

Encuesta CEP-Adimark y Resultados Electorales

VIOLETA HORWITZ F. Y ALEJANDRA CARRASCO B.

- Los pronósticos electorales de CEP-Adimark acertaron en todos los casos, salvo en el candidato Arturo Alessandri que superó por un 1,39% su rango estimado.
- El electorado de Max-Neef concentró a personas con educación universitaria, mientras el de Frei tuvo una mayor proporción de personas con menor escolaridad.
- Alessandri tuvo mejor acogida entre las mujeres y adultos mayores, mientras Piñera convocó a más trabajadores independientes.
- En esta elección se hizo patente un complejo fenómeno de "voto oculto" en la votación alessandrista, que podría atribuirse a las características de su electorado.
- El electorado alessandrista fue siempre el más despolitizado, y a diferencia del de Piñera podría haber sido más reticente a decir sus preferencias. Los votantes de este candidato eran los terceros con mayor interés en política después de los de Max-Neef y de Pizarro.
- Las encuestas tienen un efecto impredecible sobre la opinión pública. Como toda información, afectan la conducta. Sin embargo, hay tantas evidencias de que benefician al favorito como al candidato minoritario.
- La franja electoral hizo caer el apoyo a los candidatos Frei y Alessandri, mientras aumentó sustancialmente el de Max-Neef y Piñera.

Violeta Horwitz Feliú es Ingeniero Comercial con mención en Economía, Universidad de Chile. Investigadora del Centro de Estudios Públicos.

Alejandra Carrasco Barraza es Periodista y Licenciada en Información Social, Universidad Católica de Chile. Investigadora del Centro de Estudios Públicos.

Esta publicación contiene un breve análisis preliminar de los resultados del vigésimo segundo estudio que, en el campo de las encuestas de opinión pública, ha venido realizando el Centro de Estudios Públicos desde diciembre de 1986. En este caso se trata de la última investigación de este tipo realizada con anterioridad a las elecciones generales del 11 de diciembre de 1993.

El trabajo de terreno y recolección de información se desarrolló entre los días 19 y 30 de noviembre, entrevistándose a 1.832 personas, de 18 años y más, de los centros urbanos de Arica, Iquique, Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Gran Santiago, Rancagua, Talca, Concepción, Talcahuano, Valdivia, Temuco y Osorno. En estas ciudades habita, aproximadamente, el 65% de la población urbana del país, lo que corresponde a un 55% del total nacional.

Como en toda encuesta probabilística, existe un margen de error estadístico máximo mensurable que se estima en $\pm 3,0\%$, lo que significa que los resultados presentados constituyen la "mejor" estimación del estado de la opinión pública en el periodo de levantamiento de la encuesta. Ello, porque los resultados pueden y deben modificarse de acuerdo a los acontecimientos relevantes que ocurren en toda sociedad dinámica.

La última encuesta CEP-Adimark de noviembre de 1993 y sus predicciones

De acuerdo a la encuesta CEP-Adimark de noviembre de 1993 las respuestas ante la pregunta: Si las elecciones para presidente de la República fueran este domingo, ¿por quién votaría Usted?, dan lo siguiente: Eduardo Frei, 58,8%; Arturo Alessandri, 15,7%; Manfred Max-Neef, 7,1%; José Piñera, 4,7%; Eugenio Pizarro, 3,5%; Cristián Reitze, 1,1%; Indecisos, 9,2%. Es importante mencionar que estos resultados corresponden al universo relevante de análisis, es decir, sólo a quie-

nes están inscritos para votar en las próximas elecciones.

En base a este resultado y usando el mismo ejercicio matemático utilizado en ocasiones anteriores se hizo una predicción de los resultados finales de la elección presidencial. Cabe destacar que este ejercicio no puede abarcar todos los imponderables y se requiere estimar, entre otros, el voto de los indecisos. A pesar de lo anterior la proyección entregada se acercó bastante a los resultados finales, encontrándose todas las proyecciones, salvo una, dentro del margen de error. Las siguientes son las proyecciones entregadas y los resultados oficiales:

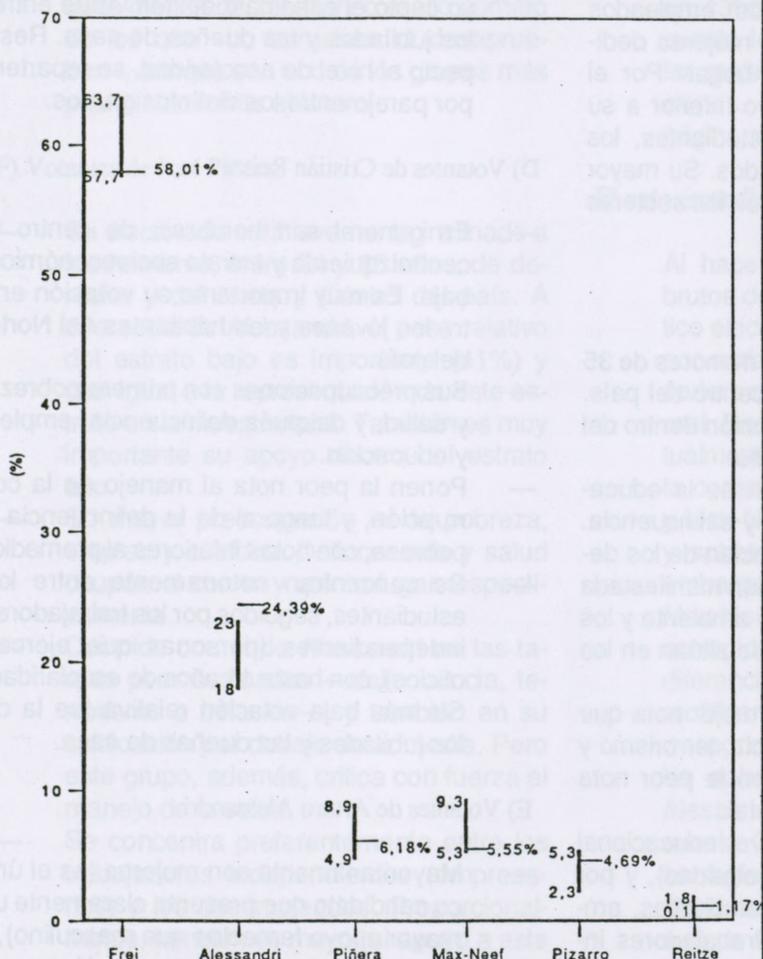
CUADRO Nº 1 ESTIMACIÓN RESULTADO ELECTORAL CEP-ADIMARK (SIN CONSIDERAR NULOS Y BLANCOS)

	Estimación (%)	Rango Probable
Frei	60,7	57,7-63,7
Alessandri	20,5	18,0-23,0
Max-Neef	7,3	5,3-9,3
Piñera	6,9	4,9-8,9
Pizarro	3,8	2,3-5,3
Reitze	0,8	0,1-1,8
Total	100,0	

Nota: Factores considerados en la estimación: Resultados Encuesta CEP-Adimark, noviembre-diciembre 1993; análisis y asignación de indecisos; análisis de abstención estimada, por candidato; estimación de universo no incluido en la encuesta.

Claramente se observa que, salvo en el caso de Alessandri, las votaciones efectivas estuvieron dentro de los límites señalados por este estudio. Al igual que en el plebiscito del 5 de octubre de 1989 y las elecciones presidenciales del 14 de diciembre de 1989, la predicción del estudio CEP-Adimark resultó estadísticamente acertada. En las dos ocasiones anteriores todos los resultados se ubicaron dentro del margen de error, en esta última encuesta hubo una pequeña subestimación en el caso de Alessandri (menos de 1,4 puntos).

Resultados efectivos de la elección presidencial del 11 de diciembre de 1993 (99,06% mesas escrutadas) y Proyecciones del Estudio CEP-Adimark del 3/12/93



Nota: La línea vertical entre los círculos representa el rango de variación que podía presentar la predicción del estudio CEP-Adimark. La línea horizontal representa la votación obtenida por cada candidato y los votos nulos y blancos.

En la conferencia de prensa del 3 de diciembre en la que se dio a conocer los resultados de este estudio, el analista Oscar Godoy del equipo CEP-Adimark hizo un cuidadoso análisis de las elecciones parlamentarias. Sobre la base de esta encuesta y de otras variables (antecedentes históricos, otras encuestas, características regionales y de los candidatos, etc.), concluyó que "el nuevo Congreso será relativamente semejante al actual" y es "extremadamente improba-

ble que se logre doblar la lista opositora" por parte de la Concertación. Este pronóstico fue ampliamente difundido por la prensa, radio y televisión.

En base a lo anterior se puede concluir que las predicciones basadas en la encuesta tradicional CEP-Adimark y difundidas en la forma acostumbrada, resultaron básicamente correctas.

Perfil de los votantes de cada candidato

Es interesante conocer cómo son los votantes de cada uno de los candidatos, tanto en sus aspectos cuantitativos (edad, sexo, regiones) como cualitativos (posición frente al gobierno, nivel educacional, actividad principal). En síntesis, y tomando los datos de la encuesta CEP-Adimark, se podrían caracterizar como:

A) Votantes de Eduardo Frei:

- Su electorado es parejo en hombres y mujeres, superior entre los mayores de 35 años y relativamente bajo entre los jóvenes. En general es gente de centro y de izquierda, de estrato socioeconómico medio y bajo, y de las regiones centrales del país.
- Sus principales preocupaciones son la salud y la delincuencia, seguidas por la pobreza (y no la educación como el promedio nacional).
- Las tareas del gobierno peor evaluadas coinciden con el total del país —delincuencia, terrorismo y pobreza— aunque

las notas son más altas que el promedio de los encuestados.

- Se concentra entre los los trabajadores independientes (empresarios), empleados con contrato de trabajo y mujeres dedicadas a las labores del hogar. Por el contrario, obtuvo un apoyo inferior a su votación media en los estudiantes, los desempleados y los jubilados. Su mayor adhesión ponderada está en los sectores con menos educación.

