

Las empresas de opinión

Al margen de las instituciones académicas que han arraigado una presencia en el ámbito de las encuestas de indagación política (la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flasco; el Centro de Estudios del Desarrollo, CED; el Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea, CERC, y más tímidamente el Centro de Estudios Públicos, CEP), existen al menos tres empresas de intensiva presencia en el medio.

Gallup

Probablemente la más conocida es Gallup, constituida como filial local de la famosa transnacional sobre la base de capitales chilenos y uruguayos. La mayor proporción de los estudios realizados por la firma se afina en el ámbito del marketing. No obstante, entre 1975 y 1982, el gobierno se contó entre sus clientes más asiduos. En dicho período, el equipo Gallup pronosticó y acertó, con notable precisión, los resultados de la Consulta de 1978 y del Plebiscito de 1980. Aun cuando la firma reserva los resultados, los detalles metodológicos y las derivaciones analíticas de sus proyecciones de opinión a su propia clientela, los especialistas suelen conocer su forma de trabajo y asignan, en general, un alto grado de credibilidad a sus estudios.

Desde el segundo semestre de 1986, y con una periodicidad mensual, Gallup confecciona, para una clientela reservada, un Índice Político que, a partir de un diseño muestral probabilístico, aquilata científicamente la opinión de la población mayor de 18 años, de ambos sexos, residente en las diversas comunas de Santiago.

El gobierno ha dejado de figurar en la planilla de clientes de la Gallup. No obstante, se sabe que no es insensible a sus indagaciones de opinión. El incidente acerca de la "paternidad responsable" de la encuesta que resultó ser de Skopus no es el primero que involucra a esta firma. Hace algunos años la filial chilena debió desmentir las afirmaciones vertidas por el ex canciller Alex

Schweitzer, en un divulgado programa de la televisión norteamericana, en el sentido de que un sondeo de esta compañía revelaba un mayoritario apoyo popular a la gestión presidencial de Pinochet.

Diagnos

Diagnos es, probablemente, la más popular y prolífica de las empresas que pulsan la opinión pública. La firma, constituida hace cinco años por una sociedad de profesionales, es dirigida por el sociólogo Hugo Rivas y produce, contra encargos o *motu proprio*, flashes de opinión sobre temas de interés coyuntural o estudios en profundidad sobre determinados aspectos de la realidad sociopolítica. Ese es, precisamente, el ámbito-fuerza de la compañía. En el stock de datos de la empresa figuran los resultados de cerca de un centenar de sondeos tipo flash, contruidos a partir de medio millar de encuestas metodológicamente representativas de la opinión ciudadana frente a temas puntuales. Adicionalmente, existe ya una serie continuada de 18 estudios bimensuales de indagación política en profundidad, que la empresa hace llegar a una clientela reservada.

Skopus

La tercera empresa es Skopus, que trabaja fundamentalmente en el área de marketing, pero que ha incursionado también en varias ocasiones en el ámbito de la indagación propiamente política. Entre la clientela de esta firma se cuentan la Editorial Portada, que produce la revista *Qué Pasa*, el Centro Bellarmino, de la orden de los jesuitas, la Universidad Católica y el gobierno. Según uno de los dueños de la firma, los estudios de carácter político no representan más de un 20 por ciento de la carga habitual de trabajo de la compañía. Los encargos del gobierno (que suele costear una media de cuatro estudios de diversa índole por mes, tanto en provincias como en Santiago) gravitan fuertemente en dicha proporción.

cando las instituciones académicas que han incursionado con periodicidad en el ámbito de la opinión política de la población nacional, empresas como Diagnos y Gallup suelen reservar para su clientela no sólo los resultados sino también los detalles metodológicos y las derivaciones analíticas que constituyen el todo de su investigación de campo.

Disparidad complicada

A pesar del misterio, las filtraciones de la encuesta Skopus han sido relativamente numerosas. Hasta donde se sabe, (1) el estudio fue encargado y puntualmente pagado por algún ministerio del área política; (2) se planificó, practicó y procesó en el lapso *record* de cuarenta días; (3) consideró la opinión de un total de ocho mil "unidades muestrales", es decir, personas, seleccionadas igualmente en los centros urbanos y en puntos tan distantes como Parícuta, Caleta Tirúa y Puerto Bories; y (4) tuvo por objeto inda-



El Jefe del Estado gana en encuesta Skopus y pierde en la Flasco-CED. ¿Son confiables las cifras?



MARTIN THOMAS

"No comentaremos nada que diga relación con la cédula de la encuesta, ni con los resultados ni con los costos", declaró director de Skopus, empresa que efectuó encuesta por encargo del gobierno y cuyos resultados le favorecen.

gar, a partir de un cuestionario de entre 20 y 25 preguntas, la percepción política de toda la población de ambos sexos y mayor de 17 años, residente en Chile continental, en algún momento del pasado mes de octubre.

