidad no son representativos, porque su método no es válido. Éste sería un argumento estupendo para esgrimir.

En Chile, la investigación con encuestas mediante muestreo – dice el *paper* aludido – está muy lejos de mostrar la calidad que se nota en otros países con instrumentos y conocimientos científicos más avanzados. Y es que aquí se utilizan como “pan de cada día” las muestras semi-probabilísticas, sin que nadie las cuestione en los mismos medios a través de los cuales esos sondeos son dados a conocer.

⁶ Por ejemplo, “El Mercurio”, domingo 30 de abril de 1995.

Los que financian o utilizan los estudios parecen no conocer las ventajas de las muestras probabilísticas por sobre las de cuotas. Resulta, a sus ojos, mucho más conveniente ahorrarse la experiencia y conocimientos estadísticos profundos que exigen los primeros sistemas y que, por lo demás, demandan más tiempo y recursos para recolectar los datos. Total, se queja el *paper*, el destinatario de la investigación no sabe distinguir entre “el rayo láser y el cuchillo carnicero para operar”. Además, no tienen que enfrentar cuestionamientos científicos a estos procedimientos porque las “denuncias” no se difunden.

Algo revelador: son muy pocos los investigadores que cuando defienden las muestras no-probabilísticas utilizadas por ellos en sus estudios por encuestas, afirman que ese sistema tiene una base científica firme. La excepción han sido Marta Lagos y Carlos Huneeus, situación que veremos enseguida.

De hecho, aún no se conocen defensas públicas, en ámbitos ligados al tema, de la fundamentación científica del muestreo por cuotas. En las revistas de estadística más prestigiosas, como el “*Journal of the American Statistical Association*” o el “*Journal of the Royal Statistical Society*” no han aparecido artículos con argumentos respecto a una posible superioridad de este tipo de muestras sobre las probabilísticas. El “Centro de Investigaciones Sociológicas de Madrid”, que sí utiliza sistemas no-probabilísticos, admite que lo hace porque implican menores costos y mayor rapidez, pero no avalan su calidad o capacidad de dar resultados precisos. Uno de los miembros de esta entidad, Jacinto Rodríguez, afirma que usando el muestreo por cuotas no se pueden hacer estimaciones rigurosas con medición de errores y de intervalos de confianza. Y agrega que cuando hay que realizar encuestas estatales o aquéllas que van a servir de base para decisiones relevantes, es mejor recurrir a las muestras probabilísticas, por mucho que signifiquen tiempo y gastos. “Es la garantía para poder medir el grado de precisión de las estimaciones”, dice.

VI.- EL DEBATE

- Huneus sostiene que quienes afirman que el muestreo probabilístico es más científico no conocen el desarrollo que el estudio por encuestas ha tenido en los últimos 20 años. La periodista Raquel Correa le contraargumenta que los norteamericanos, más avanzados en conocimientos científicos y, por supuesto, estadísticos, siguen prefiriendo el método probabilístico. A lo que Huneus responde: “ellos cuentan con un sistema de información perfecto. Las personas están listadas en un directorio que se actualiza mes a mes”. Si Chile tuviera una lista como ésta, sigue el entrevistado, no se usaría jamás el muestreo por cuotas.

Lo que nos quiere decir, en el fondo, es que porque nuestro país no cuenta con semejante listado no se puede acudir a un sistema más sofisticado. ¿No sería mejor perfeccionar la lista que optar por un método menos engorroso, pero a la vez menos profundo? Porque Huneus admite que si se contara con ese “censo” se podrían dejar de lado las muestras por cuotas. Con esto, esa metodología adquiere un carácter desechable; su permanencia en los estudios chilenos no se debería, entonces, a que es mejor en términos científicos.

- Otra de las afirmaciones de Huneus es que el único mérito que tiene una muestra probabilística es que se puede calcular el error estándar. **Que es la esencia de todo estudio por sondeos: si no se puede determinar el margen de error, entonces las encuestas estarían obligadas a acertar el resultado.** Es gracias a los intervalos de confianza de las estimaciones que una investigación puede decir que sus pronósticos fueron certeros.

Más aún, en la mayoría de trabajos donde se ha utilizado el sistema no-probabilístico, los realizadores tienden a dar un margen de error. El *exit poll* ya analizado en el capítulo anterior, a pesar de que utilizó una muestra por

cuotas, aseguró tener un error del 3% para las predicciones presidenciales. Marta Lagos, señala el *paper*, da a conocer frecuentemente sus resultados acompañándolos del probable margen de error que tendrían si la muestra hubiese sido probabilística. ¿Para qué se toma la molestia, si el dato es accesorio? El ejemplo de los autores lo resume todo: “es como decir que si un ciego tuviese visión, entonces podría ver lo maravilloso de los colores”.⁷

- Ante la afirmación “el muestreo probabilístico sería un procedimiento del siglo 19 y estaría obsoleto”, existe evidencia de que esto no es correcto. De hecho, señala el *paper*, en ese período se usaban muestras “dirigidas” o “intencionales” y entre ellas está la de cuotas. El sistema probabilístico nace recién en 1934, siglo 20, gracias al estadístico polaco Jerzy Neyman. Al principio le cuestionaron que él propusiera trabajar en base a probabilidades, pero finalmente quedó comprobada la mayor precisión de esta metodología que permite trabajar con fórmulas matemático-estadísticas, por ejemplo, para determinar el diseño de la muestra y el error estándar. El muestreo por cuotas, en cambio, no puede utilizarlas.
- Otra afirmación que rescatan los autores: “el muestreo probabilístico sería obsoleto y engorroso”. ¿Engorroso para quién? Porque el estudio por sondeos no puede estar a cargo de cualquiera, sino de un experto capaz de dominar la estadística y de diseñar una muestra.
- La novena afirmación analizada señala que, en definitiva, ningún diseño muestral sería probabilístico, porque tienden a reemplazar a los entrevistados que no están o que no quieren cooperar con respuestas. Basta saber un poco de estadística para tomar conciencia de que esto es una mala práctica. Jamás, en un estudio con muestras probabilísticas, debe el investigador sustituir las unidades de análisis.

⁷ “Muestreo Probabilístico y Muestreo de Cuotas en los Estudios Preelectorales y de Opinión Pública”, Revista “Política”, volumen 36, 1998.

Por supuesto que hay muchos encuestadores que, por el temor de no alcanzar una cifra equis de entrevistados, terminan sondeando a otros de características similares para suplir los que no se encontraban o no quisieron contestar. Por ejemplo, sería tremendamente incorrecto llegar a un hogar y al constatar que está deshabitado, se caminen unos pasos más en la misma manzana o barrio y se elija una casa que sí tenga habitantes. Porque nadie puede asegurar que 2 viviendas con características tan distintas – en una hay gente y en la otra no – sean parecidas en términos de las variables en estudio.

Supongamos que un investigador quiere determinar el grado de interés de los habitantes de cierto sector por la comuna a la que ese sector pertenece. Podría ocurrir que los ocupantes de una casa determinada pasen la mayor parte del tiempo en sus lugares de trabajo; llegan de noche a su hogar y se enteran muy poco de lo que pasa en la comuna. Si el encuestador decide reemplazarlos por una familia vecina que sí pasa gran parte del tiempo en su vivienda, introduce un sesgo en el estudio, porque ambos grupos son totalmente distintos en cuanto a una característica fundamental.

* ACLARACIÓN

Llegado este punto, es necesario hacer una aclaración. Los argumentos expuestos sobre la superioridad científica de la muestra probabilística por sobre la de cuotas no han logrado, a nivel de estadísticos, zanjar la postura de algunos expertos que se autodenominan "vanguardistas". Son aquellos entendidos que han viajado mucho y han observado el tema en otros países. En naciones como Estados Unidos, las dos alternativas funcionan bien, aplicadas cada una a realidades determinadas.

Al volver a Chile, estos expertos - por ejemplo, los directores de "Fundación Futuro" o de la empresa MORI - han estudiado casos donde el muestreo por

cuotas ha entregado más aciertos que errores. Se han aventurado, luego, a afirmar que es porque el método realmente funciona y que, por ende, tiene validez. Sin embargo, sus aseveraciones - en general acompañadas de explicaciones complejas - se mantienen por un lapso en el debate público y académico, pero después desaparecen. Queda la sensación en el mundo estadístico partidario de las muestras probabilísticas que no hay esfuerzos por estudiar más a fondo las razones de los aciertos, en casos determinados, del muestreo por cuotas. Echan de menos informes más acabados, con justificaciones científicas o empíricas de que aquí no ha habido "golpes de suerte".

El debate, por ende, entre quienes son partidarios o detractores de ambas alternativas sigue. Este trabajo ha optado por sumarse a la defensa de la muestra probabilística porque esta metodología es más antigua, su éxito ya probado, y porque, a pesar de que representa un mayor costo y tiempo para el investigador, tiene validez. El cuoteo, para quienes prefieren este sistema, se ha vuelto una opción porque implica menores gastos y recursos.

Pero no por eso debiera reemplazar a la probabilística. El muestreo por cuotas es naciente, se está instalando en Chile y todavía requiere de muchas más pruebas y experiencias. El sistema probabilístico es conceptualmente superior, pero, por lo visto, no ha logrado desplazar completamente al cuoteo. En suma, para validar este último, sería conveniente hacer un estudio de cómo le ha ido a sus resultados en distintas ocasiones, contrastándolos con los resultados de alguna elección, por ejemplo.

VII.- LA CONTIENDA INE v/s UNIVERSIDAD DE CHILE

Casi un mes duró la especie de "confrontación" generada a raíz de que se publicaron dos encuestas sobre desempleo en Chile a mediados de 1998. Una la dio a conocer el "Instituto Nacional de Estadísticas", organismo dependiente del

gobierno que se encarga de estudiar el tema por trimestres móviles y que luego hace pública la información. Ésta ha sido una de sus misiones ya tradicionales.

La otra la difundió la “Facultad de Economía” de la “Universidad de Chile”. En el primer caso, el estudio correspondió al trimestre julio-septiembre. En el segundo, la cifra tenía relación sólo al mes de septiembre.

La cesantía se volvió materia importante y centro de atención en nuestro país durante 1998 por la llamada crisis asiática. Las malas gestiones financieras de los principales bancos de Japón repercutieron en toda Asia y, finalmente, en otros continentes. Sus consecuencias llegaron, por ejemplo, a América Latina. Chile salió perjudicado, aunque no en gran escala, porque distintas naciones orientales se vieron en la obligación de dejar de importar productos chilenos.

Las caídas en las bolsas asiáticas también hicieron lo suyo en el mercado bursátil de Estados Unidos, el *Dow Jones*, que, a su vez, impactó a las bolsas latinoamericanas. Y en Chile, el IPSA – Índice de Precio Selectivo de Acciones - registró varias caídas a lo largo del último trimestre de 1997 y primer semestre de 1998.

En fin, nuestra economía, hasta esos momentos sólida y con un crecimiento extraordinariamente acelerado ya de años, comenzó a sufrir los efectos de la crisis financiera internacional. Las autoridades económicas tuvieron que tomar decisiones drásticas para evitar mayores consecuencias. Entre ellas, implementar una política monetaria y crediticia que lograra controlar la inflación, que frenara el gasto tanto público como privado y que impidiera un alza excesiva del dólar.

La medida adoptada para constreñir el gasto y así mantener controlada la inflación se concretó a través de un aumento en las tasas de interés – con el objetivo de fomentar el ahorro - y de la estabilidad del dólar. Pero, a la vez, se encarecieron los créditos de consumo y préstamo a pequeñas y medianas

empresas y hubo, por supuesto, una desaceleración de la actividad económica, porque las PYMES no estaban en condiciones de solicitar préstamos bancarios. De esta manera, muchas compañías dejaron de tener altos índices de productividad y de ventas, con lo que sobrevino una lógica reducción de personal, para así poder hacer frente a los costos.