B) Votantes de Manfred Max-Neef:

- Predominan los hombres, menores de 35 años, de izquierda y del centro del país. Es muy importante su votación dentro del estrato socioeconómico alto.
- Su principal preocupación es la educación, seguida de la salud y delincuencia. Estos electores se diferencian de los demás por la alta preocupación manifestada por la protección al medio ambiente y los derechos humanos, que se sitúan en los lugares 5 y 6 del ranking.
- Asignan al gobierno una mejor nota que el promedio en delincuencia, terrorismo y pobreza, aunque le ponen la peor nota en contaminación ambiental.
- Destacan por su alto nivel educacional (más de 12 años de escolaridad), y por concentrarse entre los estudiantes, empleados con contrato y trabajadores independientes (profesionales). Su menor votación relativa está entre las personas dedicadas a los quehaceres del hogar.

C) Votantes de Eugenio Pizarro:

- Su electorado se concentra en los hombres; jóvenes y adultos de entre 35 y 54 años, de izquierda, estratos medio y bajo y del sector central del país.
- La principal preocupación es la delincuencia, luego el empleo, pobreza, salud y educación.
- Pone mala nota al gobierno en la delincuencia, y es más severo que la media frente a la pobreza y manejo de los derechos humanos.

- Se concentra entre los empleados con contrato, los desempleados y en tercer lugar los estudiantes. Donde menos apoyo captó el candidato del MIDA fue entre los jubilados y las dueñas de casa. Respecto al nivel de escolaridad, se reparten por parejo entre los distintos grupos.

D) Votantes de Cristián Reitze:

- En general son hombres, de centro y centroizquierda y estrato socioeconómico bajo. Es muy importante su votación entre los jóvenes y los habitantes del Norte del país.
- Sus preocupaciones son primero pobreza y salud, y después delincuencia, empleo y educación.
- Ponen la peor nota al manejo de la corrupción, y luego al de la delincuencia y pobreza, con notas inferiores al promedio.
- Se concentran notoriamente entre los estudiantes, seguidos por los trabajadores independientes (personas que ejercen oficios), con hasta 11 años de escolaridad. Su más baja votación relativa fue la de los jubilados y las dueñas de casa.

E) Votantes de Arturo Alessandri:

- Mayoritariamente son mujeres (es el único candidato que presenta claramente un mayor apoyo femenino que masculino), y destaca su votación entre los jóvenes y personas mayores de 55 años. De posición política de derecha, estrato alto y las regiones del Norte y Sur del país.
- Su mayor preocupación es la delincuencia, seguida de la salud, sueldos y educación.
- Las tareas peor evaluadas son la delincuencia y el terrorismo, otorgando a ambas una nota inferior al promedio. La tercera es el manejo de la inflación.
- Su mayor apoyo está en las mujeres dedicadas a labores del hogar, los estudiantes y los pensionados. Su votación relativa más baja, en cambio, se ubica entre los trabajadores independientes, los empleados con contrato y los

desempleados. Respecto al nivel de escolaridad de sus adeptos, se reparten proporcionalmente entre las clases.

- Su oposición al actual gobierno es bastante moderada, resaltando el alto número de los que «no aprueban ni desaprueban», aunque son uno de los grupos más pesimistas frente al futuro.

F) Votantes de José Piñera:

- Su electorado está levemente inclinado a los hombres, entre 24 y 35 años, de derecha y del Norte y Centro del país. A diferencia de Alessandri, el peso relativo del estrato bajo es importante (41%) y casi igual a la representación de este estrato en la muestra total. También es muy importante su apoyo dentro del estrato alto.
- Su mayor preocupación es la pobreza, empleo y sueldos. Delincuencia y salud ocupan el cuarto y quinto lugar respectivamente.
- Coincide con el de Alessandri en las tareas peor evaluadas —delincuencia, terrorismo e inflación—, y también en su calificación por debajo de la media. Pero este grupo, además, critica con fuerza el manejo de la salud.
- Se concentra preferentemente entre los trabajadores independientes (empresarios) y los desempleados. Proporcionalmente, también es mayor el apoyo a este candidato que a Alessandri entre las dueñas de casa y los empleados con contrato. Su menor peso relativo, por contraste, se encuentra entre los jubilados y los estudiantes. Resalta su alta adhesión entre los que tienen educación universitaria, y los que no terminaron la educación básica.
- Su opinión frente al manejo económico del actual gobierno es más crítica que la de los electores de Alessandri, como también es más duro con la conducción de Patricio Aylwin. Sin embargo, es más optimista respecto al futuro. Cabe destacar que los resultados de la

encuesta relativos al sexo de los votantes de cada candidato, coinciden con los resultados oficiales de la elección presidencial del 11 de diciembre. Es así como un candidato que de acuerdo a la encuesta tenía un mayor apoyo relativo de las mujeres, también lo tuvo en las elecciones. (Véanse Cuadro y Gráficos en página siguiente.)