Los resultados transmitidos de cualquier modo hacia la prensa consignaron, en principio, que el porcentaje de "apoyo" al gobierno bordearía el 37 por ciento, que los simpatizantes de la oposición sumarian aproximadamente un 24 por ciento, y que la proporción restante correspondería al insondable universo de las "unidades muestrales" todavía indecisas y sin opinión.

El revuelo que se armó a partir de allí dista de ser gratuito. La más reciente encuesta de posible comparación, procesada hace menos de dos meses por Flasco y CED, según una metodología ampliamente conocida y aprobada en su rigor científico por el conjunto de los especialistas locales (incluido Nosedá) consignó que, con un margen de error de apenas cuatro puntos porcentuales, "la intención de voto" de los chilenos adultos de ambos sexos (de Santiago, Antofagasta, Temuco y Puerto Montt) no reflejaría en ningún caso un apoyo superior al veinte por ciento para Pinochet, "en el supuesto de que la Constitución se aplique tal como está, y se haga el plebiscito, y éste sea el candidato único".

Por simple contraste, y asumiendo la existencia de una significativa proporción de gente que "no sabe lo que haría" o sencillamente "no responde", el voto negativo bordearía o superaría significativamente el 40 por ciento.

Cuestión metodológica

"La distancia entre los resultados de ambas encuestas, realizadas prácticamente al mismo tiempo, es suficientemente grande como para despertar sospechas", asegura Eduardo Hamuy, gestor todavía vigente de las encuestas políticas de opinión pública que alcanzaron alta difusión y credibilidad entre 1957 y 1973. "Contra la amplia difusión de los aspectos metodológicos que validan los resultados de las encuestas que han venido realizando en el último tiempo algunas instituciones como Flasco, CED y el CERC de la Academia de Humanismo Cristiano, de la encuesta de Skopus sólo se conocen algunas filtraciones, sorprendentes pero vagas, sin que se hayan divulgado ni la cédula de la muestra ni su metodología ni el grado de aproximación de la base muestral a un set de

datos objetivamente conocidos de todos, como el Censo".

Distante de ser detalles para exiguos. La sola cédula de una encuesta de opinión pública es capaz de mostrar, a cualquier especialista, las hipótesis subyacentes al estudio y la calidad técnica de las interrogantes que se plantean a las "unidades de muestra" para obtener una respuesta inequívoca.

Del mismo modo, a juicio de Carlos Ashton, de Gallup, la metodología de cualquier encuesta con algún asidero científico contiene en sí la sana pretensión de que "de repetirse el ejercicio en similares condiciones, cualesquiera sean los investigadores, debe llegarse a un resultado equivalente".

"Pequeña" diferencia

Skopus no parece tener aprehensiones en ese sentido. De acuerdo con las explicaciones del socio-director Augusto Nosedá, la metodología utilizada en la encuesta nacional que le fue encargada por el gobierno es "el diseño muestral replicado y multietápico", construido por William Deming, que permite, para el caso concreto del estudio en cuestión, obtener resultados sujetos a un margen de error que en ningún caso supera el rango de 1,5 punto porcentual hacia arriba o hacia abajo.

Asumiendo que la cuestión no es la metodología, ¿cómo explicarse entonces esa distancia claramente incompatible entre los resultados de las encuestas Flasco-CED y Skopus?

Sólo existe un único indicio decisivo. La encuesta Flasco-CED, de la que también existen versiones para 1985 y 1986, indaga directamente la intención del voto: "¿Cómo votaría usted si...?". (¿Por contraste?) una alta fuente gubernamental reveló a un grupo de periodistas el sentido más o menos exacto de una sola de las más de veinte consultas realizadas

por Skopus: "De realizarse un plebiscito con Pinochet como candidato único, ¿quién cree usted que ganaría?".

Eso es todo lo que se sabe. Es probable que el gobierno disponga la difusión de unos cuantos otros datos que "confirman" la impresión "de su clara ventaja sobre la oposición". Deberá apurarse, sin embargo, puesto que tanto el binomio Flasco-CED, como el CERC de la Academia de Humanismo Cristiano, anticipan la abierta difusión de los resultados de dos nuevas encuestas de amplia cobertura para fines de este mes.

Skopus no ha recibido un nuevo encargo gubernamental, pero esperan con confianza. En favor de sus expectativas juegan al menos dos factores de consideración: el "clima" general, favorable a una intensificación de la demanda por encuestas de este tipo y el secreto orgullo de haber acertado, con un margen de error inferior a un punto porcentual ("aunque desde otra casa, si"), los resultados de la Consulta del 78 y del Plebiscito de 1980.

En este último caso, y según Eduardo Hamuy, se estableció un *record* digno de figurar en el registro de Guinness: "Gallup consiguió entonces pronosticar incluso la tasa de fraude que, de acuerdo con las observaciones de mi propio equipo, se cometió en el 39,9 por ciento de las mesas de sufragio habilitadas en Santiago". □



Cosecha de simpatías en la actividad presidencial. Esta tiene características de campaña electoral, según la oposición.

JESUS MONTROZA