En conclusión, cuando un gobierno opta por una determinada política económica – con estrategias destinadas a conseguir ciertos objetivos – se ve forzado a descartar otras políticas. La monetaria implicaba un cierto grado de desempleo.

El ajuste, como se le llamó, comenzó a operar a fines del primer semestre de 1998. Confiadas en los estudios que dicen que la cesantía tiende a producirse con seis meses de rezago desde que empieza a percibirse una desaceleración del ritmo del crecimiento económico, las autoridades esperaban índices altos de desocupación recién para el segundo trimestre de 1999. Porque, además, venía una pausa en verano: el factor “estacionalidad” genera puestos temporales de trabajo en ámbitos como la agricultura o por reemplazo de personal en vacaciones.

La sorpresa llegó a principios de noviembre del '98, cuando ya se conocían las dos encuestas de desempleo divulgadas por las entidades que ya hemos mencionado. La cifra del INE para el período julio-septiembre revelaba, para todo el país, un 6,8% de cesantía. En lo que se refiere a la Región Metropolitana, ésta era de 7,1%. Se constataba, así, una variación mínima con respecto al trimestre inmediatamente anterior (junio-agosto) y que alcanzaba el 0,1%.

Entonces, el director del instituto, Máximo Aguilera, esgrimió dos razones para tan escaso cambio. De partida, dijo, influyó fuertemente una baja en el ritmo de crecimiento de la fuerza de trabajo. En el transcurso de ese año, una cantidad no despreciable de mujeres y jóvenes se habían retirado del mercado laboral. De

hecho, un 0,5% de las primeras se retiró de la fuerza laboral. Un 9,6% de adolescentes entre 15 y 19 años dejó de buscar trabajo, mientras que un 3% de los jóvenes entre 19 y 24 años hizo lo mismo

El otro y más enfatizado motivo fue que el empleo informal urbano creció en forma considerable. De los 45 mil 714 nuevos puestos creados durante ese trimestre, 42 mil 786 correspondían a “pololos”, donde trabajadores realizaban alguna actividad por su cuenta. Este tipo de labores también se contabilizó dentro de la encuesta. La cifra indicaba que, en todo Chile, había 1 millón 400 mil personas que generaban auto empleo.

Aguilera, en todo caso, admitió que estos puestos eran considerados como sub empleos, por su menor calidad en comparación con los puestos de trabajo formal. Tienen niveles más bajos de productividad, de remuneraciones y mayor grado de inestabilidad. Además carecen de aportes previsionales y de salud. Sin embargo, la consideración fue sólo en términos cualitativos y no cuantitativos, porque esas personas, en las cifras, terminaron en los registros como “ocupadas”. Se atribuyeron al período de ajuste.

Las aguas, entonces, estaban calmas. El gobierno vio reforzada su teoría de que el desempleo no subiría hasta varios meses después.

El problema vino cuando, días después, salió a la luz pública el estudio de la “Facultad de Economía” de la “Universidad de Chile”. Sólo para el mes de septiembre, revelaba una tasa de cesantía del 11,1% para Santiago. ¡Cuatro dígitos más que lo asegurado por la encuesta del INE! Es decir, había 268 mil 800 personas sin ocupación alguna, 100 mil más que las establecidas por el organismo gubernamental.

De alguna manera, este contraste en los resultados de ambos sondeos terminó ocupando páginas importantes en la prensa escrita. Lo peor es que jamás debió existir tal comparación. Tuvo que pasar casi un mes para que algunos

diarios decidieran publicar una posible explicación a tamaña diferencia de cifras. En otras palabras, los medios prestaron parte de su valioso espacio para una contienda entre “peras” y “manzanas”, como se dice en nuestro país.

Sigamos con la historia: fue tanta la polémica que se generó, que el Ministro del Trabajo, Germán Molina, hizo un llamado el 5 de noviembre a las autoridades económicas para que aclararan el origen de las discrepancias en las cifras. “El Diario” fue hasta su oficina y le preguntó cuál de los dos estudios era más realista. No quiso responder y sólo dijo que la señal que la “Universidad de Chile” había entregado era inquietante. Afortunadamente no contestó, porque ambos sondeos no son comparables en términos metodológicos. Se necesitaría un estudio más profundo, visto desde una perspectiva sociológica, política y social, entre otras cosas, para determinar cuál es más válido.

Al día siguiente, el Ministro de Economía, Jorge Leiva, reconoció que “no es normal que exista una diferencia de 4 puntos porcentuales en las tasas de medición”. Y solicitó que se averiguara el porqué de tal distancia numérica. Comentó, además, que el Ministro de Hacienda, Eduardo Aninat, se puso en alerta al conocer las cifras de la “Universidad de Chile”, porque no correspondían a los cálculos econométricos de la cartera de Economía, de la cual depende el INE.

Otras reacciones: el presidente de la “Sociedad Nacional de Minería”, Hernán Hochschild, aseguró que el cálculo de la casa de estudios, a su juicio, reflejaba en forma más fidedigna la realidad. Y el timonel de la “Confederación de la Producción y el Comercio”, Walter Riesco, dijo que iban a iniciar un análisis profundo de las metodologías utilizadas por el INE y la “Universidad de Chile”. No quiso opinar sobre cuál encuesta le parecía más cercana a la realidad, tras lo cual insinuó que podría tratarse de una cifra intermedia.

Riesco dejó entrever en su respuesta lo que debió haberse hecho en un principio y que las autoridades no manifestaron. Una diferencia en la metodología

que, más que para la polémica generada, habría servido para considerar más a fondo el tema de la cesantía. Según el director subrogante del INE, Pedro Menéndez, a él también le causaron sorpresa los resultados de la casa de estudios. Aseguró confiar plenamente en los métodos utilizados por el instituto y dijo que no conocía los usados por la “Universidad de Chile”. Sin embargo, fuentes del gobierno confirmaron en esa época que hacía una semana que estaban en manos tanto del Banco Central, que encarga la muestra, como del “Ministerio de Hacienda” y del INE.

La polémica terminó en que el instituto creyó verse cuestionado en su metodología y hubo varios artículos en defensa de la entidad. Se dijo, en un momento, que el gobierno “ajustaba”, a través del INE, las cifras para que la opinión pública no se volviera contra sus medidas económicas. Porque si la cesantía se había realmente disparado, entonces la tesis de las autoridades de que ésta subiría recién a principios de 1999 era incorrecta y, por lo tanto, las medidas iban a llegar en forma tardía. El argumento nunca es descartable, pero si se hubiesen dado a conocer más temprano las diferencias metodológicas de ambos organismos, el debate se hubiera centrado en qué definición de “desempleado” es la que más conviene para adoptar programas y proyectos útiles, en vez de cuál es la cifra real de desocupación. Y sólo entonces se habría podido emitir un juicio respecto a si el Ejecutivo estaba yendo en la dirección correcta.

Porque, en este caso, cada cifra refleja un “algo” particular, por la diferencia en su definición de cesantía. De hecho, entre ambos sondeos hay diferencias radicales en términos de metodología. Veamos:

- Fuerza de Trabajo: la encuesta de la “Universidad de Chile” considera como población activa a los jubilados y a los jóvenes mayores de 14 años. Cuando un pensionado decide entrar al mercado laboral, la casa de estudio lo considera un cesante. El INE, en cambio, clasifica a los jubilados dentro de la población “inactiva”, así como a los jóvenes menores de 15 años.

- Definición de ocupado – cesante: **Este punto es clave**. Para el INE, una persona tiene ocupación si ha declarado que trabaja al menos una hora a la semana. Puede que el sujeto haya perdido su puesto permanente, pero si realiza alguna actividad de auto empleo o “pololo”, se le considera “empleado”. Por el contrario, la “Universidad de Chile” lleva a cabo 3 preguntas y una de ellas es si el encuestado se declara cesante u ocupado. Éste, a pesar de que tiene un “pololo” o trabaja más de una hora por semana, puede percibirse a sí mismo como desempleado, tal vez porque su actual empleo le parece poco aceptable o de menor calidad al que quizás perdió.
- Cobertura: el universo del INE es para la Región Metropolitana en su totalidad. Trabaja sobre una muestra representativa de hogares a nivel nacional y regional, tanto en el plano urbano como rural, sumando 34 mil 269 viviendas en el país. Renueva este radio de acción cada 18 meses. Sus resultados se extienden para la región ya mencionada y para todo el país. Por otro lado, la casa de estudios se limita a describir la tasa de cesantía sólo en el Gran Santiago. Tiene 4 muestras independientes, que dan estimaciones puntuales comparables. Cada trimestre, se actualiza un cuarto de la muestra y se incorporan nuevos habitantes.
- Metodología: el número de encuestas aplicado por el INE es el doble de las que realiza la “Universidad de Chile”. Como ya vimos, la concepción de cesantía es distinta y se obtiene de maneras diferentes. La pregunta de la casa de estudios – en realidad son 3 interrogantes - apunta a una auto definición de desocupado, mientras que la del instituto, a si ha trabajado más de una hora la semana anterior a la entrevista. Más aún, los sondeos del INE se hacen durante 3 meses; analiza una muestra de hogares a lo largo de un mes y promedia los datos con otros 2 meses, para llegar a una

información trimestral. La otra entidad capta la última semana de un mes determinado.

- Quiénes hacen la encuesta: el INE tiene empleados de planta que realizan los cuestionarios. Se le critica que, por su baja rotación, llegan a tener un mayor conocimiento de las personas que están en la muestra. Como esa muestra se cambia cada 18 meses, el entrevistador llega a saber más del sujeto. La casa de estudios, en cambio, prepara a universitarios, los va variando y, a juicio de ésta, “capturarían mejor las variaciones trimestre a trimestre”.
- Margen de error: en el INE, el margen de error es de 0,1%, mientras que en el sondeo de la universidad, éste alcanza el 0,25%.

Entonces, cada entidad tiene su propio método de medir la desocupación en Chile. La discusión, erróneamente, se centró en cuál de las cifras reflejaba mejor la realidad. El problema fue que debió haberse analizado y expuesto, de inmediato, la metodología utilizada por cada uno de los organismos. Existía un dato evidente: estos sistemas usados no son recientes, sino que tienen ya varios años de aplicación. La “Facultad de Economía” ha mantenido su método desde 1957, mientras que el INE lo modificó recientemente, pero permanece su esencia desde los años '70.

Sucedió que hasta ese momento, los parámetros de cobertura, las preguntas y la población definida en ambos sistemas mostraban, en general, una tendencia parecida. Esto para períodos de normalidad. Sin embargo, en tiempos de crisis, detalles como los ya nombrados suelen marcar una diferencia. Sobretudo si se trata de una situación donde las preocupaciones están centradas en los altos niveles de desempleo. No es lo mismo que en una encuesta se defina "cesante" a alguien que no tiene trabajo estable, que no tiene ingreso asegurado, que no sabe si obtendrá recursos para financiar sus gastos y los de su familia, que

considerar "desempleado" a alguien que ha trabajado más de una hora a la semana. No había comparación posible en términos de validez. Las autoridades no habrían tenido que encargar una investigación si algún medio escrito, radial o audiovisual hubiese dedicado un espacio para dar a conocer las diferencias metodológicas de las dos encuestas.

De haber sido así, el debate hubiese sido en principio más útil y directo. Algo así como “si ya sabemos que ambas entidades usan métodos distintos, que una define la cesantía de ésta manera y la segunda de otra, cuál nos sirve como indicador, en estos momentos de crisis, para adoptar políticas públicas. En nuestro intento porque no se dispare el desempleo, ¿queremos aceptar el empleo informal como, al menos, una fuente que da ingresos? Si decimos que sí, que el “pololo” es una forma de trabajo, ¿podemos mejorar sus deficiencias subsidiándolos o entregándole facilidades?”