El voto escondido: Posibles explicaciones

Al hacer un análisis de los resultados brutos de la encuesta (previos al pronóstico electoral) referidos a las preferencias por cada candidato, llama la atención lo certero de éstos en relación a su votación real. Destaca el caso de Frei, donde virtualmente no hay diferencia. La excepción la constituyen los candidatos Alessandri y Max-Neef, que resultaron subestimado y sobreestimado respectivamente. Sin embargo, mientras la sobreestimación de Max-Neef en los resultados brutos fue corregida con el pronóstico electoral, la diferencia para Alessandri no alcanzó a rectificarse del todo con los ajustes correspondientes al pronóstico.

La subestimación de la votación de Alessandri no es exclusividad de la encuesta CEP-Adimark, sino que también se registra en las encuestas de CERC, Gemines y Time*. Esto lleva a pensar que no fue un error metodológico el que indujo la distorsión, sino más bien la existencia de un "voto escondido" entre los electores de este candidato.

Posibles explicaciones

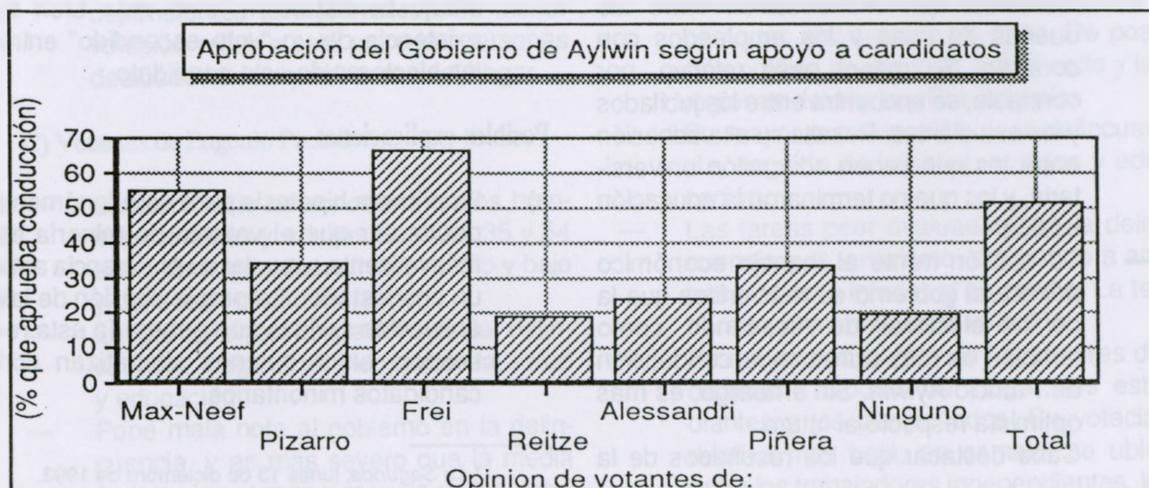
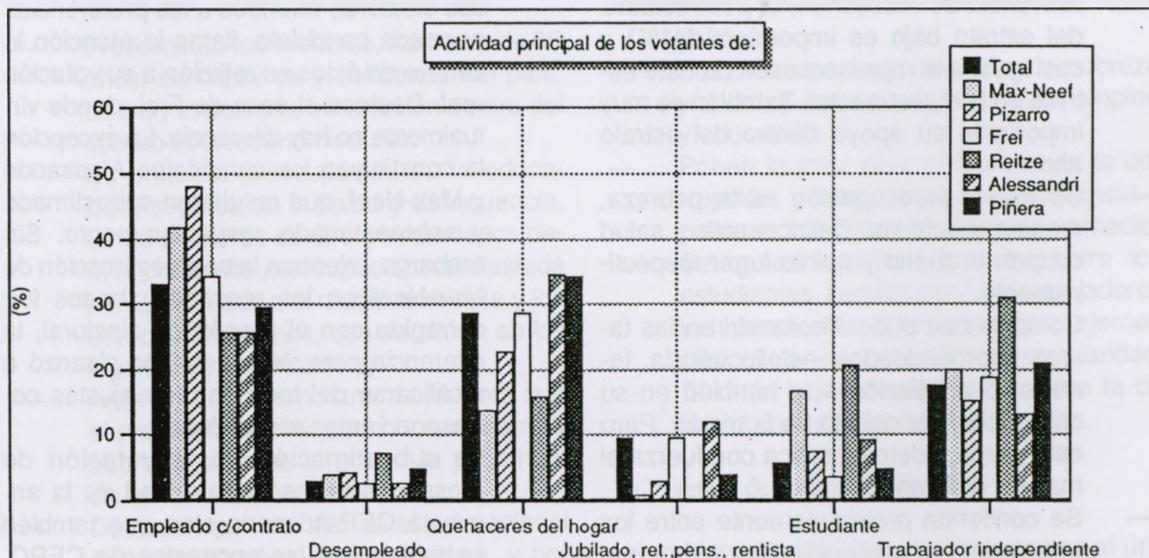
- a) La primera hipótesis para este fenómeno podría ser que el votante de minoría es más reticente a revelar su preferencia ante un encuestador. La propia difusión de las encuestas sería la que generaría esta reticencia entre quienes simpatizan con candidatos minoritarios.

