

Juan Pardo y el estudio sobre la constituyente que reúne a todas las encuestadoras: “Hay disenso, no polarización”

El sociólogo y presidente de la Asociación de Investigadores de Mercado y Opinión Pública de Chile (AIM) adelanta algunas conclusiones del trabajo realizado en conjunto por las empresas de opinión pública en Chile. Respecto de las conclusiones, hay consenso en un Estado plurinacional y paritario, y en términos de las principales demandas, las personas exigen principalmente educación, salud y pensiones.

Maria Arriagada

Lo que espera la ciudadanía del proceso de redacción de la nueva Carta Magna es lo que buscará transparentar el estudio Voces Ciudadanas para la Constituyente, explica el sociólogo y director de Feedback Comunicaciones, Juan Pardo.

Son 21 instituciones las que conforman la Asociación de Investigadores de Mercado y Opinión Pública de Chile (AIM), como Critería, Kantar, Feedback, Ipsos y Fases. “Las empresas que usualmente compiten”, según Pardo, presidente de la asociación, decidieron colaborar e investigar en conjunto las expectativas del proceso constituyente.

El estudio será dado a conocer el 13 de abril y fue elaborado a través de tres fuentes: un total de 2.873 de encuestas realizadas en paneles -grupos de encuestados vía web-, 50 testimonios recolectados en entrevistas y un análisis de medios tradicionales, digitales y de Facebook desde agosto de 2019 hasta febrero de 2021.

Para las empresas de opinión pública, ¿qué posibilidades hay de predecir las preferencias en la elección constituyente con el sistema D'Hont, la paridad y los escaños reservados para pueblos indígenas?

Si alguien me dice que tiene los resultados de los constituyentes, yo le digo que es mago. Es imposible hacer algún tipo de predicción, porque justamente el voto de lista y la distribución de cebra por la paridad de género dificultan cualquier cálculo.

La mayoría de las proyecciones que se están haciendo son en base al resultado de las parlamentarias del 2017. Sin embargo, tengo la impresión de que nos podemos encontrar con una sorpresa y que una parte impor-

tante de los electores cambiará el driver -conductor- de votación, y en vez de votar por un partido, lo hará por ideas y una persona específica.

Hemos sido testigos de una serie de resultados políticos muy diferentes a lo que proyectaban las encuestas. Lo vimos en Estados Unidos con el triunfo de Trump, en el plebiscito colombiano y el resultado del Brexit, todos en 2016, ¿tiene un diagnóstico acerca del por qué las empresas de encuestas no están logrando conocer las opiniones de las personas?

Eso es un tema que está siempre en estudio. Nosotros siempre miramos la experiencia internacional para ver cuáles son los mea culpa que hacen las propias empresas respecto de dónde fallaron.

Ahora las encuestas siempre se han acercado a predecir, pero con márgenes de error, y en algunos casos han fallado en la metodología. Por ejemplo, no considerar el perfil del votante probable. Sabemos que en una encuesta de opinión pública de 100 personas que contestan, solamente la mitad son votantes probables.

Ahora, no todas las encuestas se han equivocado y no en todas son tan grandes las desviaciones. Hay algunas encuestas que fueron bastante acertadas, especialmente para el plebiscito, vi varias que estaban bastante cerca del resultado. Lo que pasa es que mucha gente no creyó que fuera a haber esta distancia entre el apoyo y el rechazo.

¿Cuál es la calidad de las encuestas actualmente en Chile frente a las restricciones que trae consigo la situación sanitaria?

La industria de la investigación por encuesta sobrevivió el año 2020 gracias a que la mayoría de las empresas en Chile había dado paso decidido para la digitalización de sus servicios.

El hecho de que muchas empresas cuenten con paneles, o que tengan una planta telefónica que funcione desde la casa de las personas, que no se tenga que estar en la oficina para conectarse a la línea telefónica, ha abierto grandes posibilidades para todas las empresas de poder hacer investigación remota.

¿Cuáles son los principales acuerdos entre la ciudadanía que concluyó el estudio Voces Ciudadanas para la constituyente?

Existe un consenso mayoritario sobre la idea de un Estado plurinacional, que reconozca la diversidad de sus habitantes y les entregue legitimidad a los pueblos originarios. También hay acuerdo respecto de un Estado paritario que reconozca la desigualdad de representación a nivel de género y, por lo tanto, que se consideren cuotas para el cumplimiento de los cargos de confianza estatal.

¿Cuáles son las principales demandas?
 Tanto en las encuestas como en las entrevistas sobre derechos hay bastante consenso. Hay tres demandas principales que las personas quieren ver plasmadas en la Constitución: el derecho a la educación, el derecho a la protección de la salud y el derecho a la seguridad social, entendida como pensiones.

¿Qué temas generaron más división?
 No hay acuerdo mayoritario sobre el tipo de sistema político que debería estar plasmado

en la Constitución: entre el presidencial o semipresidencial.

La mayoría piensa que debe existir el voto voluntario, pero tampoco es una mayoría firme, ya que hay una parte importante que cree que deberíamos transitar al voto obligatorio.

El director de la plataforma de conversaciones ciudadanas impulsada por la UC y la UCH “Tenemos que Hablar de Chile”, Hernán Hochschild, concluyó que “no existe un país polarizado, pero sí un mundo político y redes sociales que lo están”. ¿Cuál es la evidencia que han encontrado ustedes al respecto?

El debate no está polarizado hacia ningún lado en específico y hay bastantes acuerdos que son transversales respecto de lo que debería tener la nueva Constitución. Nosotros hablamos de que hay disenso, no de polarización. Lo segundo se refiere a dos polos que están en los extremos y que no se van a encontrar nunca. Con el disenso decimos que existen dos grupos con un peso equivalente y en posición contraria.

¿Hay mucha diferencia entre la agenda de los medios y la ciudadana respecto de las demandas constitucionales?

Lo veo más o menos equilibrado. Los medios tienen conciencia de cuáles son los temas principales que están en la conversación pública y de alguna manera la agenda mediática los replica.

¿Las próximas elecciones son el tema principal en la agenda mediática?

No. En los medios tradicionales y online la cantidad de unidades noticiosas acerca del Covid es sobre el millón, en cambio, respecto del proceso constitucional es apenas sobre 200 mil unidades. ●