Fue el Ministro subrogante de Economía de entonces, Óscar Landarretche, quien puso fin, de alguna manera, a esta polémica sin sentido. Fue el 6 de noviembre de 1998, pero, aún así, cuando a fines de enero del '99, la “Universidad de Chile” divulgó sus cifras de desempleo para diciembre del año anterior, todavía se hablaba de lo ocurrido en noviembre; lo insólito es que recién ahí los medios se tomaron un tiempo para hablar de las diferencias de medición.

PONER RECORTE SEGUNDA 25 DE ENERO

Landarretche aseguró que le solicitaron al INE que no mezclara datos estadísticos con antecedentes analíticos. Preferían, dijo, que el instituto no innovara incluyendo la variable de “empleo informal”, porque eso lo había involucrado en una controversia de la cual siempre debió haber estado excluido.

Porque el parámetro de “auto empleo” no es información estadística que puede ser validada oficialmente, sino una estadística analítica. En el fondo, la entidad estaba haciendo un análisis del porqué del desempleo. Agrega el ministro subrogante: “se puede explicar qué está pasando en términos estadísticos...pero entrar a teorizar en la entrega de unos indicadores mensuales, para los cuales el INE no tiene tiempo, sino como una especie de esfuerzo adicional de dar explicaciones económicas, no le corresponde sino a la comunidad académica y de economistas del país”.

De hecho, Landarretche ni siquiera coincidía con la percepción del instituto respecto a la calidad del empleo informal, que éste calificó como precario. El INE, incluso, deja fuera de su muestra a empleados y obreros de empresas con menos de 5 personas y compañías familiares. El titular de la cartera respondió que no le parecía que ese tipo de empresas – que no son de profesionales y técnicos – fueran precarias e informales.

Entonces, incluir la variable de los “pololos” generó “ruido” en el sistema; porque el gobierno, para poder concretar políticas públicas que pudieran hacer frente al desempleo, necesitaba una encuesta cuantitativa, como siempre se había hecho. Y el enfoque del INE, tradicionalmente, había sido cuantitativo. Al tratar de hacer un análisis innovador con posibles razones de la baja variación de la

cesantía, se desvió de su objetivo. Porque, hasta ese momento, había sido la “Universidad de Chile” la que había analizado cualitativamente el fenómeno. ¿Por qué? Porque en sus datos había percepciones personales de los encuestados: sí se consideraban o no desempleados. Landarretche pone punto final a la confusión: “El del instituto es un indicador de características específicas...de manera que estamos comparando el promedio de la desocupación en la Región Metropolitana en el trimestre julio-septiembre, que no es lo mismo que la desocupación que mide la U. de Chile en una semana, en el mes de septiembre”.

VIII.- CONCLUSIÓN

La controversia, que finalmente se solucionó, tuvo también sus repercusiones positivas. De hecho, el subdirector técnico del INE, Pedro Menéndez, sugirió, a mediados de noviembre del '98, que la polémica tuvo consecuencias positivas, porque se hicieron más transparentes los métodos y reafirmaron los conceptos utilizados por esa entidad.

Hasta entonces, el instituto guardaba celosamente la calidad y procesamiento de los datos, para mantener la confianza en sus índices. Lo asegura el mismo funcionario. Ya lo habíamos dicho antes; una parte considerable de los investigadores tiene la mala costumbre de silenciar el cómo trabajan. Se reservan una información que debiera ser evaluada y analizada, sobre todo si se difunde a través de medios de comunicación que llegan a cientos de miles de personas. Puede ser que esto no se haga, porque simplemente esos datos no serían ni estudiados ni cuestionados. Y esto, a su vez, podría deberse a que los comunicadores de los sondeos no se toman el tiempo o no dominan el tema como para rebatir los resultados o, al menos, como para no caer en polémicas absurdas.

Se puede caer en errores tan simples como el que se nos presentó en un medio televisivo. Una periodista, con estudios en Chile y Estados Unidos, encargada además de la sección Internacional del canal 2, recibe en un cable una

encuesta sobre el grado de apoyo de la población venezolana al recién asumido presidente Hugo Chávez. El mandatario quiere realizar cambios drásticos en la economía de Venezuela, afectada por una grave crisis. Pero, para poder hacerlo como él quiere, exige poderes ilimitados al Congreso. Éste no lo respaldó y Chávez amenaza con disolverlo. La periodista escribe su nota, incluyendo el sondeo y, por no verificar bien los datos, anota que la muestra consiste de 100 personas. La editora lo pone en duda, porque, a pesar de que el número de elementos en una encuesta no parte desde cierto límite mínimo, 100 individuos no son muy representativos de todo un país, especialmente en la crítica situación que vive. La redactora de la noticia le asegura que ésa es la cantidad de encuestados; la editora revisa el cable y nota que no son 100, sino 1.000. Queda claro un poco dominio de la materia, en términos estadísticos, y la falta de cuestionamiento, por parte de la periodista, a un dato que es fundamental.

El punto es que la “controversia” generada en el ámbito de la desocupación no es tan poco relevante, ni resulta positiva en todos los casos. Un gobierno no puede dejar pasar episodios como éste; un ministro de Economía o del Trabajo debe encomendar estudios sobre diferencias de resultados en encuestas con metodologías tan distintas, si están a cargo de carteras tan estrechamente relacionadas al tema de la cesantía. Porque los efectos de que la opinión pública vea una distancia tan importante de cuatro puntos en la medición de desempleo pueden ser graves, aunque no tan evidentes. Y un periodista que quiere ser riguroso vería que esas consecuencias repercuten sobre la vida del país.

Analicemos: la economía es un ciclo, donde todo está interconectado. La cesantía puede ser considerada de dos maneras: desde una perspectiva estadística o desde una laboral, donde el fenómeno es inhumano y daña a la persona. El objetivo de todo gobierno es el bien común, por lo que no se puede pasar por alto algo que afecta a los individuos que conforman un estado. Si una administración no es capaz de aclarar de inmediato polémicas como la que ya vimos, cae en la desinformación y, peor, genera desconfianza. ¿ No parece

sospechoso, acaso, que un organismo independiente del gobierno diga que la desocupación es más alta de lo que asevera una entidad gubernamental? ¿No querrán las autoridades bajar el perfil o arreglar los datos a su conveniencia, para evitar críticas?

No sería adecuado, en términos de procedimiento estadístico, exigirle al INE que ajuste su definición de desempleo de acuerdo a si hay crisis económica o no. Lo rescatable de este episodio ya expuesto es que la opinión pública aprenda a evaluar cuándo debe mirar con preocupación las cifras. Porque, en el caso de la cesantía, detrás de los números hay muchos fenómenos: ¿acaso un “pololo” es un empleo digno? ¿Le da los beneficios – como previsión, salud – a una persona que solía tener un trabajo estable? Un porcentaje esconde una percepción de empleo que puede quedar disfrazado al casi equiparlo con un trabajo temporal y que lejos de satisfacer a una persona, la hace sentir frustrada.

Segundo, en una época de crisis económica como la de la crisis asiática, es grave que un sujeto vea que los índices de desempleo se están disparando. Da pie a una sensación de inseguridad con respecto a la estabilidad laboral. Nadie sabe si tiene su puesto asegurado; ni siquiera los profesionales con carreras universitarias.

Tercero, genera preocupación en la gente común, porque si de verdad la cesantía ha aumentado, puede que el ocio lleve a muchos desocupados a la delincuencia. Surge así una especie de angustia por la falta de seguridad ciudadana. Un problema que no es menor, porque la mayoría de las encuestas reflejan que es un tema primordial para los chilenos. El último estudio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el PNUD, de 1998, revela que semejante preocupación impide vivir tranquilos a los miembros de la población.

Si la cesantía sube, provoca frustración. ¿Quién se preocupa de los profesionales que han estudiado años una carrera y que, al perder su fuente de trabajo, tienen que dedicarse a “cualquier cosa”? Desde un punto de vista psicológico, el daño es grande y se lo denomina como “disonancia cognitiva”; es decir, tener que desarrollar una actividad que no satisface, pero que tiene carácter de imperativa. En términos económicos el efecto también es serio: la persona a la que no le agrada lo que hace, trabaja mal y produce menos.

Aumenta, además, la morosidad. Las casas comerciales, sobretodo, observan las cifras con intranquilidad, porque un desocupado no puede pagar sus deudas. El afectado queda incluido en DICOM, un antecedente muy negativo para sus futuros endeudamientos e, incluso, en su próxima búsqueda de trabajo. No son pocos los empleadores hoy día en Chile que se niegan a contratar a alguien que esté ingresado en ese “directorio”. Toma 10 años borrar esa información contraproducente de una hoja de vida. Hilando más fino, si la gente de pagar de deudas, también deja de consumir y, entonces, el ciclo de los productos se vuelve más lento. Los compradores de éstos, como los supermercados, por ejemplo, postergan sus compromisos de corto plazo y los reajustan a pagos de mediano plazo. Esos pagos llegan con retraso a sus receptores; en el fondo, reciben, por ejemplo, el sueldo de diciembre en marzo.

Es imperativo comunicar clara y tajantemente una cifra tan reveladora como la del desempleo. Cualquier ambigüedad genera desconfianza en el gobierno elegido para hacerse cargo de la vida pública. Si esa propia administración no se encarga de avalar sus estudios respecto al problema, puede retrasarse en adoptar medidas para combatir el flagelo o concretar acciones en la dirección correcta.

IX.- SOBRE OTRAS CIFRAS “OFICIALES”

I. * EL CONACE

La semana entre el 5 y 8 de abril de 1999, el “Consejo Nacional de Control de Estupefacientes” dio a conocer los resultados de su tercer estudio a nivel de país sobre el consumo de drogas en los chilenos.

A través de los medios de comunicación– y ésta fue la forma en que éstos lo recogieron – el CONACE entregó la siguiente información: entre el segundo estudio nacional, realizado en 1996, y el que ya hemos mencionado, hecho en 1998, el organismo detectó que el consumo de narcóticos había aumentado en forma leve. De hecho, de cada 100 chilenos, sólo 17 reconocían haber usado la cocaína, pasta base o marihuana alguna vez.

El problema de la droga en Chile, a pesar de que algunos medios escritos titularon “Aumentó el Consumo”, aparecía como “controlado” una vez que uno leía la totalidad de los antecedentes. Pero, analizando más en profundidad los datos que entrega el informe, uno puede también afirmar que la magnitud de 17% es menor de lo que corresponde a la realidad.

El siguiente es un artículo que apareció en un diario vespertino y que representa muy bien el enfoque que le dio la mayoría de medios de comunicación a los datos entregados por el CONACE.

De acuerdo al informe, realizado entre septiembre y diciembre del año pasado (1998) con una muestra de 31 mil 665 encuestas en 67 comunas de todo el país, el consumo de drogas prohibidas y permitidas es varias veces mayor entre los hombres que en las mujeres, y en particular, se observa una mayor incidencia entre los 19 y 25 años.

Los resultados, en comparación con los estudios efectuados en 1994 y 1996, muestran en el país un leve aumento del consumo de las drogas ilegales (marihuana, cocaína y pasta base), contrastando claramente con la estabilización en el caso de las drogas legales (alcohol, tabaco, tranquilizantes).

FOTOCOPIAS

Además, queda de manifiesto que el consumo de drogas – independientemente de que sean lícitas o prohibidas – es más frecuente en la Región Metropolitana que en el resto del país.

En su trabajo, la CONACE concluye que las cifras proporcionadas “pueden considerarse moderadas” para el consumo de las drogas prohibidas, lo que atribuye a “una consecuencia de las políticas y acciones” adoptadas por la autoridad a este respecto.

En el caso de las drogas lícitas, la situación es bastante diferente, pues, por ejemplo, en los casos del alcohol y el tabaco “se observan consumos durante el último año cuyas magnitudes son importantes y muestran una tendencia a la estabilización en el tiempo”.