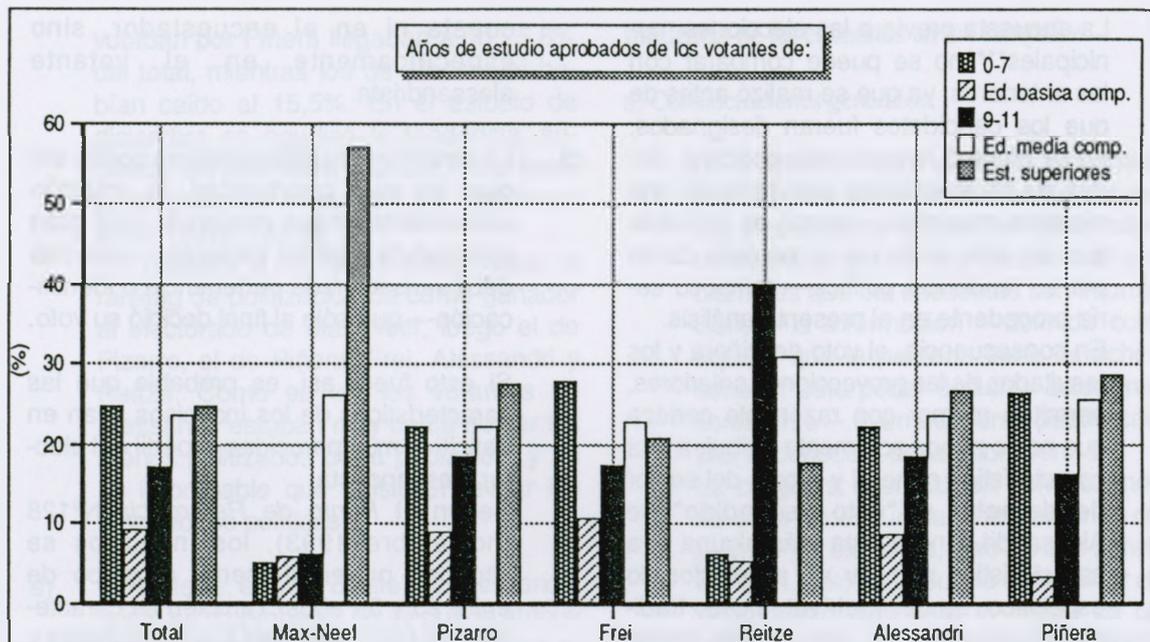
* La Segunda, lunes 13 de diciembre de 1993.

CUADRO Nº 1 PERFIL DE LOS VOTANTES DE LOS DIFERENTES CANDIDATOS
(POR EDAD, NIVEL SOCIOECONÓMICO Y POSICIÓN POLÍTICA)

	Edad				Nivel Socioeconómico			Posición política			
	18-24 (15,9%)	25-34 (24,9%)	35-54 (37,8%)	55+ (21,4%)	Alto (8,6%)	Medio (49,9%)	Bajo (41,5%)	Der. (28,4%)	Cen. (17,6%)	Izq. (37,2%)	Indep. (16,8%)
Frei	49,3	57,9	61,7	61,8	39,8	58,0	63,7	40,4	66,0	74,5	47,6
Alessandri	18,4	12,2	15,3	18,4	22,2	16,6	13,2	40,4	12,1	1,5	9,0
Piñera	4,5	7,5	3,5	3,7	8,2	4,2	4,6	11,0	4,6	0,8	2,8
Max-Neef	9,9	9,6	6,2	3,6	23,2	7,3	3,4	2,5	6,7	11,7	4,9
Pizarro	4,5	1,7	4,4	1,9	2,3	3,6	3,8	0,5	1,6	7,9	1,3
Reitze	1,8	1,0	1,0	0,5	0,0	0,9	1,4	0,5	2,1	1,3	0,5

Fuente: Estudio CEP-Adimark, 19-30 de noviembre 1993.





Si esto fuera correcto, todos los candidatos minoritarios habrían sido subestimados, y eso no ocurrió. Piñera y Pizarro no fueron subestimados por la encuesta, e incluso Max-Neef resultó sobreestimado en los datos brutos.

b) Una segunda hipótesis tentativa podría afirmar que el votante de un cierto sector político —en este caso la derecha y centro derecha— es reticente a revelar sus preferencias. Las causas se podrían encontrar en argumentos históricos, culturales o sociológicos. El pasado político polarizado y tenso podría, eventualmente, haber generado esta desconfianza.

Esta hipótesis tampoco es del todo consistente, pues la votación de Piñera —que también es de derecha— fue muy cercana a la proyectada. Como el votante de Piñera no se “escondió”, no se le puede atribuir en general a la derecha política esta característica.