COMPARACIÓN CON ENCUESTAS ANTERIORES

Cotejando las cifras de los estudios sobre consumo de drogas elaborados por CONACE durante los años 1994, 1996 y 1998 se estableció que ha aumentado levemente el uso de marihuana, pasta base y cocaína en las zonas urbanas del país.

El consumo de marihuana – además de ser la droga ilícita más consumida – es el que más rápidamente ha crecido. En 1994 el 4% del universo reconoció haberla consumido. En 1996 sólo en 0,01% aumentó la incidencia. En cambio, según la última encuesta en 1998, la incidencia llegó a 4,73%.

El uso de la cocaína ha experimentado un incremento similar que implicó que sobrepasara la barrera del 1%. En 1994 se estimó que era consumida por 0,9% de la población. En 1996 disminuyó la cifra a 0,83%. Pero el año pasado, el uso del estupefaciente se incrementó hasta llegar a 1,32%.

Respecto del consumo de pasta base – considerada la droga más peligrosa de las tres – se registró un comportamiento parecido al uso de la cocaína. Inicialmente – en 1994 – el 0,84% de la población la había consumido alguna vez. En 1996 se registró una disminución relativa que significó reducir la cifra a 0,63%. No obstante, no se mantuvo la tendencia y su consumo en 1998 llegó a 0,81% más que en 1996, pero 0,05% menos que en 1994⁸.

El tema de la droga es más relevante de lo que se puede creer, porque en la mayoría de las encuestas que se han divulgado en el último tiempo y que tienen que ver con las preocupaciones de los chilenos, el uso de estupefacientes está entre las materias que más intranquilidad causan a las personas. Más que nada, el temor está ligado a la seguridad ciudadana, ya que, como lo demostró el primer estudio a nivel nacional, elaborado por la Fundación Paz Ciudadana, en tres de cada cuatro casos de homicidio en Santiago, por ejemplo, el asesino estaba bajo los efectos de drogas ilegales o del alcohol. Este informe fue hecho en base a 257 expedientes judiciales de 53 juzgados en la Región Metropolitana y fue dado a conocer el día jueves 21 de enero de 1999. Los datos corresponden al año '96.

Además, durante los primeros tres meses de 1999, se registró una ola “explosiva” de violencia juvenil. El caso más simbólico y que más reacciones generó fue el ocurrido en una población de Colón Oriente, en la comuna de Las Condes, donde un menor de 15 años, Jonathan Pérez, murió a manos de una pandilla. El homicida, que disparaba directamente contra el hermano de la víctima, estaba bajo el efecto de la pasta base y era adicto desde hacía mucho tiempo.

En el estudio del CONACE, ese 17% identificado se logró haciendo un promedio. La muestra encuestada varía, en edad, desde los 12 a los 64 años. La investigación dividió el grupo muestral por edades y esto resultó en cinco categorías: 12 a 18 años, 19 a 25, 26 a 34, 35 a 44 y 45 a 64 años.

⁸ “La Hora”, viernes 9 de abril de 1999. Nota: se han seleccionado los párrafos más relevantes. Excluimos detalles, por ejemplo, sobre qué comunas en la Región Metropolitana registran un mayor índice de consumo o qué ciudades de otras regiones tienen un grado bajo de uso de drogas.

Aunque es válido no descartar a casi ninguna porción de la ciudadanía de estudios como éste, quizás no lo es tanto incluir a aquellos sectores en los que siempre se comprueba un consumo casi nulo de drogas. Porque al promediar con los grupos críticos, tienden a bajar la cifra global del problema. En otras palabras, la investigación debió haber averiguado cuál era el índice de uso de narcóticos en cada segmento y, al verificar, una vez más, que el tramo 45 y 64 años tenía un nivel casi mínimo (5,3% por cada 100 habitantes), debió haberlo eliminado del estudio.

Esto, debido a que ese grupo influye fuertemente – en un 24,4% - en la muestra y le resta importancia al verdadero segmento de alto riesgo. En suma, la investigación debió haber analizado en forma aislada a los verdaderos grupos “peligrosos”.

Si se hubiera aislado la última categoría de 45-64 años, los resultados serían los siguientes:

- En el grupo 19 a 25 años, 31,8 personas de cada 100 habitantes declara haber consumido, lo que sin duda contrasta con el 17%.
- Entre 26 a 34 años de edad, es de un 26,1
- Entre 35 a 44 años es de un 16,8

Si, más aún, se reagruparan los datos, separando por edad Y género a los encuestados, la conclusión es la siguiente:

- 44,2 de cada 100 hombres entre los 19 y 25 años ha consumido droga.
- Entre los 26 y 34 años, 36 de cada 100.

- Entre los 35 y 44 años, 21,9 de cada 100.

Los porcentajes son nada alentadores. Menos aún si vemos qué ha pasado con el consumo durante el último año.

- En el segmento 19 a 25 años, en grupo hombres, la cifra aumenta desde 17,9 cada 100 personas a 20.
- Entre los 25 a 34 años, grupo hombres, la cifra aumenta de 7 de cada 100 personas a casi 10.
- Entre los 12 y 18 años, categoría hombres, aumenta de 7,7 por cada 100 a 9,73.

Lo que tampoco se consigna en el informe del CONACE es el cambio de conducta que ha habido en las mujeres en relación a la droga. Los estudios anteriores constataban que, en todas las edades, había una diferencia significativa entre hombres y mujeres en lo que a uso de estupefacientes respecta. En las últimas 2 investigaciones, comienza a verse una seria disminución en esa diferencia, dentro del sector más adolescente. Esto implica una creciente participación de la mujer en el consumo de droga a temprana edad. Y uno podría inferir que en el mediano plazo es posible que exista también una participación en aumento de la mujer en este fenómeno, pero a mayores edades.

En el grupo de encuestados de entre 12 y 18 años, hay que poner atención en ciertos fenómenos. Queda claro, a partir de los datos, que el consumo está comenzando a una edad más temprana y que los porcentajes están aumentando. Pero, peor aún, la calidad de ese uso está volviéndose más peligrosa, porque más que cercano al concepto de “haber consumido alguna vez droga”, se puede constatar un nivel casi similar a la dependencia, por la diferencia mínima que hay

entre la “prevalencia vida” (11,5 de cada 100) y la “prevalencia año” (8,14 de cada 100).

Al analizar más aún en detalle las cifras, es posible sacar ciertas conclusiones que resultan ser un poco más alarmantes de la forma como el CONACE plantea el problema. Considerando que 44,2 de cada 100 hombres, de edad entre 19 y 25 años, ha consumido alguna vez droga, entonces queda demostrado que 1 de cada 2 hombres lo ha hecho en algún momento. Si en el grupo de entre 26 y 34 años, la cifra es de 36 cada 100 encuestados, se deduce que más de 1 tercio de los hombres ha usado estupefacientes. En la categoría entre 35 y 44 años (21,9 de cada 100), la conclusión es que 1 quinto de ellos dice haber consumido drogas.

Otros datos resultan también interesantes: antes la mujer distaba mucho en cantidad de los hombres en cuanto a uso de narcóticos. Hoy, sin embargo, comienza a verse que las mujeres adolescentes están ingresando en el problema en las mismas condiciones que los hombres. Y, como ya vimos, el “consumo” no es lo mismo en grupos mayores que en los más jóvenes. Éstos últimos, aunque responden la pregunta “ha consumido alguna vez”, lo han hecho o lo hacen en más de una ocasión. Lo anterior conlleva un riesgo mucho más grande de caer en la adicción.

Por último, hay 2 maneras de ver la conclusión final del CONACE. Una, la propia de este organismo, que sostiene que el aumento sólo moderado en el consumo de drogas prohibidas es gracias al efecto de las políticas aplicadas por la autoridad a cargo. La otra es un tanto más crítica, porque las acciones y esfuerzos dirigidos a poner fin al flagelo de la drogadicción no parecen estar apuntando a disminuirlo, sino a “frenarlo”, dejando abierta la posibilidad de que sigan habiendo pequeños aumentos. Tal vez, la entidad ve en el alza “moderada” otro aspecto más positivo y es que no ha subido la disponibilidad de drogas para que la gente

las adquiriera. Es decir, se ha logrado “frenar” la circulación de estupefacientes de traficante a consumidor.

Existe un punto que el CONACE no aclara al momento de dar a conocer sus estudios y lo que es más grave, la prensa no le pregunta al respecto. ¿Cuál es la “cifra negra”⁹ en la investigación? Porque un sondeo que pregunta sobre un tema tan delicado, marginal y prohibido como la droga, pidiéndole al encuestado que diga si la ha consumido alguna vez, no puede esperar que todo el mundo diga la verdad o lo admita. Cuesta reconocer este tipo de prácticas. Por lo tanto, habría que establecer o calcular un cierto porcentaje de gente que sí la ha usado, pero no lo dice y también de personas que no responden.

En el fondo preocupa que los medios sólo se contenten con dar a conocer las cifras que emite el Consejo. No se ve un cuestionamiento sobre lo establecido, cuál es la tasa de no respuesta, qué grupo es el que queda marginado de la investigación porque no lo admite, qué pasa entre las mismas mujeres como categoría independiente, etcétera. El tema es tremendamente relevante. Porque todas las políticas gubernamentales, de los municipios, de colegios y a nivel familiar surgen gracias a que se está consciente de que existe un problema.

* LA “CRISIS ENERGÉTICA”

1999 fue un pésimo año en términos energéticos. Chile es un país que produce su energía eléctrica, en un 60%, mediante recursos hídricos. El fenómeno de la “Niña” trajo a mediados del ‘98 una sequía muy prolongada que dejó a los embalses importantes prácticamente sin agua. Vino, entonces, la denominada “crisis energética”. Las centrales hidroeléctricas de muchas generadoras no tenían cómo producir energía y el resultado fueron los “racionamientos” que, desde casi todo punto de vista, empeoraron la calidad de vida de los chilenos que habitan desde Tal Tal a Chiloé.

Los dardos apuntaron hacia las empresas generadoras en cuyas manos quedó, después de un proceso de privatización, la tarea de producir y distribuir la energía eléctrica. Por un mal cálculo, al momento del traspaso, no se habían hecho modificaciones a la ley que regía ese servicio; éste, ahora a cargo de privados, siguió rigiéndose por el mismo marco regulatorio que durante mucho tiempo operó para el sector, cuando era estatal.

Esa falta de cambios a la normativa le hicieron posible a las generadoras no enfrentar obligaciones de suministro eléctrico, porque la ley establecía la facultad de racionar la luz en caso de que éste fuera un año más seco que 1968, establecido como parámetro. Las empresas no estaban forzadas a comprarle energía a otras auto-productoras y superavitarias. Y esa carencia de previsión se le imputó a las autoridades, porque, como se dijo en ese tiempo, no fueron capaces de anticipar esta situación. Los cortes programados comenzaron a fines de marzo de 1999¹⁰ y continuaron por al menos 2 meses. El sector industrial, el de comercio y la gente en general, se quejaron de una baja en la producción, en las ventas, de problemas en los hospitales, en fin.

A fines de abril, el gobierno decide intervenir en esta crisis. Para ver cuán dispuesta estaba la población a apoyar medidas drásticas, cuál era su grado de preocupación y molestia, el Ejecutivo le encarga a la Secretaría de Comunicación y Cultura que realice una encuesta. El sondeo lo ejecutó la empresa *Search Marketing*. Por supuesto, sus resultados fueron difundidos en casi todos los medios de comunicación, sobretudo porque una de sus conclusiones sorprendió bastante: la “crisis energética” estaba en el tercer lugar de las preocupaciones de la gente. Primero, se ubicaba la delincuencia y, luego, la cesantía.

⁹ “Cifra negra” es un concepto valiosísimo para cuestionar ciertas encuestas. Tanto así que dedicaremos un capítulo con ejemplos para estudiar la importancia de este término.

¹⁰ Ya se habían registrados cortes programados a fines de 1998, pero la “Comisión Nacional de Energía” logró frenarlos por un lapso de 2 meses.

ENCUESTA

La encuesta se hizo entre los días 21 y 23 de abril de 1999, entre 400 habitantes de Santiago. La consulta fue telefónica y también a través de visitas domiciliarias. Hay que destacar que el gobierno no asumió como una victoria que el tema energético estuviera en el tercer lugar de las preocupaciones de la población. De hecho, el jefe de la Secretaría de Comunicación y Cultura, Cristián Toloza, admitió que los datos que se tenían en este sondeo señalaban que no existía una relación entre lo que la gente percibía como gravedad del problema y lo que éste realmente era en cuanto a su gravedad.

Pero el estudio, más que querer captar percepciones, intentaba comprobar si las personas estaban dispuestas a apoyar medidas drásticas decretadas por el Presidente Frei. Las facultades que se les indicó a los encuestados iban desde restringir el horario del comercio, de oficinas, de espectáculos públicos, de transmisión de la televisión, entre otras. Un 73,6% de los consultados dijo estar de

acuerdo o muy de acuerdo. Sólo un 25,1% estuvo en desacuerdo o muy en desacuerdo. Es más: un 59,7% consideró que esto mismo ayudaría mucho o bastante y solamente un 38,7% estimó que ayudaría poco o nada.

Hasta aquí todo bien. Incluso, muchos medios de comunicación divulgaron el sondeo como interpretando la opinión de los Santiaguinos. Pero después habló otra vez el señor Toloza y explicó que las medidas de Frei, se suponían como respaldadas por la mayoría de los chilenos. Ésta fue su explicación: (el día lunes 26 de abril de 1999) “Los datos que arroja la Región Metropolitana son extrapolables al resto de las regiones. La capital tiende a ser más crítica y exigente, más informada que el resto del país. Entonces, en general, uno sabe que si hay disposición a estas medidas en la Región Metropolitana, uno sabe por el conjunto de encuestas en muchos otros campos, que en regiones uno puede suponer que va a existir una mejor disposición”.

Hablando en términos estadísticos, lo anterior jamás podría afirmarse. Porque no es posible inferir de otros sondeos, que tienen muestras distintas, que abordan temas diferentes, que ocupan otras metodologías, que sólo por esa razón, se puede extrapolar lo que opina Santiago a las demás regiones. Nunca podría deducirse que porque un sector es más crítico que otros entonces significa que los menos críticos – se da por sentado – van a aceptar cualquier cosa. Para ser más concretos: ¿quién nos asegura que en regiones más rurales la gente vive a mayor distancia entre sí, más sola y, quizás, necesita la TV para sentirse acompañada? Tal vez, en ese caso, los habitantes de ese lugar no estarían muy de acuerdo en que se restrinjan las transmisiones televisivas.

La verdad es que si nos situamos en una perspectiva crítica, con lo dicho por el señor Toloza, se ve una actitud casi sospechosa de tratar de aparecer ante la opinión pública con un respaldo masivo a una serie de procedimientos que se quieren tomar en medio de una muy delicada crisis. Es decir, se percibe una intención de manipular datos para conseguir un efecto determinado, confiando en

que la población no será capaz de cuestionar los antecedentes, porque no domina el tema de la estadística.

X.- ENCUESTAS TELEFONICAS

Se ha vuelto un habito entre varias instituciones que se dedican a investigar la opinión publica en Chile el utilizar las encuestas telefónicas. Consiste, utilizando el censo mas reciente, en identificar aquellos hogares que cuentan con red telefónica, agruparlos por estratos y luego, como si fuera una muestra probabilística, se selecciona al azar o en forma aleatoria a los que serán entrevistados. Las distintas entidades han encargado sus diseños muestrales, en la mayoría de los casos, en el extranjero y le han dado un grado de complejidad que las hace aparecer como avaladas por cualquier criterio científico.

La “Fundación Futuro”, por ejemplo, tiene el siguiente método:

- El universo susceptible de ser medido lo componen los habitantes de Chile en edad de responder encuestas telefónicas. El universo puede ser acotado y segmentado antes por variables geográficas (como regiones o comunas) y socioeconómicas (estratos) y, después, por factores como edad, sexo, tendencia política, etc.

- La muestra se selecciona en 2 etapas, del siguiente cuadro:

GSE	ABC1	C2	C3	D	E
%teléfono	98%	88%	67%	42%	15/20%

El diseño muestral que se utiliza es “probabilístico estratificado”. La primera etapa consiste en determinar el hogar, mediante la selección del teléfono. En la segunda fase, se elige al individuo al interior de la vivienda. El proceso para seleccionar el hogar y así conformar una muestra es aleatorio, dice la fundación. En otras palabras, todas las viviendas con teléfono tienen la misma probabilidad de ser escogidas.

Posteriormente, se realiza un muestreo aleatorio estratificado. Es decir, se hace una selección al azar dentro de los estratos predefinidos. Todos los hogares del marco muestral, al interior de cada estrato, tienen la misma posibilidad de ser seleccionados. El porcentaje de hogares escogidos al interior de cada grupo corresponde al porcentaje que representa ese estrato en el universo total, cuya proporción no se basa en el número total de hogares con teléfono en cada segmento, sino que en el porcentaje de personas que cada estrato representa en la población total. Con esto, según la entidad, se asegura la representatividad de las muestras, porque le da a cada grupo socioeconómico su peso poblacional verdadero y **no un peso sesgado por la mayor o menor tendencia de teléfonos del grupo en cuestión.**

Por último, a grandes rasgos, la fundación logra un cierto tamaño muestral sobre la base de llamadas efectivas, es decir, entrevistas que efectivamente fueron realizadas y que cumplen los requisitos. El número total de llamadas hechas es siempre más alto que el de llamadas efectivas. La diferencia que resulta de ambas se divide en “llamados rechazados” (se contactó al individuo,

pero no quiso dar la entrevista) y los “llamado de no contacto” que son aquéllos en que no se pudo contactar a alguna persona susceptible de ser elegida (nadie contestó el teléfono, éste estuvo ocupado o fuera de servicio, por ejemplo). La entidad intenta minimizar la tasa de rechazos y de no contacto llamando hasta 10 veces a estos números telefónicos. Si no se tiene éxito, éstos son reemplazados.

El método que acabamos de describir lo importó la fundación de una empresa experta en sondeos telefónicos. Su costo no fue nada bajo. Sin embargo, la aplicación en nuestro país no es la misma que la de su país de origen. Esto implica un error de fondo que muchos medios de comunicación dejan pasar: en Chile, este tipo de encuesta representa sólo a los chilenos que tienen teléfono, pero aparece en titulares como representativa de toda la nación o de todo Santiago. Decir esto es equivocado. Veamos por qué.

El objetivo de toda encuesta es representar una realidad. El primer paso, entonces, es definir cuál es esa realidad. Digo, por ejemplo, “voy a representar a todas las personas que viven arriba de este metro cuadrado”. Queda así definido el universo: todos los individuos que habitan sobre tal metro cuadrado. El paso siguiente es aplicar una metodología que represente a este universo y sobre éste considero todos los elementos para así sortear a los sujetos a los que se va a practicar la entrevista. Se aplica en ese momento, un método aleatorio.

Para poder sortear a los entrevistados, es necesario conocer cuáles son todos los elementos del universo. Cuando se tiene una muestra, por ejemplo, de población general - que son el tipo de muestras que se usan para opinión pública - se utiliza normalmente a mayores de 18 años, porque son las personas adultas. En el caso de las encuestas electorales, se reduce aún más el marco: “todos aquellos sujetos que están inscritos en los registros electorales”.

En el fondo, se define el universo de acuerdo al objetivo del estudio. Si se quiere hablar de opinión pública general - lo que opinan los chilenos - es

imperativo representar a todos los connacionales mayores de 18 años. Eso dice la teoría. Si se quiere establecer qué pasa con algún comicio, resulta imprescindible representar a todos los electores. Siendo bien básicos, la palabra “electores” quiere decir “todas las personas mayores de 18 años e inscritas en los registros electorales al momento de votar”.

Pero una cosa es la teoría y la otra la práctica, porque en Chile - no sólo en el tema de las encuestas telefónicas - muchos sondeos representan a un puñado de chilenos y no al total. Y ese número, que representa solamente a un segmento de los chilenos una cantidad nada despreciable de medios de comunicación y de empresas investigadoras lo utilizan, sin ninguna responsabilidad, como representativo del resto del país. Esto desemboca, por ejemplo, en que se tienen encuestas telefónicas en Santiago cuyos titulares en los diarios leen: “Los Chilenos Piensan”. O también, sondeos realizados en el sector oriente de la capital, cara a cara y no telefónicos, que se arrojan la representatividad de “todos los chilenos”, cuando lo son sólo de los de nivel socioeconómico alto de Santiago.

Así, las tergiversaciones respecto de lo que el dato dice en su método y lo que los medios afirman del dato terminan siendo gigantes. Como lo decíamos, uno de los errores sistemáticos que se comete es el creer que las encuestas telefónicas pueden representar a la totalidad de los chilenos. Volvemos a repetir, los sondeos de este tipo {de opinión pública} **tienen** que representar a **todo** el universo. Si al sortear se elige solamente a algunos y a los otros no - se los puede seleccionar por el motivo que sea - no se está representando a aquéllos que no estuvieron en el sorteo. El método, en definitiva, representa solamente a los que quedaron definidos por estar dentro de la selección.

Se puede innovar con metodologías de última generación en el tema de las encuestas telefónicas, pero lo que no se puede obviar es que se han dejado de lado a los sujetos que no tienen teléfono. Dicho de otra manera, en los sondeos telefónicos no están representadas las personas que no poseen dicho servicio.

Cuando en estos casos se habla a nombre de todo el país, se está buscando generar un número que influya en la gente y no atenerse a la representación estadística.

Según la “Fundación Futuro”, el marco muestral compuesto por habitantes de hogares conectados a la red telefónica era, años atrás, insatisfactorio, porque existía una muy baja penetración telefónica en las viviendas chilenas. El censo de 1992 estableció que sólo 777 mil de los 3,3 millones de hogares contaba con el artefacto hasta ese momento, lo que en términos porcentuales se traducía en un 24% a nivel nacional.

La entidad asegura que la situación cambió drásticamente en los 5 años que transcurrieron desde el '92 hasta 1997. En este último año, afirma que el número de teléfonos en Chile supera los 2,7 millones y estima que para el 2 mil, la cifra irá sobre los 3,6 millones. Desglosando, de los 2,7 millones, 1,9 millones corresponden al área residencial, lo que en porcentaje significa un nivel de penetración del 50% en el país. Por último, aclara que el grado de penetración se ubica mayormente en zonas urbanas que en las rurales – superando en muchas comunas el 85% - y, además, de forma significativa, en estratos socioeconómicos altos y, cito textual, “lo que permite aumentar el nivel de confianza y precisión”.

El gran problema está dicho, pero no identificado y es que no todos los habitantes de nuestro país tienen teléfono. Los encuestólogos más prestigiosos a nivel mundial sostienen que si el investigador quiere que la metodología funcione, es necesario que en una nación - al menos para estar seguro de que está representando a todo ese país - exista un 85% de cobertura telefónica. Es lo mínimo que se debe tener disponible para asegurar que el método funciona.

En Inglaterra, por ejemplo, en el año 1992, los realizadores de uno de los más famosos sondeos se equivocaron y fueron todos realizados por teléfono. El motivo del fracaso lo dice todo: había un 5% del total de la población británica que

no poseía el artefacto. Y eso que en el Reino Unido el 95% de los habitantes sí lo tiene. Los investigadores habían recurrido al organismo internacional más importante en el tema, la “Sociedad Real de Estadística”. Y fue ésta la que concluyó, después de un minucioso análisis, que el error estuvo en ese 5% sin aparato telefónico. Como la elección había sido muy estrecha, ese segmento resultó ser tremendamente relevante. Había hecho la diferencia.