De hecho, en anteriores estudios la derecha no había sido tan subestimada. Para la elección presidencial de 1989 la proyección para Büchi —el candidato de de-

recha— fue de un 26%, en un rango del 23,3% al 28,7%, obteniendo finalmente este candidato un 28,66% de las preferencias. En el plebiscito de 1988 las proyecciones arrojaron un 40% para el “Sí” y un 54% para el “No”, con un margen de error del 4%, por lo que nuevamente se acertó en la votación de derecha. Estos resultados, sin embargo, no obstan a que en ambos casos también se haya registrado un cierto “voto oculto” de la derecha. Los datos brutos para el “Sí”, en 1988, arrojaban un 31,2%; y los de Büchi en 1989 un 20,2%. La diferencia es que estas cifras alcanzaron a ser corregidas por la proyección.**

** Las circunstancias históricas podían hacer presumir que el votante de derecha, en ese momento, temía ser catalogado como apoyando al régimen militar. Por esto es que tomar el “voto oculto” de estos comicios como antecedente para interpretar las encuestas de este año, no era del todo seguro. Por lo demás, éste fue mucho menor al registrado en 1993, y, como se ha visto, no se dio en el caso de Piñera.

La encuesta previa a las elecciones municipales*** no se puede comparar con las anteriores, ya que se realizó antes de que los candidatos fueran designados, no se efectuó ninguna proyección y, dadas las características peculiares de una elección municipal —donde es probable que se vote tanto por la persona como por su tendencia política— tampoco sería procedente en el presente análisis.

En consecuencia, el voto de Piñera y los resultados de las proyecciones anteriores, permiten afirmar con razonable certeza que no se puede solamente atribuir a una característica general y propia del sector de derecha el "voto escondido" de Alessandri, sino a ésta más alguna otra característica peculiar de su electorado específico. Es decir, al "voto oculto tradicional" de derecha, que habría hecho subestimar algo este sector en anteriores estudios, y que es atribuible, tal vez, al "temor de ser fichado" como perteneciente a la derecha —personas inseguras que prefieren no ser identificadas con ella— se le agregaría alguna característica particular.

- c) Una tercera posibilidad es que el encuestador tenga un sesgo contra el votante de derecha. Pero el caso de Piñera revela que la característica clave para producir el sesgo no está en la en-

cuesta ni en el encuestador, sino específicamente en el votante alessandrista.

- d) La característica diferenciadora podría ser que, en esta oportunidad, la votación alessandrista haya contenido una gran cantidad de votantes vacilantes —con una débil sensación de pertenencia o identificación— que sólo al final decidió su voto.

Si esto fuera así, es probable que las características de los indecisos sean en definitiva muy parecidas al perfil del elector alessandrista.

Según el *Punto de Referencia* N°128 (noviembre 1993), los indecisos se situaban preferentemente el grupo de entre 25 y 34 años. También se caracterizaban por pertenecer a la clase media y alta, tener un muy bajo nivel de politización, autodefinirse como "independientes" o de "centro" y tener una oposición moderada frente al actual gobierno.

Además, de acuerdo a la última encuesta, el grupo de indecisos estaba conformado principalmente por mujeres. Y en el *Documento de Trabajo* N°192 (marzo 1993) se constata que para este grupo Arturo Alessandri era el personaje más aceptado y menos rechazado de la oposición (p.77), lo que le dio ventajas comparativas como candidato.

También es probable, dado el perfil de los alessandristas, que este votante haya tenido mayor inseguridad a la hora de argumentar en favor de su voto, y haya preferido rehuir la discusión y el debate.

Esta tesis se comprobaría comparando el "interés en política" declarado entre los electores de Alessandri y los de Piñera. Estos últimos, aunque de derecha, no ocultaron su preferencia.

En efecto, un 31% de los electores de Piñera tenían, en octubre, un alto nivel de politización. Los de Alessandri, en cambio, eran sólo un 25,2%. Esta diferencia fue creciendo y ya en la encuesta de noviembre los con alta politización que

*** "Estudio Social y de Opinión Pública N°16", *Documento de Trabajo* N° 180, junio 1992.

El trabajo de campo se realizó entre el 7 y el 23 de abril de 1992, es decir, dos meses antes de la elección municipal (28 de junio). En él se señala "...debe tenerse presente que esta información no predice lo que ocurrirá efectivamente el 28 de junio de 1992... En primer lugar, sólo recoge la opinión del 50% del país, y que habita en los centros urbanos más grandes. En segundo lugar, refleja el estado de la opinión pública antes de que se inicie la campaña, y no permite conocer la opinión de un 17% de los encuestados de este estudio, que no manifestaron su intención de voto." (p.76) Adicionalmente, un 48,3% de los entrevistados estimó que las cualidades personales del candidato serían determinantes al momento de votar.

votaban por Piñera llegaban a un 25,6% del total, mientras los de Alessandri habían caído al 15,5%. En el estudio de diciembre se agudizó la tendencia, subiendo los de Piñera a un 29,7% al tiempo que los de Alessandri se mantenían en el mismo 15,5%.

En relación a los otros candidatos, el ranking de politización da como ganador al electorado de Max-Neef, luego el de Pizarro, el de Piñera, Frei, Alessandri y Reitze. Como se ve, los votantes de Alessandri estaban muy cerca de ser los menos politizados de la población, y no es improbable que quisiesen evitar las discusiones políticas.