¿Qué pasa entonces con Chile? En el sector socioeconómico alto, 98% de la gente del país tiene teléfono. En el sector socioeconómico bajo, el porcentaje baja dramáticamente: es de un 43 y un 53%. Lo que sucede, entonces, es que cuando no se tiene una cobertura homogénea, en la encuesta telefónica se está sorteando a todos los miembros del segmento ABC1, pero en el D, hay 6 de cada 10 que no se pueden incluir en el sorteo. Significa, mirándolo más a fondo, que los sondeos de este tipo están sesgados hacia el estrato socioeconómico alto y las zonas urbanas. Las rurales, como veíamos, también quedan en desmedro. Supone, además, equivocadamente que las personas más pobres con teléfono opinan lo mismo que los sujetos de igual calidad, pero que no poseen el artefacto.

El problema con la metodología de encuesta telefónica en nuestro país puede graficarse con el cuadro elaborado por la “Fundación Futuro”. El argumento de la entidad es que ésta pondera, en los distintos estratos, a la gente que posee teléfono. Por ejemplo, en el grupo D, determina que cada individuo vale 1,5. ¿Qué sucede entonces? Que la persona en los sectores donde hay un menor porcentaje vale más que la que se ubica en un segmento de mayor porcentaje, es decir, el sujeto de D vale más que el de ABC1. El peso de los primeros es mayor, pero eso está suponiendo, sobretodo en política, que lo que determina el comportamiento es el estrato. Se está eligiendo a la gente por su condición de estrato, siendo que lo que define una conducta son varios otros factores como, por ejemplo, ser hijo de un socialista o de derecha o hijo de militar, independiente de si se está en el segmento de los más pobres.

Entonces, como el determinante del comportamiento de la opinión no es el status económico, el ponderar termina siendo equivocado. Uno sospecha que el objetivo mira poco a representar a los chilenos: más bien, quisiera solamente producir un número que, en realidad, representa exclusivamente a aquellas personas que fueron posibles de seleccionar en la muestra.

El asunto de fondo es que todavía no es posible hacer encuestas telefónicas en Chile cuyos resultados sean científicamente válidos y que puedan interpretar a la opinión pública chilena. Cuando se aplica este tipo de sondeos en nuestro país se está representando a quienes tienen un estrato socioeconómico alto. O a los que tienen recursos para tener una red telefónica. Sería más legítimo decir “todos los chilenos que tienen teléfono opinan que...”

Los países más desarrollados sí pueden arrogarse la interpretación de toda la sociedad, porque en ellos existe cobertura telefónica casi total. Lo podemos ver en el grado de precisión que tienen los sondeos efectuados por la cadena norteamericana CNN, que es capaz de realizar y divulgar varios *polls* al día. En Estados Unidos, de hecho, queda una sola encuesta que se hace cara a cara: el sondeo electoral que hace la Universidad de Michigan. Y esto desde hace más de 20 veinte años: fue en 1974, aproximadamente, que la gran mayoría de las encuestas se volcó al sistema telefónico. Y la razón es muy simple: en esa nación todos tienen teléfono.

En Chile abundan los ejemplos de encuestas telefónicas que, al ser publicadas en los medios, no queda claro si corresponden a todo el país o una región determinada. Además, el tratamiento de las cifras parece destinado más a influir sobre la opinión pública que a interpretarla.

El siguiente es el titular y artículo de un vespertino sobre el sondeo de la “Fundación Futuro” el 4 de marzo de 1999. ¹¹

¹¹ Diario “La Hora”, lunes 4 de marzo de 1999, p. 12

FUNDACIÓN FUTURO NO LE VE POSIBILIDAD A FREI BOLÍVAR

Una mínima adhesión obtendría la polémica candidatura de Arturo Frei Bolívar, según un sondeo de opinión realizado por la “Fundación Futuro”, asociada a Sebastián Piñera. Si compitieran todos los postulantes en carrera actualmente, el independiente obtendría solo el 2,9% de las preferencias y si se enfrentara en primarias a Joaquín Lavín, escasamente superaría el 12%.

Según el centro de estudios, si las elecciones fueran este domingo, Ricardo Lagos obtendría el 34% de las preferencias, el 26% elegiría a Joaquín Lavín, Andrés Zaldívar se adjudicaría el 12,9% de los votos, Gladys Marín el 3,2 y Tomás Hirsch el 0,5%. Los indecisos que no quieren responder llegan a un 20,1% de los encuestados.

Esta mañana, la “Fundación Futuro” dio a conocer una encuesta realizada de manera telefónica los días 1 y 2 de marzo a 500 mayores de 18 años del Gran Santiago, con un 4,4% de error (i) y un 95% de confianza. Además, en un muestreo bietápico, se tomó en consideración los distintos grupos socioeconómicos.

En consistencia con los antecedentes del Servicio Electoral, un 82% de los mayores de 18 años está inscrito en los registros y entre éstos, la mayoría son mujeres, mayores de 25 años y simpatizantes del gobierno.

Voluntarios para ir a votar en las primarias de la oposición son sólo el 34% de los encuestados y, en este sector, también es mayor la cantidad de mujeres, aunque pertenecen básicamente a un estrato alto. (Justamente, porque la encuesta, sin quererlo, considera más ese segmento que los más bajos, donde existe un porcentaje mucho menor de hogares con teléfono).

El siguiente ejemplo es aún más lamentable. El diario “La Tercera” le encargó un estudio a la empresa “*Time Research*” para que la misma noche del miércoles 24 de marzo – día en que la Cámara de los Lords, en Londres, decidió si Augusto Pinochet tenía o no inmunidad soberana – realizara una encuesta *flash* de opinión pública sobre este tema. El titular, en portada, es el que vemos a continuación:

ENCUESTA TIME EXCLUSIVA PARA LA TERCERA

QUÉ PIENSAN LOS CHILENOS SOBRE EL FALLO DE PINOCHET

(Página interior) CHILENOS CREEN QUE EL FALLO DE LOS LORES FAVORECIÓ A PINOCHET

El esperado fallo de los lores sobre el caso Pinochet parecería que no ha dejado a nadie indiferente, pero la verdad tiene sus matices: según la primera encuesta flash realizada tras el veredicto del miércoles, un 26% de los consultados confesó no haber sentido nada al conocer la sentencia, mientras que un grupo similar se repartió los sentimientos por partes iguales: 13% sintió alegría y otro 13% rabia.

Ésta es una de las tantas sorpresas que arroja el sondeo TIME Research exclusivo de La Tercera. La encuesta fue telefónica, consideró 360 entrevistas, tiene un grado de confiabilidad del 95% y ratificó que el país continúa fuertemente polarizado en torno a este caso, pese a que ese día tanto opositores como simpatizantes del general Pinochet celebraron por igual.

Si bien los primeros instantes el fallo generó confusión, con el correr de las horas la mayoría de la población entrevistada consideró que el fallo favorece a Pinochet (58%), mientras que poco más de un tercio cree que lo perjudica (36%). Una mayoría similar opina que el fallo no fue justo (55% contra 42%).

Es aquí donde tenemos que hacer un alto. El título nos dice que los CHILENOS creen que el fallo es favorable al senador vitalicio. La intencionalidad es evidente. El titular va en letras grandes, atrae la atención inmediata. No se sabe si el receptor de la noticia se toma el tiempo de leer el artículo en su totalidad, pero queda claro que su primera impresión se la da el título. Sin embargo, nos topamos más adelante con el párrafo que explica en detalle la afirmación del encabezado. Lo veíamos: la mayoría de la población entrevistada consideró que el veredicto favorece a Pinochet.

La pregunta que a esas alturas no se sabe con certeza si el lector se plantea o no es ¿puede la “mayoría de la población entrevistada” interpretarse como que todos los chilenos piensan igual que este segmento? La verdad es que no. Menos aún cuando hemos planteado que practicar encuestas telefónicas en nuestro país se arriesga a entregar resultados que no se ajustan con la realidad, porque no todas personas cuentan con aparato telefónico. Y menos todavía si se piensa que el número de encuestados fue de 360, siendo que en Chile hay 7 millones de personas habilitados para votar y, finalmente, más de 15 millones de habitantes. Y en un tercer punto, apuntamos a un aspecto elemental: la encuesta se realizó sólo en Santiago, una de las 13 regiones del país. Por último, tiene un margen de error de 5,2%, es decir, altísimo. Justamente, como un error calculado matemáticamente, y por lo tanto, muy preciso y científico, establece que mientras más alto es el porcentaje de este indicador, menos confiable es el estudio.

La falta de rigurosidad en esta encuesta es tema de la empresa que la ejecutó o, tal vez, del medio que la divulgó, generalizando sus resultados para toda una nación, quizás motivado por captar el interés de los lectores. Pero lo asombroso es que haya habido un periodista que se haya dedicado a redactar el artículo y no haya detectado tamaños errores como éste. Si vamos más allá, podríamos pensar en un aspecto aún más grave: puede ser que como el medio encargó la encuesta, consideró interesantes sus resultados y no permitió un

cuestionamiento justamente porque, al ser el único que contaba con este sondeo, no podía criticar su propio estudio. Más simple, si encargo algo, le doy una interpretación llamativa, no me voy a poner a cuestionar lo que yo mismo solicité.

Pasemos a un tercer ejemplo. El día viernes 7 de mayo de 1999 se dio a conocer la encuesta política de la empresa “Gemines”. Tomemos la publicación del diario “La Segunda”.

EN REGIÓN METROPOLITANA

ENCUESTA GEMINES: LAVÍN FIGURA A ESCASOS 3 PUNTOS DE LAGOS (33,9% CONTRA 37,1%)

A siete meses de las elecciones presidenciales de diciembre, el candidato presidencial PS-PPD-PRSD, Ricardo Lagos, continúa encabezando las preferencias ciudadanas con un 37,1% en la Región Metropolitana, aunque el abanderado de la Alianza por Chile, Joaquín Lavín, acorta distancias, con un 33,9% de respaldo electoral. Así lo señala la encuesta “Gemines” entregada esta mañana por su gerente general Andrés Passicot, y que indica además que el DC Andrés Zaldívar mantiene un distanciado tercer lugar, con 14,8% de apoyo.

Aunque el margen de error (4%) impide obtener conclusiones inobjetables, según Passicot hay ciertos hechos relevantes que pueden explicar las variaciones. Una de ellas es el retiro de la candidatura de Sebastián Piñera, quien obtenía un 4,5% y luego proclamó a Lavín. Passicot reiteró que éstas son hipótesis y formuló algunas advertencias respecto de las cifras. Un alto porcentaje de los encuestados dice que votará en las primarias, pero otra cosa es que el 30 de mayo, las expresiones de voluntad se conviertan en realidad. Este porcentaje significa que votarían 3 millones 400 mil personas, en circunstancias que el presidente de la comisión de primarias estima una concurrencia de 1 millón 500 mil personas.

Agrega Passicot que el desconocimiento del universo real de votantes puede alterar las cifras.

El artículo nos dice más adelante: Ante la pregunta “si en la elección presidencial hubiese segunda vuelta con 2 candidatos, ¿por cuál de los siguientes candidatos votaría Ud.? La respuesta es que se produciría un virtual empate entre Lagos y Lavín. La diferencia entre el PS-PPD (que obtiene un 44,9%) y el UDI-RN (con 41,3%) es similar al error muestral estimado en la encuesta de cuatro puntos porcentuales. Lagos desciende 5,1 puntos desde las mediciones de diciembre y octubre – en ambas, con 50% - y Lavín gana 2,1 desde esas mismas fechas – donde obtenía 39% -, situándose como el candidato de centroderecha con más alta preferencia de los últimos decenios. Quienes “no responden” aumentan desde 11% desde fines de 1998 a 13,8% en la actual medición.