- e) En síntesis, el "voto oculto" de Alessandri, como se ha probado, no se puede atribuir ni a ser minoritario ni a ser de derecha, ni tampoco a un sesgo contrario a la derecha por parte del encuestador.

Más bien habría que centrarse en las características específicas del electorado alessandrista. Este aparece como fuertemente despolitizado, con alta concentración de mujeres dedicadas a las labores del hogar y, dados los antecedentes disponibles, en estrecha correlación con el "perfil del indeciso".

Todo ello permite pensar que el voto oculto de Alessandri contenía en esencia dos subgrupos: el primero, el "temeroso" de declarar públicamente su opción política, que tradicionalmente ha hecho subestimar algo la votación de derecha; y el voto "vacilante", aquél que no logró identificarse plenamente con el candidato, y en consecuencia tampoco quiso comprometerse en una discusión.

Sin embargo, el fenómeno que se presentó en esta elección resulta sumamente complejo. Amerita sin duda un acucioso estudio empírico para determinar con mayor precisión el perfil de este electorado más renuente a revelar sus preferencias.

Influencia de las encuestas en las campañas

a) Consideraciones generales

En el último tiempo ha habido propuestas para legislar sobre la difusión de encuestas, y prohibirlas durante un lapso más o menos largo previo a la elección. El problema es que las encuestas son información, y la información —definida como aquello que la persona tiene derecho a conocer para poder decidir y actuar más libremente— eventualmente puede cambiar la conducta de la población.

La pregunta esencial, en consecuencia, no es si las encuestas influyen en la opinión de los electores, sino en qué sentido influyen. Sólo si se puede determinar con anterioridad cuál será el efecto de una encuesta en los electores, se podría pensar en manipulación de información y hasta encontrar una intención en quien utiliza estos datos.

Esto, sin embargo, no es posible. La opinión común indica que una encuesta positiva favorece al ganador, porque nadie quiere «perder su voto». Es decir, una actitud triunfalista induciría a los electores —y en especial los indecisos— a apostar por el ganador. Paralelamente, la campaña de este candidato tomaría renovadas fuerzas, mientras que en la del perdedor se produciría una suerte de retroalimentación negativa. Tal vez se le cortaría el financiamiento y la desmoralización atentaría contra su atractivo. Esta hipótesis ha sido muchas veces confirmada por la experiencia, y es un fenómeno psicológico natural que se produce ante la competencia y la posibilidad cierta de "ganar".

Sin embargo, la historia también presenta excepciones a esta regla, y que son tan habituales como lo que se piensa es "común". Las encuestas pueden favorecer tanto a los candidatos minoritarios como a los mayoritarios, y es imposible saber antes a quién favorecerá. Un ejemplo clásico es el triunfo del Partido

Conservador en Gran Bretaña: la difusión de encuestas que daban por ganadores a los laboristas impulsó a los conservadores a ir a votar, registrando uno de los menores niveles de abstención históricos en el Partido, y logrando dar vuelta la votación en favor del actual Primer Ministro Major. Otro ejemplo es el de la elección de 1970 en Chile. Entonces partió como favorito Jorge Alessandri, y por esa alta votación proyectada se indujo a hacer una campaña para que fuera electo con mayoría absoluta. Tal vez si se hubiesen publicado pronósticos que arrojasen resultados más estrechos, parte del electorado de Tomic se habría pasado al bando alessandrista y Salvador Allende no habría sido Presidente de Chile.

Finalmente, un ejemplo que está más fresco en la memoria de los chilenos: el plebiscito de octubre de 1988. Los estudios CEP-Adimark, en junio de ese año, daban por triunfador a la opción Sí. Esto, como está demostrado, no favoreció la votación por el candidato del régimen militar. Incluso el mismo 5 de octubre, en la primera página de *El Mercurio*, se publicó el resultado de una encuesta que daba un 58% de las preferencias al Sí. No obstante ello, ésta no logró la mitad de los votos de ese día, por lo que es sumamente cuestionable que una encuesta pueda determinar la conducta del electorado.

b) Evolución de las campañas de 1993

Eduardo Frei fue siempre dado como ganador en las encuestas que se realizaron este año, y sin embargo su votación se mantuvo pareja. Los estudios de opinión que sistemáticamente predijeron un categórico triunfo de Frei no parecen haber inducido a la población a sumarse al ganador. Las encuestas CEP-Adimark, por ejemplo, dieron a este candidato un 57,6% en octubre, un 61,6% en noviembre, y un 58,8% en diciembre.

Por otro lado, la analista Marta Lagos, del CERC, vislumbró tempranamente el fenómeno de "voto oculto" que se estaba dando en esta elección. En entrevista a *El Mercurio* postuló esta tesis el 21 de noviembre, y —según la revista *Hoy* N°582— sugirió al comando de Frei que la votación menos buena que ella atribuía a Frei, podría beneficiar al candidato oficial. Textualmente, *Hoy* dice "... Los argumentos de que es mejor un resultado menos exitoso para Frei para incentivar al electorado no convencieron al Comando, que leyó la encuesta CERC sólo como la aguafiestas de la noche..."