Se ha acusado a “Gemines” de tener tendencia derechista y, por lo tanto, de beneficiar con sus resultados e interpretaciones a la actual oposición. La afirmación es valórica y no parece apoyarse en criterios científicos. Pero sí contiene puntos dignos de discusión. De hecho, en un artículo publicado el 22 de noviembre de 1998 en el cuerpo D de “El Mercurio”, Gustavo Martínez y Gabriel Davidovics hacen una ácida crítica a la costumbre de muchas encuestas de atenerse sólo a sus resultados concretos.

La primera norma al interpretar las cifras que arroja un estudio es asegurarse de compararlas con un sondeo anterior, que representan el mismo universo de estudio y donde se utiliza el mismo diseño muestral probabilístico. Además, que plantea las mismas preguntas que se han usado en las encuestas anteriores. Sólo así los resultados serían comparables. ¿Por qué? Para detectar tendencias a través de los cambios que se visualizan a lo largo del tiempo, en distintos períodos.

Qué pasaría con “Gemines”. El área geográfica que cubre es el mismo: la Región Metropolitana. El diseño muestral también es probabilístico y las preguntas son las mismas, expresando éstas intención de voto. Hasta ahí todo bien. Sin embargo, nos topamos con un hecho ineludible: aquí se están aplicando muestras probabilísticas y, por lo tanto, pueden registrar fluctuaciones aleatorias, porque los grupos no son los mismos.

Esto es perfectamente aceptado por la estadística. Pero para poder comparar en estricto sentido científico, habría que apegarse a la precisión. Porque para encontrarle un significado verdadero a los resultados obtenidos, no se puede uno basar solamente en las estimaciones de punto, es decir, en el 33,4%, por ejemplo, logrado. Cuando existen fluctuaciones que dependen del azar, se hace necesario considerar el “intervalo de confianza”. En otras palabras, se toman en cuenta los límites en que podrían estar contenidos los valores reales; a estos “bordes” se llega a través del margen de error.¹²

Es tan importante lo que dicen estos expertos que, por ejemplo, si en agosto Lagos tenía un 32,5% y el margen de error es siempre 3%, entonces la intención de voto estaría entre un 29,5% y un 35,5%. Si en octubre el mismo candidato aparece en la encuesta con un 34,3%, no es posible subrayar que el abanderado experimentó un aumento nada despreciable. Esto ocurrió con el sondeo del sábado 10 de octubre de 1998, donde la prensa tomó las cifras como que Ricardo Lagos había bajado 2,2%. Qué es lo que sucede. Que desde agosto, el abanderado siempre tuvo una posibilidad de que la gente tuviera la intención de votar por él entre un 29,5 y un 35,5%. Lo que nos muestra octubre no es novedad. Ese número está dentro de los límites de intención de voto anteriores, por lo que no habría tal alza importante. Incluso, podría no reflejar lo que está pasando en el universo, sino sólo una fluctuación aleatoria propia del uso de muestras probabilísticas.

Es norma en la estadística que al trabajar con una muestra y no con un censo o cobertura completa de todo el universo, el resultado, la cifra, está expuesta al famoso error muestral. Por ende, no se puede decir que una opción obtuvo un determinado porcentaje, sino que los valores estarían entre un límite inferior y otro superior de la intención de voto. Esto rige no sólo para “Gemines”, sino para la mayoría de sondeos que dice buscar tendencias a lo largo de períodos de tiempo, usando muestras probabilísticas y preguntas exactas en los distintos estudios. Así lo determina la “teoría de la inferencia estadística”.

Tanto es así, que los 2 autores del artículo tomaron la encuesta “Gemines” de octubre del '98 y la “reanalizaron” en los términos que ya se han explicado. Su resultado es que sólo son estadísticamente significativas al nivel del 5% las alzas de Lavín y Zaldívar. Es decir, éstas sí estarían reflejando algo que sucede en el universo y no se deben a una fluctuación azarosa. El descenso de Lagos, por su lado, no es considerable ni significa nada en términos estadísticos.

Hasta aquí dejamos la primera argumentación. La segunda tiene que ver con que esta encuesta se toma como reveladora, de interés nacional, logra una cobertura enorme en todos los medios y resulta que sólo está reflejando la realidad de la Región Metropolitana. No tendría nada de negativo si no fuera porque uno de los candidatos a la presidencia es Joaquín Lavín, que no es ministro de gobierno (como lo fue Lagos y, por lo tanto, conocido en todo el territorio nacional), sino alcalde de una comuna de la capital, Las Condes. Lo que sucede es que muchos de los logros de este edil, muy reconocidos en su sector y en Santiago, son finalmente desconocidos para el resto de las regiones. Por ende, la encuesta nos está diciendo lo que piensa la región que más conoce a este abanderado por los proyectos concretados, donde tiene más difusión, pero no nos asegura nada respecto al resto de las 12 regiones.

¹² Lo observábamos en el capítulo del *exit poll*. Si el margen de error es de 3%, y obtengo un 30% en una cierta respuesta, los valores reales debieran estar entre un 27 y un 33%.

A lo que apuntamos es que no puede dársele tal cobertura nacional, como si fuera un vuelco sorprendente en la política, a una encuesta que nos habla sólo de un segmento donde el gran contendor de Lagos tiene gran figuración. Nos cabe preguntarnos: ¿qué pasaría si la encuesta se hiciera en la quinta o la sexta región? ¿Tendría Lavín la cercanía que muestra con Lagos? O ¿qué sucedería si el alcalde no fuera de Las Condes, sino del norte y la encuesta se hiciera aquí en Santiago? ¿Tendría tan corta distancia Joaquín Lavín de su rival del PS-PPD?

También es necesario abordar otro punto y es que la encuesta “Gemines” preguntó a los encuestados: “Si las elecciones primarias de la “Concertación” fueran este domingo, ¿por cuál de los siguientes candidatos votaría Ud.? Un 59,2% dijo que no iría, o no respondió o que no sabe. Y los que sí contestaron, le dieron 10 puntos de ventaja a Ricardo Lagos por sobre Andrés Zaldívar. Este último obtuvo un 15,4% frente al 25,4% de su oponente.

Las reacciones fueron inmediatas. El propio Zaldívar denunció: “la encuesta la considero una infamia política, un aprovechamiento político, no tiene nada que ver, nadie sabe en qué condiciones se hace una encuesta telefónica, ni cuál es el universo, ni si son puros partidarios del uno o del otro”.

El generalísimo de su campaña, el DC Jaime Ravinet, fue mucho más allá: “Veo en este sondeo una pretensión de utilización política y de polarizar al país, sólo entre derecha e izquierda”. Siempre se les ha criticado a los políticos que muestran satisfacción cuando una encuesta los beneficia y reclaman cuando ésta los perjudica.

Pero en este caso, tenían algo de razón. En todo caso, no era para llegar a afirmar que había un “aprovechamiento político” de parte de la empresa. Si hubiesen recurrido a argumentos más objetivos, tal vez no habrían aparecido como siempre se les acusa: disintiendo de los estudios y resultados que van en su contra. El gerente general de “Gemines”, Andrés Passicot, dijo que también se le

había preguntado a las personas: “si las elecciones primarias fueran este domingo, ¿usted votaría o no en ellas?” El 43% resultó favorable y un 57% no lo haría. Y aquí viene el gran error:

Passicot recalcó que esto, extrapolado a todo el país, daría un universo electoral para los comicios concertacionistas de 3 millones 440 mil personas, a pesar de que la alianza de gobierno siempre calculó 1 millón y medio.¹³

Y continúa el ejecutivo: “Para las primarias de estas características, no tenemos ninguna experiencia para atrás que nos permita decir que sí será así, pero para las presidenciales y para las parlamentarias – en las que tenemos mucha experiencia – le podemos decir que sí. Eso hace que los resultados que estamos publicando nosotros de las primarias y otros que se van a publicar sobre las mismas bases, en realidad tengan un error muestral. Esto no está en el 4%, es un error que se deriva del desconocimiento que tenemos de quiénes van a ir a votar el 30 de mayo”.

¿Cómo se puede trabajar sobre la base de un universo desconocido? ¿Y extrapolar lo obtenido en la Región Metropolitana al resto del país, llegando a insinuar una cifra de potenciales votantes en una elección que, encima, no es obligatoria? De hecho, la cifra de más de 3 millones de posibles electores triplicó al número que al final llegó hasta las urnas de la “Concertación”. El lector podría contraargumentar: bueno, le dio el triunfo a Lagos y así ocurrió ese día. Pero si es por eso, entonces todos los estudios políticos que se han hecho en el último tiempo serían correctos sólo porque han dado como ganador a Ricardo Lagos. Para poder operar estadísticamente y poder predecir lo que va a pasar en un acto eleccionario, es preciso contar con algún censo de la población a la que se quiere representar. Porque, al ser las primarias de carácter voluntario, no se sabe si el que contestó que no va a ir a sufragar, a último momento cambie de opinión y lo haga. Las variables son muchas, y un estudio telefónico, que sólo abarca a la

¹³ Finalmente, votaron 1 millón 200 mil personas el 30 de mayo de 1999.

capital de Chile no puede ni siquiera tratar de deducir un universo de votantes para todo un país. Aún cuando el gerente general haya admitido que es difícil. Comparar una primaria con una elección presidencial o de miembros del Congreso es un error.

XI.- CONCLUSIÓN

Durante el primer trimestre de 1999, ocurrió un hecho que puso en tela de juicio, otra vez, la labor de la prensa. Un joven barrista de “Colo Colo”, Ricardo Pitrón, murió a manos de hinchas de su “equipo enemigo”, la “Universidad de Chile”. El hecho conmocionó al país porque la víctima era inocente y sufrió, como muchas personas, los estragos de la violencia dentro y fuera de los estadios. Los medios de comunicación dieron gran cobertura al crimen y al acudir a la población La Pintana, donde vivía el adolescente, fueron recibidos con gritos, insultos y hasta robos. La prensa quería tratar el tema de las pandillas en los sectores más pobres, pero se encontraron con una actitud de la gente tremendamente hostil.

Quienes los violentaban recurrían a un argumento ya conocido: la prensa no dice la verdad. Gran dilema para este sector del país que, además, debe afrontar acusaciones de que no es lo suficientemente transparente o valiente para denunciar actos de corrupción u otras irregularidades. El periodismo, en general, tiene una difícil tarea. En los países democráticos, la gente tiene un derecho innegable: el de poder acceder a la información. Pero resulta que desde que fueron apareciendo los medios de comunicación, se los ha acusado de ser una especie de “cuarto poder”, manipulador, fijador de “agendas temáticas”, capaz de inyectar mensajes a los receptores como una “jeringa hipodérmica”. En fin, se los ha visto más como demonios que intentan apoderarse de las mentes y de la opinión pública y que pueden destruir gobiernos, personas, políticas, etcétera.

El asunto no es simple. Existe un *establishment* donde la prensa no tiene mayor libertad, ya sea porque las leyes le impiden dar a conocer ciertos hechos, o porque el *rating* los esclaviza a los “supuestos intereses” de la gente, o porque los medios están en manos de grupos de poder interesados en imponer su punto de vista. Pero no es una tarea imposible. Sí existen naciones, como Estados Unidos, donde es la opinión pública, las personas, las que gobiernan. Su manera de pensar se ha vuelto tan importante que todos los días algún medio hace una encuesta para medir percepciones de la gente.

Es algo que parece propio de la democracia. Y en Chile no sucede. La policía de investigaciones está incapacitada por ley para revelar ciertos detalles de algunas informaciones y le puede prohibir a la prensa que los divulgue. Se le llama “secreto de sumario”. Está también la censura. La publicación “El Libro Negro de la Justicia Chilena”, de la periodista Alejandra Matus, fue requisado por orden de un juez debido a que el ministro de la Corte Suprema, Servando Jordán, recurrió a la Ley de Seguridad Interior del Estado. El texto hablaba de irregularidades en el Poder Judicial, sin embargo, Jordán se sintió difamado y acudió a esta normativa que protege a ciertas autoridades del país. Algo parecido ocurrió con el libro “Inmunidad Diplomática”, de Francisco Martorell.

En fin, podríamos usar el resto de este trabajo para listar casos en que la prensa se ha visto impedida de informar. La estadística, presente en forma constante en la vida cotidiana, es también un ámbito donde prevalece censura tan incómoda como la que ya vimos y que perjudica igualmente a la opinión pública. No existen estudios aún que comprueben que las encuestas influyen sobre la intención de voto de la gente. Sin embargo, de algún modo penetran en las percepciones sociales. Los pequeños grupos, fuente de influencia importante, como lo establecieron Katz y Lazarsfeld comentan estos resultados.¹⁴ Resultados

¹⁴ Estos autores señalaban que muchos estudios probaron en un momento que los volantes políticos o mensajes intencionados de campañas a través de los medios de comunicación muy pocas veces lograban cambiar la intención de voto o tendencia política de las personas. Sí constataron que una fuente importante para lograr que los indecisos se decidieran o que la gente cambiara de opción es el pequeño grupo, es decir, aquellas personas que tienen relaciones estrechas o de admiración cercana, etcétera.

que no siempre tienen que ver con opciones electorales, sino también con evaluaciones de un determinado gobierno, los temas que más preocupan a la ciudadanía, los personajes que, se percibe, más han aportado al país. En suma, es un derecho de las personas acceder a información que de verdad refleja la realidad. Y ésta es misión del periodismo.

En nuestro país, como en muchas otras democracias, la estadística y el periodismo están muy conectados. La democracia es la voluntad del pueblo y para saber lo que éste quiere también hay que conocer su manera de pensar. La encuesta parece ser uno de los medios más eficaces para lograrlo. Es un método científico, avalado por fórmulas precisas y exactas y que permiten inferir y humanizar las cifras para comprender las percepciones de la sociedad.

En nuestro país existen muchas empresas dedicadas a investigar lo que piensa la opinión pública. Cada una tiene su método, muchas de ellas los “importan” de otros países más sofisticados en la materia y de vez en cuando los divulgan para que sus resultados se conozcan. Sin embargo, también de vez en cuando, sale alguna publicación de académicos criticando esas metodologías. Aún así, el debate no es generalizado; las encuestas siguen saliendo, con sus métodos particulares, y las críticas a sus procedimientos también, pero todo en paralelo.

La autora de este trabajo cree, firmemente, por la evidencia acumulada que a Chile todavía le falta bastante para poder sostener que de verdad conoce el pensamiento de la opinión pública. Pero, más en esencia, al país le falta una discusión sobre cuáles sondeos son más válidos y cuáles de ellos pueden ser tomados en forma más seria. El asunto es, en el fondo, que los periodistas pueden ser una fuente muy buena de cuestionamiento a los distintos estudios que van conociéndose. No obstante, les falta preparación para hacer las preguntas correctas y no tomar los resultados de las encuestas al pie de la letra.

El lector puede contraargumentar que aunque este profesional esté preparado para indagar más allá las conclusiones de un sondeo, el medio en el que trabaja no se lo va a permitir. Sin embargo, nunca está demás probar. Un periodista que sabe de lo que está hablando podría ser capaz de imponer su punto de vista si aporta afirmaciones contundentes.

Es más, el reportero podría actuar de una manera más indirecta. Por ejemplo: años atrás, el padre de la opinión pública en Chile, Eduardo Hamuy, acusó a la prensa del período anterior al plebiscito de 1989, de “actuar de mala fe. Cada medio de comunicación destacaba la encuesta que le convenía a la propia opción”. Muchos diarios confundieron a los lectores entregando encuestas sin valor, incluso con más relevancia que las que se habían hecho profesionalmente. Aquí yace una idea importante. Si estoy obligado a darle credibilidad a un sondeo que a lo mejor, metodológicamente no lo tiene, lo hago, pero, además, puedo proponer críticas al estudio publicado por otro medio en el que uno sí detecta errores. El fin es que, al menos, el lector pueda comenzar a reconocer qué encuestas valen y cuáles no.

El profesional, además, debiera tener la capacidad para evaluar los objetivos que tiene cada fuente al entregar un dato, como dice Roberto Méndez, encargado mucho tiempo de las encuestas “CEP-Adimark”. Y nos dice: “ellos deberían advertir si un estudio viene de alguno de los bandos para que el lector los considere con cautela”. Ejemplo: para el plebiscito de 1989, “El Mercurio” publicó un sondeo al que le dedicó 3 páginas y que le daba a la opción “sí” un 60%. “La Época”, en tanto, divulgó uno en el que se afirmaba que el “sí” no lograría el 20%, siendo que la tendencia hablaba que el oficialismo de entonces, tenía por lo menos un 39% de apoyo.

Como conclusión, nos gustaría dar una especie de pauta para que un reportero que cubre una encuesta sepa cómo abordarla. Los pasos los da Eduardo Arriagada, periodista de la “Universidad Católica”, MBA del “Instituto de

Empresas de Madrid” y profesor en la Escuela de Periodismo de esa casa de estudios. Lo primero, nos dice, es investigar si lo que se está dando a conocer es realmente una encuesta. Porque no todos los sondeos son sondeos. De hecho, si un periodista se pone a preguntarle a la gente en la calle sobre un tema, va a tener como universo sólo a los que en ese momento tenían tiempo y ánimo de contestar. Por supuesto que lo descrito no corresponde a un estudio serio.

Segundo, es necesario preguntar a quien divulga una encuesta si su muestra fue probabilística o por cuotas. Es un dato que, al menos, define la calidad de la encuesta y sirve para diferenciarla de otros trabajos menos científicos. Y como en nuestro país existe un arduo debate de cuál tipo de muestra es mejor, lo más preferible es agregar un nuevo elemento para dirimir la discusión y éste es: la credibilidad de la empresa que hace el estudio. Sería bueno, entonces, preguntar cómo le ha ido a esos investigadores en oportunidades pasadas. Si no le contestan, puede recurrir al archivo. También resulta conveniente preguntar si el estudio lo encargó alguien y quién es. Lo más interesante de esto es que, lo encargue una tendencia u otra, el resultado finalmente va a estar a la vista, que es nada menos que la elección y sus resultados.

Tercero, el periodista debiera exigirle al investigador que interprete lo que podría pasar con un grupo que a lo mejor quedó al margen del estudio. Porque así se deja en claro que los resultados de la encuesta no nos están diciendo exactamente lo que va a ocurrir el día de la elección; hay personas que siguen indecisas hasta el día de la votación o, también, están las FFAA, que en esa fecha sí van a ir a votar. El que hace el estudio, al interpretar, está a la vez aclarando cuáles son las limitaciones de su trabajo, es decir, a quiénes no abarca su sondeo.

Cuarto, el periodista podría exigir el cuestionario que se utilizó para hacer la encuesta. Él mismo podría detectar si se hicieron preguntas desviadas o que exigían sólo determinadas respuestas. Hoy día los expertos tienen claro que el cómo se hace una pregunta produce efectos en cómo ésta se contesta.

Imaginemos un sondeo previo al plebiscito 1989 en el que se quiere saber la intención de voto de las personas en cuanto a los candidatos existentes. En ese tiempo, preguntar por la alternativa Presidente Pinochet, sonaría como muy oficialista, General Pinochet, muy de oposición; por lo tanto, se lograría una mayor objetividad al llamarlo Augusto Pinochet Ugarte.

Para terminar, 2 últimas cosas: en primer lugar, citar las palabras de Roberto Méndez, que grafican muy bien el porqué de exigir los datos ya señalados. Básicamente, apuntan a que hoy una encuesta puede ser usada como arma, si el periodista lo permite. “la distorsión de la verdad en cualquier forma no puede ser aceptada éticamente como arma de la lucha política, los resultados de encuestas incluidos. Hacerlo sería aceptar mañana cualquier cifra, cualquier realidad podría ser manipulada con miras a un resultado electoral: las cifras de desempleo, de inflación, de crecimiento del producto y otras. El resultado sería que todos, gobernantes y gobernados, nos sumiríamos en un mar de desinformación, oscuridad y duda”.

En último lugar, citamos a Gustavo Martínez. “Realmente, no entendemos por qué nuestros periodistas no son exigentes en las conferencias de prensa en las que se les comunican estos resultados. Tampoco comprendemos las razones por las cuales los investigadores no entregan una información mejor analizada, puesto que sólo conduce a interpretaciones equivocadas”.

Para evitar todas estas concepciones y errores, y que los periodistas PUEDEN enfrentar, es necesario que se les enseñe la estadística en función de un objetivo mayor: exigir la verdad en la información.

XII.- BIBLIOGRAFÍA

- 1) “Al INE no le corresponde hacer el análisis económico del desempleo”, diario “La Segunda”, pág. 39, 6 de noviembre de 1998.
- 2) “Análisis de la tercera encuesta nacional de CONACE”, folleto entregado por la “UDI” en conferencia de prensa.
- 3) “Chilenos creen que el fallo de los lores favoreció a Pinochet”, diario “La Tercera”, p. 8 – 9, 28 de marzo de 1999.
- 4) “Decano de Economía de la Universidad de Chile explica por qué su medición de desempleo es más alta que la del INE”, diario “La Segunda”, pág. 20, 5 de octubre de 1998.
- 5) “El *Exit Poll* en las elecciones chilenas de 1993: Las enseñanzas de un fracaso”, Revista “Política”, Instituto de Ciencias Políticas de la Universidad de Chile, 1996, volumen 34.
- 6) “Empleo informal crece 93,6% y ‘tapa’ desocupación”, diario “La Segunda”, pág. 21, 2 de noviembre de 1998.
- 7) “Encuesta de “Fundación Futuro”: Un 55% tiene intención de votar en primarias de la “Concertación””, diario “La Segunda”, pág. 23, 4 de marzo de 1999.
- 8) “Encuesta “Gemines”: Lavín figura a escasos tres puntos de Lagos”, diario “La Segunda”, p.18 – 21, 7 de mayo de 1999.
- 9) Encuestas telefónicas *Vox Populi*, folleto de la “Fundación Futuro”, explicativo de procedimientos para efectuar sus sondeos vía teléfono.
- 10) “Encuestas y Cuestiones de Método”, diario “La Nación”, pág.5, 13 de mayo de 1999.
- 11) Erika Grassau S., “Elementos de Estadística”, Facultad de Filosofía y Educación de la Universidad de Chile, Editorial Universitaria, S.A.
- 12) ““Fundación Futuro” no le ve posibilidad a Frei Bolívar”, diario “La Hora”, pág. 12,4 de marzo de 1999.
- 13) “Gobierno investigará diferencias en las mediciones del desempleo”, “El Diario”, 6 de noviembre de 1998.

- 14) "INE adelanta información sobre desempleo", diario "La Hora", pág. 47, 18 de noviembre de 1998.
- 15) "Lo Que No Dicen las Encuestas", diario "El Mercurio", cuerpo D, pág. 24, 22 de noviembre de 1998.
- 16) "Molina exige al Ministerio de Economía que aclare diferencias sobre desempleo", "El Diario", p. 25, 5 de noviembre de 1998.
- 17) "Muestreo Probabilístico y Muestreo de Cuotas en los Estudios Preelectorales y de Opinión Pública", Revista "Política", Instituto de Ciencias Políticas de la U. De Chile, Stgo, 1998, número 36.
- 18) "Nuevo aumento del desempleo: 11,4% en el Gran Santiago", diario "La Segunda", pág. 2, 25 de enero de 1999.
- 19) "Otra vez subió el consumo de drogas", diario "La Hora", pág. 2-3, 9 de abril de 1999.
- 20) "Santiaguinos dispuestos a medidas drásticas", diario "La Hora", pág. 4, 26 de abril de 1999.
- 21) "Sorpresivamente el desempleo se mantiene en 6,8", diario "La Hora", pág. 34, 2 de noviembre de 1998.