Por otro lado, si se afirma que una encuesta influye en las votaciones, hay que probar que influye siempre. Esta misma elección nos permite hacer el experimento: Piñera, Max-Neef y Reitze iniciaron sus campañas con un bajísimo nivel de preferencias. Sin embargo, y aunque ellos podrían argumentar que las encuestas los "subestimaron" en el principio, Piñera y Max-Neef aumentaron sustancialmente su apoyo a lo largo de su campaña, mientras Reitze no logró despegar. Si la encuesta hubiera sido verdaderamente influyente, lo habría sido de la misma forma con los tres.

Por último, se podría postular que un efecto que las encuestas publicadas antes de la elección tuvieron en el sector de la derecha, fue el de acicate para que ésta fuera más activa. El temor a "perder el tercio" movilizó a mucha gente que sin este estímulo no habría prestado su colaboración ni cedido recursos.

c) Conclusión

Muchos dicen que en política los triunfos y derrotas se miden más en función de las expectativas que de las votaciones reales. Es por eso que Piñera y Max-Neef, por ejemplo, se declararon absolutamente satisfechos con los resultados obtenidos aunque no llegaron al 8% de la

población. Desde esta misma perspectiva, Alessandri también podría considerar que tuvo un gran éxito, ya que la votación asignada anteriormente por las encuestas fue menor. Tener expectativas bajas anunciadas puede transformar cualquier derrota en victoria.

Sin embargo, esto tampoco es una norma universal. Sin duda en muchos casos la encuesta beneficia al favorito y desmoraliza al que está perdiendo. Por ello es que es en extremo difícil predecir cuál será el efecto específico de una determinada encuesta, en un determinado momento, sobre el electorado. Y esta dificultad, al mismo tiempo, es la garantía que tiene la opinión pública para que las encuestas no se usen como instrumento de manipulación política. En la última elección, por ejemplo, no existe ningún indicio de que hayan beneficiado a Frei; y en cambio Piñera y Max-Neef —siendo candidatos minoritarios— aumentaron sus votaciones.

La encuesta, como un medio más de información, naturalmente afecta la conducta de las personas. Pero como es imposible determinar en qué manera la afectará, no se le puede imputar —mientras sea hecha científicamente— la manipulación de las votaciones.

Por consiguiente, los argumentos dados para prohibir por un largo periodo previo a los comicios la difusión de encuestas, se basa en una presunción que carecería de base.

El efecto de los medios y la franja política por televisión y radios

Una manera de intentar medir los efectos de la franja publicitaria, es ver cómo variaron los apoyos a los candidatos entre las dos encuestas realizadas entre octubre y noviembre, debido a que una se realizó justo antes de que este medio publicitario comenzara y la otra cuando éste se estaba llevando a cabo.

De acuerdo a esto vemos que los candi-

CUADRO N° 2 SI ESTE DOMINGO HUBIERA ELECCIONES PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ¿POR QUIÉN VOTARÍA? (%)

	Oct-Nov. 1993	19-30 Nov. 1993	Variación en Nov.
E. Frei	61,6	58,5	-2,8
A. Alessandri	19,2	15,7	-3,5
M. Max-Neef	3,1	7,1	4,0
J. Piñera	2,8	4,7	1,9
E. Pizarro	2,6	3,5	0,9
C. Reitze	0,2	1,1	0,9
No sabe (Ninguno)	10,5	9,2	-1,3

Fuente: Estudios CEP-Adimark.

datos con las primeras mayorías perdieron apoyo después del inicio de la franja, mientras los candidatos menores vieron aumentado su apoyo. El Cuadro N° 2 resume esta información.

De acuerdo a los encuestados el medio que más influyó en su decisión de votación fueron los noticiarios por televisión. Los votantes de todos candidatos, salvo los de Max-Neef, coinciden en esta afirmación. Para el total de electores los otros medios influyentes de mayor importancia fueron los debates por televisión y la franja política. Los votantes de Frei y Alessandri coinciden totalmente en estas afirmaciones. Para los votantes de Piñera y Pizarro, la franja y los artículos e información en diarios fueron más influyentes que los debates, como se podía esperar por su inasistencia a éstos. En el caso de Max-Neef el medio más importante fueron los artículos e informaciones en diarios, seguidos de los noticiarios en TV y la franja. Para los votantes de Reitze, los noticiarios, los debates y el rayado de paredes y calles.

El medio más utilizado por los votantes para obtener información de las campañas fueron los noticiarios en televisión. En esto coinciden los votantes de todos los candidatos salvo los de Reitze, para

los que el primer lugar lo ocupan los afiches. Se podría decir que para los votantes de Reitze la publicidad callejera tiene mayor importancia relativa.

Al parecer, los más interesados en la franja eran los votantes de Max-Neef, ya que casi un 45% de ellos declara haberla

visto más de 3 días en la última semana. Los votantes de Alessandri también mostraban alto interés en este medio de información: un 40% de ellos dice haber visto la franja más de tres días de la semana.

El gráfico siguiente resume esta información para los votantes de los distintos candidatos:

