

**SUMANDO OPINIONES:
Antecedentes Históricos y Desarrollos
Metodológicos de la Industria de la
Opinión Pública en Chile
Rodrigo Cordero y Gonzalo Tapia**

DOCUMENTOS DE TRABAJO ICSO
NUMERO 15 / AÑO 3 / ABRIL 2007



facultad de ciencias
sociales e historia



Sumando Opiniones:

Antecedentes Históricos y Desarrollos Metodológicos de la Industria de la Opinión Pública en Chile (*)

(11.033 palabras)

Rodrigo Cordero
Escuela de Sociología / Universidad Diego Portales / Chile
rodrigo.cordero@udp.cl

y

Gonzalo Tapia
Escuela de Sociología / Universidad Diego Portales / Chile
gonzalo.tapia@prof.udp.cl

Artículo preparado para el 1er Congreso Latinoamericano WAPOR
"Opinión pública, conflicto social y orden político"
Colonia del Sacramento, Uruguay
12-14, 2007

(*) Este artículo es parte de la investigación "Historia de las Encuestas de Opinión en Chile, 1957-2005" conducida por los autores con el apoyo financiero del "Fondo Semilla" de la Universidad Diego Portales, Chile. Agradecemos la contribución de Oscar Pavez y Alexis Cortes en la ardua búsqueda y sistematización de los estudios de opinión, y de Andrés Estefane en la revisión de las fuentes históricas.

"El valor que atribuimos a la ciencia depende, en suma, de la idea que colectivamente construimos sobre su naturaleza y su valor en la vida; es tanto como decir que expresa un estado de opinión. Y es que, en efecto, todo en la vida social, incluida la misma ciencia, se basa en la opinión. Sin duda se puede abordar la opinión como objeto de estudio y construir su ciencia; es en esto en lo que consiste principalmente la sociología. Pero la ciencia de la opinión no es la que da lugar a la opinión; sólo puede esclarecerla, hacerla más consciente de sí misma. Es cierto que en base a esto puede hacerla cambiar; pero la ciencia sigue dependiendo de la opinión en el mismo momento en que parece que le dicta sus leyes; pues como hemos mostrado, es de la opinión de donde obtiene la fuerza necesaria para actuar sobre la misma opinión". (p.407)

"La opinión, algo social en primer línea, es una fuente de autoridad e incluso nos podríamos preguntar si toda autoridad no será hija de la opinión. Se objetará que la ciencia es con frecuencia contraria a la opinión, a la que combate y cuyos errores rectifica. Pero la ciencia no puede tener éxito en esta tarea más que si está dotada de una autoridad suficiente, y tan sólo puede obtener esta autoridad de la misma opinión. Con que un pueblo carezca de fe en la ciencia, todas las demostraciones científicas estarán faltas de influencia sobre él. Incluso hoy día bastaría con que la ciencia tuviera que enfrentarse con una corriente muy fuerte de la opinión pública para que arriesgara la pérdida del crédito que se deposita en ella". (p.196)

Emile Durkehim, 1995 [1912].
Las Formas Elementales de la Vida Religiosa.
México: Ediciones Coyoacán.

Resumen

El presente artículo tiene como propósito discutir, a partir de evidencia empírica, la evolución histórica y metodológica que ha experimentado la industria de las encuestas de opinión pública en Chile. El artículo se organiza en base a dos ejes argumentativos complementarios. El primero de tipo histórico, donde se destaca la existencia de diversas fuentes y etapas que han permitido el desarrollo de los estudios de opinión desde inicios del siglo XX y que permiten entender el proceso de institucionalización de los estudios de opinión pública en el país. En tanto, el segundo eje discute sobre los desarrollos metodológicos experimentados desde el inicio formal de la industria de la opinión pública en 1957, presentando evidencia sobre los cambios en aspectos tales como los tipos de encuestas y muestras. A pesar del incremento en los niveles de profesionalización de la industria, se discute sobre la persistencia de falta de estándares de transparencia en la información que es publicada, especialmente por parte de las empresas de estudios de mercado. Finalmente, se da cuenta del impacto generado por la irrupción de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita, en la elaboración de encuestas y la significativa ausencia de las instituciones académicas en el desarrollo de la industria.

Palabras claves: industria de opinión pública, encuestas, metodología, historia.

I. Introducción

La industria de los estudios de opinión pública ha tenido una vida reciente, interrumpida y particular en Latinoamérica. La irrupción de los regímenes militares durante la década de los 70' y 80', junto con desmantelar las instituciones democráticas y limitar las libertades ciudadanas, implicó un serio debilitamiento en la producción de estudios de opinión pública en la región.

No obstante, desde fines de la década de los 80' se produjo una revitalización de los sondeos de opinión pública producto principalmente de los procesos de apertura y transición a la democracia. En efecto, ello implicó un reimpulso de la producción y profesionalización de las encuestas como herramientas centrales para la comprensión de los procesos de consolidación democrática, lo que ha estado acompañado por el incremento de una inédita centralidad de las encuestas en los procesos electorarios en América Latina (Huneeus, 1999). De manera complementaria, este fortalecimiento se vio favorecido por la exitosa irrupción de las empresas de estudio de mercado, facilitada por el giro que varios países dieron hacia economías de mercado, transformando al consumidor en un actor clave de comprender para orientar la acción de las empresas en un mercado crecientemente diferenciado.

En las últimas tres décadas las encuestas han experimentado un indiscutible proceso de globalización (Heath, Fisher & Smith, 2005), del cual de manera más o menos acentuada Latinoamérica no ha estado ajena, producto de la penetración de compañías internacionales en el mercado de los estudios de mercado y opinión pública, la importación de metodologías de investigación desde países más avanzados y la colaboración entre equipos de investigación de diversos países para la realización de programas de encuestas internacionales.

En este contexto, las encuestas de opinión pública han adquirido en las democracias latinoamericanas un rol protagónico como parte sustantiva de la dinámica deliberativa en la esfera pública. No obstante ello, y que la opinión pública y los sondeos de opinión han estado en el centro de la actividad de sociólogos y politólogos bajo la forma de evidencias empíricas utilizadas en sus análisis, escaso ha sido el interés por entender las características y desarrollo

de la industria en si misma¹, lo que sin duda ha limitado las posibilidades de comprender el impacto de la producción, uso y difusión de las encuestas en la vida pública latinoamericana.

En el caso de Chile, foco de análisis en el presente artículo, el inicio de la industria de la opinión pública data del año 1957 con los estudios del sociólogo Eduardo Hamuy en la Universidad de Chile, pero no es sino hasta el plebiscito 1988, para definir la continuidad de Augusto Pinochet en el poder, que las encuestas experimentan una notable expansión e importancia en la vida pública, situación que se acentúa sobretudo desde la elección presidencial del año 1999 cuando se instala definitivamente la comunicación estratégica y el marketing en la actividad política (Silva, 2001). Al respecto, aunque algunos trabajos han discutido sobre el desarrollo e implicancias de las encuestas en Chile (Sunkel, 1989, 1990; Jara & Tapia, 1995; Catalán y Manzi, 1998; López y Martínez, 1999; Huneus, 1999; Paley, 2001; Navia, 2004), nos parecen todavía insuficientes por la manera parcial o indirecta en que se hacen cargo del análisis de la industria.

De esta forma, el propósito del presente artículo es contribuir con evidencia empírica a comprender la evolución histórica y metodológica que ha experimentado la industria de las encuestas de opinión pública en Chile. Para ello, se discute sobre las raíces de los estudios de opinión en el país, tomando como referencia los antecedentes históricos existentes previos al inicio formal de esta industria el año 1957. Para ello, el artículo se basa en evidencia recopilada a partir de un estudio de documentos, archivos y entrevistas con informantes calificados. Adicionalmente, el artículo realiza una revisión de carácter metodológico de las encuestas de opinión pública dadas a conocer desde el año 1957. Se discute sobre los tipos de muestras utilizadas, tamaños muestrales y tipo de información que es publicada. Esta información corresponde a un análisis metodológico realizado en base a la sistematización de más de mil encuestas de opinión pública realizadas entre los años 1957 y 2006.

En base a ello el artículo presenta dos ejes argumentativos. El primero de tipo histórico, donde se destaca la existencia de diversas fuentes y etapas que han permitido el desarrollo de los estudios de opinión: los sondeos realizados por medios de prensa escrita desde la primera parte del siglo XX, los estudios de sociología religiosa del Arzobispado de Santiago, y los

¹ Al respecto, la literatura es abundante en las democracias anglosajonas, ver por ejemplo: Box & Thomas (1944), Converse (1987), Geer (2004), Jabobs & Shapiro (1995), Murray & Howard (2002), Sudman & Bradbun (1987), Worcester (1987).

estudios de condiciones sociales (social survey) realizados por organismos privados y públicos. El segundo eje, discute sobre el avance técnico que han tenido los estudios de opinión pública a través del incremento de las encuestas de tipo semi-probabilística, el incremento de la cobertura poblacional y la incorporación de nuevas modalidades como las encuestas telefónicas, especialmente en contextos de campañas electorales. No obstante, se enfatiza la persistencia de falta de estándares de transparencia en la información que es publicada, especialmente por parte de las empresas de estudios de mercado. Finalmente, se da cuenta del impacto generado por la irrupción de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita, en la elaboración de encuestas y la significativa ausencia de las instituciones académicas en el desarrollo de la industria.

II. Desarrollo de los Estudios de Opinión en Chile: *de la encuesta social a los estudios telefónicos.*

El desarrollo experimentado por la industria de la opinión pública en Chile puede ser comprendido en base a una confluencia de eventos, actores y condiciones que dan origen a etapas claramente delimitables, las que permiten dar cuenta tanto del desarrollo técnico y metodológico de las encuestas como de sus usos e impactos en la sociedad. Entonces, ¿cuáles fueron las etapas de ese proceso? ¿Quiénes fueron los principales actores? ¿De qué manera cada etapa contribuyó al desarrollo de esta industria? En la presente sección se discutirán algunos antecedentes en orden a avanzar en la elaboración de respuestas a estas preguntas.

1. Preludio 1910'-1950': Estado, Iglesia y Medios de Comunicación. La génesis de los estudios con cuestionarios.

El inicio formal de la industria de las encuestas de opinión pública en Chile suele datarse el año 1957 con el inicio de un programa de encuestas realizado por el sociólogo Eduardo Hamuy al alero de la Universidad de Chile, el que se extendió hasta 1973. Sin embargo, el desarrollo de estudios de opinión a través de cuestionarios tiene raíces previas durante el siglo XIX² y la

² En relación a los antecedentes en el siglo XIX, se puede destacar la realización de los primeros censos de población. Para ver más al respecto, revisar Estefane (2004).

primera mitad del XX, las que constituyen antecedentes que conforman una “pre-historia” de la industria de los estudios de opinión en el país. En efecto, durante la primera parte del siglo XX es posible hablar sobre la constitución de la primera etapa en el desarrollo de los estudios de opinión en Chile. Al respecto se pueden mencionar tres antecedentes significativos:

1.1. El Nacimiento de la Encuesta Social: el servicio social y la salud pública.

Un primer antecedente de los estudios de opinión en Chile se encuentra en los sondeos a través de cuestionarios orientados a conocer las condiciones sociales de la población. Durante la primera parte del siglo XX germinaron en Chile, especialmente a partir de la década de 1920', las bases del sistema de seguridad social, de la mano de leyes que dieron paso a la “sociedad salarial” e implicaron la pérdida de centralidad de la filantropía y la caridad como los modos privilegiados para afrontar la cuestión social (Valdés, Caro y Peña, 2001). De este modo, la labor del estado se comienza a racionalizar en términos de políticas públicas planificadas, especialmente hacia la clase obrera, la que experimentaba altos niveles de precariedad producto de las condiciones de salubridad, vivienda, alimentación y trabajo.

Este contexto, contar con información fidedigna sobre las características y condiciones de los grupos sociales desfavorecidos se constituye en un imperativo para dirigir la intervención social, en orden a alcanzar afinidad cognitiva entre la acción estatal y las condiciones sociales del país. Ello hace propicio el desarrollo de los primeros estudios y encuestas de tipo social (Social Survey). Es así como a partir de la década de 1930' en Chile comienzan a desarrollarse una serie de estudios para comprender de manera empírica las condiciones sociales de la población. En este ámbito, destacan dos fuentes en el uso y desarrollo de encuestas. Por un lado, los estudios realizados sobre población obrera y campesina por las primeras generaciones de trabajadoras sociales formadas en la Escuela de Servicio Social Elvira Matte Cruchaga. Por otro, los estudios de condiciones de salubridad desarrollados principalmente por médicos vinculados a la Universidad de Chile y al Servicio Nacional de Salud, orientados principalmente a apoyar el diseño de políticas de salud con evidencia empírica³.

³ Es posible que durante las primeras décadas del siglo XX algunos ministerios del área económica y social hayan desarrollado algunos estudios a través de encuestas. Dicha información todavía no ha podido ser acreditada por documentos confiables. Es por ello, que en esta sección del artículo la discusión se centra en los estudios de la Escuela de Servicio Social Elvira Matte y los estudios de salubridad.

Los estudios de la Escuela de Servicio Social Elvira Matte corresponden a memorias de sus alumnas realizadas principalmente en la década de 1940' y 1950', varias de las cuales utilizan como mecanismo de recolección de información entrevistas con cuestionarios, asemejándose al uso de encuestas. En general, correspondían a estudios orientados a conocer las condiciones de vida, salubridad, trabajo, vivienda, educación y relaciones familiares en hogares de obreros y campesinos, en los cuales el nº de entrevistas no superaba las 100 y en promedio se situaban en 30 casos, centrando su atención principalmente en las mujeres y los niños. En general, se trata de levantamientos de información basados en la visita a los hogares y de escasa complejidad metodológica en la selección de las muestras, los tipos de cuestionarios (de pocas preguntas) y los tipos de análisis.

La novedad de este tipo de estudios y de las prácticas llevadas adelante por parte de las visitadoras sociales, es la elaboración de verdaderos catastros sobre las condiciones de la población obrera, que aportaban evidencia desconocida hasta ese momento. Ello, en la práctica, se constituyó en un insumo para la toma de decisiones si se considera el papel que las visitadoras cumplían como mediadoras entre las familias y los organismos públicos de protección social existentes.

Para el desarrollo de la encuesta social, otro antecedente fundamental son los estudios médicos con cuestionarios, que comenzaron a tener mayor importancia a partir de la década de 1930'. Este tipo de estudios se enmarcan en la búsqueda de conocer las reales situaciones de salud de la población, estando como telón de fondo el tránsito hacia una nueva manera de entender la salud como un derecho de la población y la instalación del concepto de salud pública. En ello cumplió un rol fundamental -durante el segundo gobierno de Arturo Alessandri Palma- el ministro de salubridad y previsión social Eduardo Cruz-Coke, quien impulsó una nueva política de salud, con el horizonte de trabajar preventivamente y planificar los recursos económicos que el estado debía invertir. Para ello el uso de encuestas fue fundamental para hacer un diagnóstico y proyectar la situación de salud de los trabajadores.

En el año 1935, a su vuelta desde Berlín, el ministro Cruz-Coke mandató la realización de una serie de encuestas entre obreros de algunas fábricas de la capital. Dichas entrevistas fue posible con el apoyo de estudiantes de la Universidad de Chile a través de su Servicio de Bienestar Estudiantil (Huneeus y Lanús 2002). Los resultados mostraron que el número de

enfermos era considerablemente superior a lo que se pensaba, existiendo trabajadores que incluso ignoraban su mal estado de salud.

En adelante, los estudios para conocer las condiciones de salud continuaron desarrollándose, no solamente como un ejercicio de investigación médica, sino que sobretodo como un mecanismo de incrementar el conocimiento del estado a cerca de la situación de salud de la población.

Adicionalmente a estos desarrollos, cabe destacar un último antecedente, el que corresponde a una encuesta sobre la situación social de la mujer obrera realizada en 1936 por el periódico feminista "La Nueva Mujer". En su edición de Junio fue publicado un cuestionario con 30 preguntas para que las lectoras interesadas lo contestaran y lo remitieran por correo a la editorial. Pese a ser una encuesta promovida por un medio de comunicación, la orientación de sus temas la acercan a una encuesta de tipo social. Entre los temas consultados estaban la situación conyugal, número de hijos vivos y muertos, lugar y tipo de trabajo, cumplimiento de leyes y beneficios sociales en el lugar de trabajo, descanso y tiempo libre, gastos y administración del dinero, percepción sobre su vida y cómo mejorarla.

1.2. La prensa escrita, la agenda pública y las opiniones de la élite.

Un segundo antecedente corresponde a los primeros intentos por parte de la prensa periódica de la primera parte del siglo XX por incorporar en sus publicaciones reportajes basados en encuestas de opinión de diversa índole. Este es el caso principalmente de las revistas Zig-Zag a partir de 1917 y Vea a partir de 1939.

La revista Zig-Zag fue creada en 1905 por Agustín Edwards Mac-Clure haciendo gala de lo que se denominó "periodismo moderno", un sello particular que definió los caminos de la empresa periodística. La revista mantuvo un perfil misceláneo, intercalando artículos dedicados a la actualidad nacional e internacional con secciones de deportes, moda y reseñas a personajes históricos. Entre los reportajes de actualidad aparecen los artículos de "índole social", donde se inscribe el desarrollo de encuestas.

Entre las primeras preocupaciones de la Revista Zig –Zag estuvo conocer la realidad de la atención en salud en hospitales de Santiago (Febrero de 1917). En efecto, se realizaron encuestas a funcionarios y pacientes en al menos cinco recintos hospitalarios y/o establecimientos de beneficencia, junto con la recopilación de datos desde los propios recintos⁴.

La búsqueda de la Revista Zig-Zag de apoyar el desarrollo de su trabajo periodístico con el levantamiento de información desde la población no solamente estuvo vinculada a temas sociales. Entre los meses de Diciembre de 1917 y Abril de 1918 la revista realizó una encuesta orientada a conocer cuál era el mejor poeta Chileno. Para ello la revista llamó a votar a sus lectores enviando a través del correo una ficha donde se tenía que especificar el nombre del poeta, el seudónimo del votante, su firma, dirección y argumentación. Así, semana a semana la revista fue publicando los resultados (en tablas con los nombres de los poetas y el número de votos). En total, en los cinco meses de duración de la votación, votaron más de 4 mil lectores. Ello podría ser considerado meramente un concurso, sin embargo, lo relevante es que la propia revista definió el procedimiento como una “Encuesta” con el propósito de “dar a conocer el juicio popular sobre nuestros poetas [...] y lograr interesar a la gran masa del público en la poesía y arte nacional” (Zig-Zag, Año XIV, nº 658, 6 de Abril de 1918).

Otro hito importante en el desarrollo de las encuestas en la prensa se encuentra a partir de 1939 con la “Revista Vea”, edición que tenía un perfil más político que publicaciones como Zig-Zag. En Mayo de ese año “Vea” decide realizar un pequeño sondeo a especialistas y representantes del mundo obrero con el propósito de establecer cómo sería un domingo ideal para el obrero Chileno⁵. El mes siguiente la revista publica: “Vea ha realizado una apasionante encuesta: ¿Quién o quienes gobernarán Chile dentro de diez años?”. Lo interesante de este sondeo es que Vea buscaba conocer quiénes eran los políticos con mayor futuro en el país (quizás es la primera encuesta que indaga en este aspecto que hoy es muy común entre los estudios de opinión en Chile). Para ello entrevistó a doce políticos de diversas posiciones

⁴ Conviene tener en consideración que en esta época la preocupación por la asistencia en salud no era una cuestión instalada a nivel de política pública. En efecto, la conceptualización de la misma era más bien cercana a la caridad y la filantropía; recién hacia fines de la década del '30 comienza a debatirse en el país sobre la salud como un derecho de la población.

⁵ Cabe destacar que este sondeo es denominado “Encuesta” por la misma revista. En la práctica, calza más bien con el formato de una entrevista a informantes clave, siendo entrevistados solamente líderes políticos. Las preguntas que guiaron esta consulta fueron: ¿cuál sería, a su juicio, el domingo ideal para el obrero? ¿Qué programa trazaría usted para el día de descanso de que disfruta el trabajador chileno?

políticas e ideológicas⁶, planteándoles la pregunta: ¿Quién nos gobernará dentro de diez años? Por otra parte, en Julio de 1939 la revista publicó los resultados de una encuesta sobre las opiniones existentes en relación al proyecto de ley que otorgaba en Chile todos los derechos políticos a la mujer, en la que participan dirigentes de derecha, izquierda y colectividades políticas independientes. El propósito de la encuesta se encontraba circunscrito en el contexto de un nuevo proyecto de ley que buscaba impulsar la extensión de la participación de las mujeres a todas las actividades políticas, es decir, no solamente participar en las elecciones municipales sino que también contar con derecho a votar en las elecciones parlamentarias y a ser elegidas en cargos de representación legislativa. Es importante comprender el carácter conflictivo de este tema y cómo la Revista *Vea* buscaba actuar como un medio preocupado por dar visibilidad a las distintas posiciones. En este sentido, el uso de la encuesta estaba orientado a ser un mecanismo deliberativo sobre materias de interés público. Sin embargo, a estas alturas, todavía el uso de los números no es lo fundamental como medio de representación de las opiniones, sino sobre todo la reproducción cualitativa de las opiniones y argumentos de los entrevistados⁷.

Durante el curso de 1939 y 1940 Revista *Vea* continuó elaborando reportajes a partir de “encuestas” sobre la realidad política nacional a partir de las opiniones de representantes de la élite política. Estos sondeos, al igual que los descritos anteriormente, dan cuenta de un claro intento de utilizar la encuesta como un mecanismo de construcción de noticias, pero sobre la base de una conceptualización restringida de lo que se entiende por opinión pública, en la medida que la mayoría de estos intentos se centraban en muestras muy pequeñas de entrevistados representantes de la élite política y social.

1.3. La sociología religiosa y el nacimiento de las encuestas de práctica religiosa

Otro antecedente relevante en el desarrollo de las encuestas en Chile lo constituye el rol que cumplió la Iglesia e instituciones a fines a través de la realización de sondeos de opinión a través de cuestionarios, con el propósito de obtener información sobre las prácticas religiosas y opiniones de la población sobre temas de religión.

⁶ Entre quienes respondieron, al menos 10 personas, se encontraban representantes de todos los partidos políticos.

⁷ Las preguntas de la encuesta fueron las siguientes: ¿se ha justificado en la práctica el derecho otorgado a la mujer para votar en las elecciones municipales? ¿Acepta la iniciativa en el sentido de extender ese derecho al voto en las elecciones de parlamentarios y de Presidente de la República? ¿Limitaría usted este nuevo derecho al simple voto o incluiría la autorización constitucional para que las mujeres pudieran ser elegidas en cargos parlamentarios?

El desarrollo de este tipo de encuestas experimenta una consolidación con el establecimiento en la década del '50 de la Oficina de Sociología Religiosa (OSORE), dependiente del Arzobispado de Santiago⁸, la cual estaba liderada por mujeres que provenían de un movimiento denominado "Acción Católica". Este grupo de mujeres dedicaban todo su tiempo a realizar encuestas para recopilar datos sobre la población que asistía a las iglesias. Varias de ellas habían dado lectura a varios científicos sociales franceses (especialmente sociólogos)⁹, lo que las inspiró para iniciar estudios que permitieran observar empíricamente las prácticas y conductas de los fieles católicos. El objetivo era apoyar la labor pastoral de la iglesia a través del uso de información empírica que permitiera conocer mejor a los fieles, construir una iglesia "más realista" y con mayor sensibilidad sobre quienes conformaban la población católica, siguiendo las inquietudes planteadas por el sacerdote jesuita Alberto Hurtado acerca de si Chile era efectivamente un país católico (Hurtado, 1941). Ello, en parte, implicó que la Iglesia Católica buscara racionalizar y planificar su acción pastoral.

El diseño de los cuestionarios y el análisis era realizado con el apoyo de sacerdotes con formación en ciencias sociales¹⁰. Los cuestionarios eran relativamente simples y contemplaban preguntas de tipo sociodemográfico tales como lugar de residencia, sexo, edad, junto con asistencia al templo. La idea era levantar datos a los largo de las diócesis de todo Chile y lograr que los obispos se interesaran y comprometieran su apoyo. El levantamiento de la información se realizaba seleccionando grupos de iglesias o parroquias, principalmente producto de la invitación de algún obispo o párroco. Una vez en las iglesias los voluntarios entregaban al ingreso el cuestionario y un lápiz. En el momento de la prédica, ésta no era realizada, y el sacerdote pedía que las los fieles respondieran al cuestionario. Al salir, se recogían las fichas, se ponían en una bolsa y se identificaba la misa¹¹.

⁸ En esta línea cabe destacar también a la Revista Mensaje, publicación editada por la Congregación de Jesús desde 1955 con el fin de iluminar la opinión, orientación y reflexión de los chilenos.

⁹ Entre los autores que habían leído se encontraban Durkheim, Leplay, y Lebras, siendo este último el que más influencia tuvo producto de su trabajo en elaboración de mapas de práctica religiosa en Francia. (Entrevista a Renato Pobrete).

¹⁰ En un principio, fue el sacerdote belga Roger Vekemans, y luego el sacerdote Renato Poblete, quien a mediados de la década de 1950' volvía de cursar estudios en sociología en EE.UU.

¹¹ En relación al análisis, las fichas se pasaban a una planilla y se realizaban los gráficos. El procesamiento de la información era manual. Los datos eran traspasados a una planilla en papel, donde con colores se iban apuntando las respuestas. La información que se producía era confidencial y se remitía directamente a los obispos.

La utilidad de la información recopilada a través de estas encuestas residió en contar con un diagnóstico bastante exhaustivo de la práctica religiosa en Chile, el que sorprendió a la Iglesia producto que mostró niveles de observancia religiosa bastante menores a los esperados¹².

Los esfuerzos de la Iglesia Católica por contar con información empírica sobre las conductas y creencias religiosas de los chilenos se manifestaron también en otras iniciativas. Por ejemplo, en 1959 el arzobispado se unió a un estudio latinoamericano de religiosidad con una organización denominada FERES. La iniciativa de fortalecer el estudio empírico de la sociología religiosa estuvo apoyada desde Bélgica por el sacerdote Francois Buttar, quien dirigía un centro de sociología religiosa y consiguió fondos en EE.UU. para apoyar algunos centros en Latinoamérica. Asimismo, se comenzaron a incorporar preguntas sobre religión en los primeros estudios de opinión. En efecto, por iniciativa del sacerdote jesuita Renato Poblete, Eduardo Hamuy a inicios de la década de 1960 incorporó preguntas sobre práctica religiosa en sus encuestas¹³

2. Nacimiento e institucionalización 1950'-1973': el impacto de los cambios sociales y la llegada de la sociología empírica.

Un segundo periodo en el desarrollo de las encuestas en Chile se inicia a fines de la década de 1950'. No es sino hasta el año 1957 que es posible hablar del inicio formal de la industria de la opinión pública en Chile. Por iniciativa del sociólogo Eduardo Hamuy en el Departamento de Sociología de la Universidad de Chile, se dio inicio a un programa pionero de desarrollo de encuestas de opinión pública que se extendió con mediciones regulares, más de 40, hasta 1973¹⁴.

El propósito de Hamuy de establecer un programa de estudios en sociología empírica a través de encuestas de opinión estuvo fuertemente influenciado por la formación que adquirió desde la sociología norteamericana en las Universidades de Columbia y City of New York, donde tuvo cercanía al trabajo desarrollado por el padre de la sociología empírica en EE.UU., Paul

¹² Entrevista Renato Poblete.

¹³ Entrevista Renato Poblete.

¹⁴ Además de las "Encuestas Hamuy" cabe destacar paralelamente la existencia de una empresa consultora ligada a los partidos de derecha, "Salas & Reyes", quienes regularmente colaboraron con la presidencia de Jorge Alessandri (1958-1964) desarrollando algunos sondeos de opinión, los que sin embargo no tuvieron mayor cobertura pública ni trascendencia en el tiempo.

Lazarsfeld. Adicionalmente, un apoyo fundamental también lo constituyó la colaboración de destacados sociólogos franceses, como Alain Girard y Alain Touraine.

Lo significativo de estos estudios de opinión reside en que constituyeron una experiencia pionera en la incorporación y desarrollo de una “tecnología” de escaso uso, e incluso desconocida por muchos, en las ciencias sociales en Chile. En efecto, las “Encuestas Hamuy” tuvieron un impacto multidimensional en la germinación de la industria de la opinión pública. Primero, significaron la recopilación de evidencia empírica sobre las percepciones de los chilenos en una variedad de temas hasta ese momento subdesarrollados. Así, estas encuestas exploraron temas como la cultura política, movilidad social, religión, comportamiento electoral y percepciones sobre la coyuntura política y social. Ejemplo de esto último es la incorporación de preguntas para conocer las opiniones de los chilenos sobre el lanzamiento al espacio del primer satélite ruso en el Octubre de 1957 para medir las impresiones que el evento produjo en las personas y captar los efectos sobre sus opiniones políticas (Hamuy, Salcedo y Sepúlveda, 1958).

Segundo, en relación a los usos de las encuestas, si bien Hamuy tenía intereses académicos y las encuestas constituían una base de evidencia empírica para el testeado de hipótesis en orden a comprender las transformaciones sociales en Chile, sus encuestas también tuvieron implicancias políticas. Por un lado, el propio Hamuy regularmente asesoraba al presidente demócrata cristiano Eduardo Frei (1964-1970) a través de la entrega de resultados de sus encuestas para apoyar la labor gubernamental. Por otro, las “Encuestas Hamuy” desde muy temprano comenzaron a tener un uso electoral. En efecto, la elección presidencial del año 1958 se constituyó en la primera vez que en Chile se utilizó una encuesta para realizar predicciones electorales, actividad que Hamuy continuó desarrollando para las elecciones presidenciales de 1964 y 1970, y la elección parlamentaria de Marzo de 1973.

Tercero, Hamuy fue quien por primera vez introdujo en Chile el uso de muestras probabilísticas para la realización de encuestas. Ello implicó la conformación de un “know how” en la aplicación de una metodología inexistente previamente en Chile. En esta línea, el trabajo desarrollado por Hamuy tuvo como consecuencia la elaboración de los primeros marcos muestrales y mapas de las principales ciudades de Chile, como Santiago, Viña del Mar y Concepción. Asimismo, implicó generar mecanismos para el procesamiento de datos,

inicialmente en forma manual y luego utilizando uno de los pocos computadores disponibles en el país, alojado en el Departamento de Ingeniería de la Universidad de Chile.

Finalmente, las “Encuestas Hamuy” implicaron la constitución de un equipo de trabajo y la formación de una generación de científicos sociales que aprendieron sobre el trabajo de realizar encuestas y se vieron fuertemente influenciados por Hamuy.

Con todo, el desarrollo de las “Encuestas Hamuy”, como base de la industria de los estudios de opinión en Chile, debe ser comprendido considerando los procesos sociales que estuvieron tras su evolución y que gatillaron en mayor o menor medida su existencia. Al respecto, existen dos tipos de factores que favorecieron el nacimiento de los estudios de opinión sistemáticos en Chile. El primero, corresponde al conjunto de cambios que la sociedad chilena comienza a experimentar a partir de la mitad del siglo XX y que se relacionan con el tránsito hacia un nuevo estadio de modernización. El segundo, e íntimamente vinculado con el primer proceso, se refiere al establecimiento de la sociología empírica en el país y al mayor desarrollo en general de las ciencias sociales.

En relación a las transformaciones sociales, existen tres dimensiones que experimentan cambios que favorecen el desarrollo de las encuestas.

A nivel político, se produce una expansión de los derechos ciudadanos, especialmente a partir de 1949 con la aprobación del voto femenino, lo que implicó la ampliación y diversificación de la gama de electores. Así, la actividad de captar la adhesión popular se hace más compleja y con un mayor nivel de incertidumbre. En efecto, ello facilita la búsqueda de profesionalizar y tecnificar la actividad política (Collier & Satter, 1998)¹⁵.

En términos económicos, se instala un modelo de desarrollo económico hacia adentro, orientado a favorecer la industrialización general de la economía y la modernización del mundo agrario. Ello trajo consigo una expansión del mercado, el incremento de la concentración urbana, el aumento del sector servicios, el crecimiento del consumo y los sectores medios. Con ello, se produce una expansión y diversificación del mercado, surgiendo un público consumidor. A pesar de la compleja situación económica del país durante la década de 1970', ello no fue obstáculo para el desarrollo de los estudios de mercado, como una nueva actividad orientada a

¹⁵ Un ejemplo de ello puede ser el gobierno de Jorge Alessandri, considerado como uno de los primeros donde se instala en la administración el concepto de los tecnócratas.

proveer información y nuevo conocimiento sobre los consumidores al mundo de las empresas. En esta línea, una de las instituciones pioneras en este mercado fue ADIMARK (hoy en alianza con GFK) que en 1975 comenzó a realizar estudios de consumidores, seguida por GALLUP Chile (desde 1988 pasa a ser una empresa local llamada SKOPUS), CADEM en 1976, ICCOM en 1977, TIME en 1979 y DEMOSCÓPICA en 1982.

A nivel cultural, a mediados del siglo XX, especialmente a partir de la década de 1960', el país comienza a experimentar una diversificación cultural promovida principalmente, por un lado, por los cambios en la concepción del género y la sexualidad producto de la incorporación de la píldora anticonceptiva y, por otro, por la expansión de la industria de los medios de comunicación masiva, con la incorporación de la televisión, lo que trajo consigo mayor acceso a información, fuentes de conocimientos y entretenimiento.

En este escenario, Chile experimentaba una atmósfera de cambio social que requería nuevas interpretaciones para una mejor comprensión de los cambios. En consecuencia, es esta época la que se constituye en el contexto propicio para el desarrollo de las ciencias sociales en el país. Así, entre la década de 1950' y 1970' se produce el periodo fundacional de las ciencias sociales en Chile, etapa que se caracteriza por una progresiva institucionalización de sus disciplinas, especialmente la sociología, lo que implicó el tránsito desde una disciplina ensayística a otra de corte científico (Garretón, 2005). En la recepción de la sociología científica en Chile cumplieron un rol fundamental, por cierto, Eduardo Hamuy con la formación de la Escuela de Sociología de la Universidad de Chile y la instalación del primer programa de encuestas opinión en el país; la instalación de la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) como el centro para el desarrollo de la sociología en el país y Latinoamérica; y el sacerdote jesuita Roger Vekemans, quien formó la Escuela de Sociología de la Universidad Católica y promovió la formación de jóvenes académicos en Estados Unidos. En todos estos casos, fue fundamental el apoyo de organismos internacionales como UNESCO, Fundación Ford y Fundación Rockefeller (Fuenzalida, 1983).

Junto a la creación de los primeros departamentos de sociología, bibliotecas especializadas, la formación de los primeros equipos académicos, y el desarrollo de las primeras investigaciones sistemáticas, la sociología adquiere mayor presencia en la esfera pública. Ejemplo de ello, es la influencia que varios sociólogos alcanzaron, por primera vez, como asesores durante el

gobierno de Eduardo Frei Montalva. En efecto, Frei mismo tenía mucho interés en promover el desarrollo de las ciencias sociales en el país, a diferencia de Carlos Ibáñez o Jorge Alessandri, en el marco de las reformas estructurales que quería implementar (Fuenzalida, 1983).

Así, la recepción de la sociología científica en Chile se constituye en un factor decisivo para el desarrollo de las encuestas de opinión pública, pues éstas se constituyen en una metodología privilegiada para recopilar evidencias empíricas que permitieran observar y comprender los cambios sociales que experimentaba la sociedad chilena. Asimismo, la relevancia de las encuestas de opinión pública se encontraba mediada por la necesidad de dar cuenta de la mayor centralidad y visibilidad que comienza a adquirir la categoría del “público” en la organización de la vida democrática de la sociedad chilena.

3. Ausencia, control y reestablecimiento, 1973'-1988': El régimen militar, apertura democrática y plebiscito.

Los esfuerzos realizados desde 1957 por Eduardo Hamuy para instalar el estudio sistemático de la opinión pública en Chile se vieron abruptamente interrumpidos a partir de 1973 con el inicio del régimen militar de Augusto Pinochet. Junto con la intervención de las Universidades, el cierre de la mayoría de los departamentos de sociología y la expulsión de varios académicos, las encuestas de opinión pública iniciaron un prolongado receso que se extendió hasta mediados de los años '80. En efecto, durante el régimen militar la producción de encuestas de opinión pública fue escasa, y cuando existieron eran estudios confidenciales para el gobierno o investigaciones propiamente de mercado¹⁶. En este contexto, durante la década de los '70 y hasta mediados de los '80 existía bastante regulación y control para quienes realizaban estudios de mercado. Para realizar una encuesta era necesario enviar previamente el cuestionario y la lista completa de encuestadores a la DINACOS (Dirección Nacional de Comunicación Social). Después de unos días era devuelto el cuestionario, a veces con preguntas tachadas y encuestadores prohibidos¹⁷.

Luego del proceso de apertura del régimen militar y el fortalecimiento de la oposición a partir de 1983, disminuyen las restricciones al desarrollo de encuestas. A mediados de los '80, se

¹⁶ Una excepción a esta situación la constituye la realización de encuestas de opinión pública por parte de la Policía de Investigaciones (policía civil), especialmente, previo al plebiscito de 1989, las que fueron dadas a conocer a través de la prensa escrita, específicamente a través del diario La Nación, dependiente del estado.

¹⁷ Entrevista a Roberto Méndez, Director ADIMARK.

comenzaron a realizar los primeros esfuerzos por registrar las percepciones y actitudes de la población a través de encuestas, siendo principalmente el foco la conducta y cultura política de los chilenos y sus preferencias electorales ante el plebiscito del año 1988 (Huneeus, 1999).

Uno de los elementos que colabora con la reinauguración de la desmantelada industria de los estudios de opinión, fue el inicio de las encuestas realizadas por la empresa Diagnos a partir de 1983, por encargo de medios de comunicación¹⁸, y que a partir de 1984 se consolida en un programa de encuestas bimensuales por más de tres años. Si bien, otras empresas ya habían realizado otras mediciones, estas son las primeras que tienen un carácter público.

Tras el esfuerzo de Diagnos, en alianza con el periódico La Tercera y luego con radio Cooperativa, se comenzó a estructurar una naciente industria de las encuestas de opinión, donde las instituciones que alcanzaron más desarrollo y notoriedad fueron el Centro de Estudios Públicos (CEP)¹⁹, vinculado a intelectuales liberales y empresarios de derecha, el Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea (CERC)²⁰, vinculado a académicos demócratacristianos, y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), organismo de carácter internacional donde se desempeñaban científicos sociales opositores al régimen militar²¹. Además de estas instituciones, un hito importante fue la alianza circunstancial creada por varias instituciones ligadas a la oposición para realizar una encuesta con una orientación hacia la planificación de la campaña para el plebiscito de 1988. Se trata de la

¹⁸ La primera encuesta Diagnos que fue publicada en 1983 se refería a la participación del cantante Zalo Reyes en el Festival de Viña del Mar y fue publicada por el diario La Tercera (Sunkel 1989). Otra experiencia de Diagnos fue la realizada con la radio Cooperativa (estación opositora al gobierno militar) por tres años a partir de 1985, para quien se realizaron mediciones semanales sobre el estado de la opinión pública y que eran dadas a conocer en el programa "El Computador de Cooperativa".

¹⁹ El CEP inició un programa de encuestas de opinión pública el año 1987 en asociación con la empresa ADIMARK. Dicha alianza tuvo un abrupto término el año 1993 luego del rotundo fracaso que tuvo la predicción electoral presidencial que realizaron a partir de un estudio Exit-Poll en asociación con un canal de televisión. En adelante el CEP continuó de manera independiente realizando encuestas nacionales, con cobertura urbana y rural, cubriendo temas de política, economía y valores. En conjunto con el CERC, son las únicas instituciones que ha desarrollado de manera exitosa programas de opinión pública con series de tiempo comparables sobre el periodo de la democratización en Chile.

²⁰ Los intereses de las encuestas del CERC estuvieron vinculados inicialmente con inquietudes académicas provenientes de la sociología política y la ciencia política en relación a la cultura política y los procesos de democratización, y con la búsqueda de comprender los cambios en estos aspectos de manera comparada en el tiempo. En el desarrollo inicial del CERC fue muy influyente Eduardo Hamuy, pues contribuyó con su larga experiencia y conocimientos para el desarrollo de los cuestionarios y el diseño muestral (Entrevista a Carlos Huneeus). En 1985 el CERC realizó, con apoyo de la Fundación Ford, una encuesta piloto en tres universidades, en 1986 realizó una encuesta metropolitana durante estado de sitio dictado por la Junta Militar, y a partir de 1987 comenzó a realizar mediciones regulares a nivel nacional. En 1988 el CERC, luego de un seminario realizado en conjunto con el CIS de España, siguió en contacto con algunos académicos (Jacinto Rodríguez y Rosa Kunde) que sugirieron y asesoraron al CERC para el uso de muestras por cuotas. En adelante el CERC adoptó dicho tipo de muestreo, lo que significó el término de la relación de Eduardo Hamuy con el CERC dada su opinión crítica de las muestras por cuotas.

²¹ El inicio de las mediciones de FLACSO está marcado por la búsqueda de retornar a la sociología empírica, la que había sido abandonada durante el régimen militar. En un inicio el interés estuvo en comprender la cultura política que se había configurado con la dictadura, pero las primeras mediciones de 1984 mostraron la potencialidad política que tenían las encuestas. Así, en 1986-1987 realiza encuestas en colaboración con el Centro de Estudios del Desarrollo con apoyo del National Endowment for Democracy, las que con el tiempo adquieren un fuerte énfasis en lo político-electoral en la medida que se acercaba el plebiscito (Sunkel 1989).

encuesta CIS, realizada por el Centro de Estudios Sociales (SUR), Centro de Estudios del Desarrollo (CED), y el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), transformando los intereses intelectuales directamente en asesoría política utilizando para ello encuestas y grupos focales.

La industria se estructuró políticamente. Por un lado, se encontraban las instituciones vinculadas a la derecha y al régimen autoritario, tales como el CEP, Skopus (representante de Gallup en Chile), Gemines y ADIMARK. Por otra parte, las instituciones vinculadas a la oposición eran SUR, CERC, CED, FLACSO, CIEPLAN e ILET. Así, entre los años 1987 y 1988 se produjo una verdadera e inédita guerra de encuestas, dándose a conocer alrededor de 60 sondeos, existiendo más de 20 instituciones que realizaron encuestas, de las que sobrevivieron en la década siguiente solamente algunas.

En este escenario, las encuestas de opinión pública comenzaron a tener una relevancia desconocida como instrumento de influencia política, en la medida que, no solamente fueron utilizadas como instrumentos académicos para comprender los cambios en la sociedad chilena luego de un largo régimen autoritario, sino que también porque se transformaron en herramientas centrales en la planificación electoral y, por lo tanto, en el marketing político desarrollado por la oposición para el plebiscito de 1988 (Sunkel, 1989). Asimismo, en el plebiscito de 1988 las encuestas de opinión ocuparon por primera vez un rol protagónico en el proceso político chileno y una relevancia desconocida en la vida pública. Además de lo realizado por Eduardo Hamuy (CEDOP) en las elecciones de 1958, 1964, 1970²² y 1973, no existía en el país mayor experiencia acumulada en el uso de encuestas para predecir elecciones.

4. Expansión y nuevo protagonismo, 1990 en adelante: hacia una sociedad de indicadores.

Luego del plebiscito de 1988 y el fin del régimen militar, no sólo se inicia un nuevo ciclo en la sociedad chilena en general, sino que también se inaugura una nueva etapa en el funcionamiento y organización de la industria de las encuestas de opinión pública. Dicha etapa

²² En la elección de 1970 el comando presidencial del candidato Jorge Alessandri encargó encuestas con el fin de proyectar los resultados de la votación. Con ello, adicionalmente al trabajo de CEDOP, se sumaron CESOC y Gallup-Chile que realizaron proyecciones electorales en base a los resultados de encuestas de opinión (Arriagada, 1993).

ha estado marcada por la articulación de un nuevo escenario donde las encuestas han adquirido un protagonismo desconocido en la vida pública en Chile.

En primer lugar, desde comienzos de la década de 1990 el mercado de las encuestas se expande e inicia un lento proceso de profesionalización. Ello producto principalmente de la incorporación de empresas²³, a las que se suman algunas fundaciones y universidades²⁴, además de algunos "Think Tanks"²⁵. En este desarrollo cabe destacar también al Ministerio de Planificación con la encuesta de caracterización económica (CASEN) y al Departamento de Economía de la Universidad de Chile con la encuesta de empleo.

Esta expansión trajo consigo un incremento de la competencia, lo que ha presionado por una mejoría en los estándares de calidad y transparencia en la industria, junto con ampliar los temas de preocupación en los estudios de opinión a ámbitos más allá de la política²⁶.

Una segunda tendencia corresponde a la nueva entrada de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita, no solamente como difusores de estudios de opinión sino que ahora como productores de los mismos. Los diarios El Mercurio y La Tercera, ambos ligados a grupos económicos de derecha, han sido los principales medios en producir encuestas regulares, relacionadas principalmente con la agenda política. A partir de 1999, siguiendo la tendencia histórica de los medios de comunicación en Estados Unidos y Europa, ambos periódicos iniciaron un trabajo intenso por posicionarse como actores con credibilidad en la industria realizando encuestas telefónicas nacionales, que frecuentemente son ubicadas en portada durante las ediciones de fin de semana. Así, cada vez más las encuestas son utilizadas como mecanismos de construcción de noticias y, por lo tanto, articulación de la agenda de debate público.

Un tercer eje se refiere a la importancia que han adquirido las encuestas de opinión pública en la conducción de los gobiernos a partir de 1990, cuando la premisa "encuestar para gobernar"

²³ Algunas de estas empresas son, MORI, ADIMARK, IPSOS, TIME, FEEDBACK, BENCHMARK, DataVoz.

²⁴ En este caso destacan Fundación Futuro, el Departamento de Estudios Sociológicos (DESUC) de la Universidad Católica de Chile, el Instituto de Estudios Políticos (IDEP) de la Universidad Andrés Bello, la Universidad de Talca y recientemente la Universidad Diego Portales.

²⁵ Es el caso de la Fundación Chile 21, vinculada a los partidos de izquierda PS-PPD y cuyo fundador fue el Presidente Ricardo Lagos, que ha realizado más de 20 encuestas telefónicas en temas políticos, económicos y valores, con el propósito de apoyar la agenda del bloque social-demócrata chileno. Por otra parte, se encuentra el Instituto Libertad y Desarrollo, vinculado al partido de derecha UDI, y ha que realizado encuestas telefónicas principalmente sobre temas económicos y de políticas públicas.

²⁶ Ejemplos son las encuestas de temas valóricos (CEP), los estudios sobre medios de comunicación (CNTV), los estudios sobre victimización y delincuencia (Paz Ciudadana-Adimark), entre otros. Dicha apertura temática se produce con el paso del gobierno de transición del Presidente Aylwin a otro de carácter modernizador como el de Eduardo Frei Ruiz-Tagle (Jara & Tapia, 1995).

comienza a ganar espacio. En efecto, siguiendo el modelo implantado en la Casa Blanca en EE.UU. en la década de 1960' (Jacobs & Shapiro, 1995), los gobiernos de Patricio Aylwin (1990-1994), Eduardo Frei Ruiz-Tagle (1994-2000) y Ricardo Lagos (2000-2006) contaron con asesores directos que elaboraban, encargaban y analizaban estudios de opinión como un modo de hacer seguimiento a la agenda pública, monitorear la figura del presidente y evaluar iniciativas y cursos de acción gubernamental. En el caso del gobierno de Aylwin el principal responsable fue el sociólogo Eugenio Tironi, en el gobierno de Frei fue el asesor comunicacional Pablo Halpern, y en el gobierno de Lagos, donde quizás el desarrollo de encuestas fue más sistemático, el responsable fue el sociólogo Javier Martínez.

En este sentido, las encuestas han contribuido a una racionalización y tecnificación en la toma de decisiones en la actividad gubernamental (Herbst, 1995), lo que se conjuga con que las encuestas de opinión pública coexisten crecientemente con otros mecanismos de medición, tales como índices y rankings internacionales (transparencia, productividad, confianza, calidad de la educación, etc.). Con ello, las encuestas son una más de las expresiones a través de las cuales se manifiesta un nuevo culto a los números en la actividad política durante el proceso de democratización en Chile (Paley, 2001).

Un cuarto eje, relacionado con los anteriores, se refiere a la nueva importancia simbólica de los estudios de opinión en la vida pública en Chile. En efecto, la existencia de encuestas regulares con amplia difusión en la prensa escrita (como los estudios CEP y CERC), han permitido la generación de nuevos rituales sociales, es decir, prácticas culturales que simbolizan y reproducen instancias de participación colectiva (Lipari, 1999; Lewis, 1999). En el caso de las encuestas de opinión ello se refleja en una doble dimensión. Primero, aunque las encuestas no son equivalentes a una elección o referéndum, favorecen la integración de los ciudadanos anónimos en la esfera pública y son una nueva forma de simbolizar la participación en las sociedades democráticas. Segundo, las encuestas, sobretudo políticas, actúan como rituales de evaluación de las figuras e instituciones pública.

Un último eje se refiere a la internacionalización o globalización de la industria de las encuestas de opinión en Chile. Ello ha estado relacionado con la penetración de compañías internacionales en el mercado de los estudios de mercado y opinión pública (Gallup, IPSOS-MORI, TIME, GFK), la importación de metodologías de investigación desde países más

avanzados (por ejemplo, encuestas telefónicas o la medición de audiencias televisivas a través de sistema *people meter*) y la colaboración entre equipos de investigación de diversos países para la realización de programas de encuestas internacionales. En relación a este último aspecto, a partir de la década de 1990' Chile ha comenzado a participar en al menos 5 estudios de opinión pública de alcance internacional. Entre ellos se destacan el Estudio Mundial de Valores, Latinobarómetro, Iberoobarómetro, Internacional Social Survey Program y Comparative Study of Electoral Systems²⁷.

III. ¿Qué sabemos de cómo encuestan las encuestas? Notas sobre la evolución metodológica de la industria.

Para comprender el desarrollo que ha experimentado la industria de las encuestas de opinión pública en Chile, también se requiere analizar y comprender las características y cambios técnicos y metodológicos que ha experimentado. En ese sentido, una tarea fundamental es responder a la pregunta ¿cómo encuestan las encuestas?²⁸ Para avanzar en este propósito, a continuación, se presenta una revisión general de la evolución que han experimentado las características metodológicas de las encuestas de opinión pública en Chile. Para ello, este análisis se basa en la recopilación de 1003 encuestas de opinión que fueron producidas y publicadas desde fines de la década de 1950²⁹.

El primer aspecto que ha marcado la evolución de los estudios de opinión pública es la notable expansión que han experimentado tanto el número de encuestas publicadas como el número y tipo de instituciones que las realizan. En las décadas previas a 1980' la producción de

²⁷ El inicio de la participación de Chile en estudios internacionales estuvo mediado por dos hechos relevantes. Primero, en 1988 un grupo de científicos sociales de Chile, Argentina, Brasil y Uruguay, responsables de estudios de opinión en cada uno de sus países, aplicaron una batería de preguntas comunes para comprender a nivel comparado el comportamiento de la opinión pública en el proceso de democratización. Los resultados fueron presentados en un seminario en 1989 en la Universidad de Columbia, EE.UU., oportunidad en la que se comenzó a gestar el proyecto del Latinobarómetro (ver Lagos, 2005). Un segundo hecho importante fue que en ese mismo seminario, Ronald Inglehart invitó a Marta Lagos, Directora del CERC en ese entonces, para que coordinara en Chile la aplicación del Estudio Mundial de Valores, instancia a partir de la cual Chile ha participado en 4 mediciones de dicho estudio.

²⁸ En relación a este punto, la evidencia aquí presentada tiene carácter limitado a los aspectos metodológicos de los estudios de opinión. En efecto, esta misma pregunta se podría responder adicionalmente realizando un análisis del tipo de preguntas utilizadas, observando aspectos tales como el lenguaje, categorías de respuesta, y la posición. Asimismo, un análisis más completo sobre la industria debería responder a la siguiente pregunta: ¿qué encuestan las encuestas?, en orden a entender los énfasis temáticos e intereses tras los estudios de opinión pública (Jara & Tapia, 1995). Este punto es especialmente relevante en términos de la reflexión sobre la capacidad de las encuestas para establecer agendas y crear fenómenos, junto al cambio de intereses temáticos en el tiempo como expresión de las transformaciones sociales y el surgimiento de nuevas problemáticas. Al respecto los trabajos de Lipari (1999, 2000) y Rose y Osborne (1999) son buenas aproximaciones a estas temáticas.

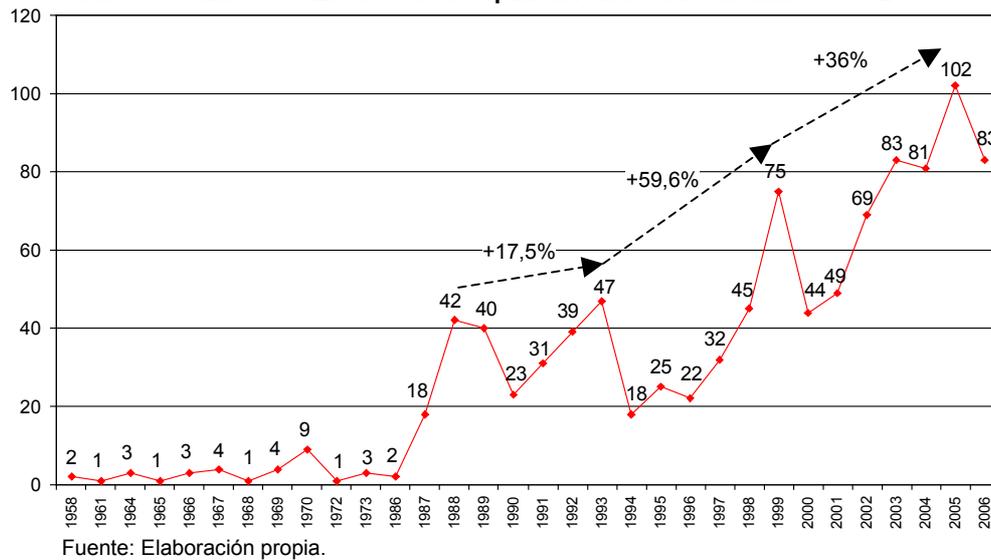
²⁹ Es importante destacar que en este grupo de encuestas fueron incluidas solo aquellas mediciones que fueron dadas a conocer de manera pública a través de la prensa, un documento o informe.

encuestas de opinión pública en Chile fue muy baja, siendo las existentes principalmente aquellas realizadas por Eduardo Hamuy. De este modo, la producción de encuestas en Chile se concentra principalmente a partir de la década de 1990. En efecto, las encuestas publicadas entre los años 1999 y 2006 corresponden a más de la mitad del total de las encuestas recopiladas desde el año 1957 (Ver Gráfico 1).

El incremento en el número de encuestas de opinión publicadas a partir del retorno a la democracia se encuentra relacionado con el incremento de instituciones dedicadas a la realización de estudios de este tipo y, sobretodo, con la reinauguración del ciclo político. En este sentido, las elecciones se han constituido en eventos que han promovido notablemente el desarrollo de encuestas, principalmente como mecanismos de planificación y predicción electoral, así como también de circulación de mayor información. De este modo, si se consideran los años en que se realizaron elecciones presidenciales desde 1989 se observa que éstos son los años en que más encuestas se publican, cantidad que ha ido en incremento en cada periodo electoral. Entre las elecciones del año 1989 y 1993 el número de estudios publicados tuvo un leve incremento de 17,5%, mientras que entre la elección de 1993 y 1999 tuvo lugar el incremento más significativo, el que alcanzó el 59,6%, en tanto entre la elección de 1999 y 2005 el aumento fue algo inferior, 36% (Ver Gráfico 1).

La elección presidencial de 1999, de modo similar que el plebiscito de 1988, tuvo un efecto fertilizador en la industria de la opinión pública. En efecto, no solamente implicó un crecimiento sustantivo en el número de estudios publicados y de instituciones en escena, sino que además situó a las encuestas en el centro de la competencia política, en su doble rol de termómetro y oráculo. El carácter particular de esta elección estuvo dado por el contexto de crisis económica (la denominada "Crisis Asiática"), el desgaste de la "Concertación" como coalición gobernante, y el surgimiento de un nuevo liderazgo en la derecha representado por Joaquín Lavín, que por primera vez desde el retorno a la democracia presentaba la posibilidad de llegar al gobierno, lo que incrementó la competencia política y la incertidumbre sobre los resultados de la elección.

Gráfico 1. Número de Encuestas de Opinión Publicadas en Chile: 1958-2006



La estructuración de la industria de la opinión pública también puede ser observada a partir del peso relativo que tienen sus distintos tipos de actores. A este respecto, en el periodo previo al quiebre democrático de 1973 la naciente industria estaba articulada principalmente desde universidades, como es el caso de las “Encuestas Hamuy”, con una nula presencia en la publicación de encuestas por parte de empresas de estudios de mercado y medios de comunicación (Ver Tabla 1). Sin embargo, esta situación se modificó radicalmente durante el régimen militar, especialmente a mediados de la década de 1980’, cuando la producción de estudios de opinión se asentó en centros de estudios vinculados principalmente a la oposición, así también como por la entrada de manera pública de las empresas de estudios de mercado, sobre todo para el plebiscito de 1988. En adelante, estos dos actores (Universidades y Empresas) han sido los principales responsables del dinamismo de la industria en Chile.

No obstante lo anterior, a partir de 1999 es posible observar nuevas tendencias. En primer lugar, se incrementa la presencia de los medios de comunicación, ya no como meros difusores de estudios de opinión sino como protagonistas de la industria al producir sus propias encuestas. En esta línea, las experiencias más exitosas han sido las llevadas adelante por los dos principales periódicos del país, “El Mercurio” y “La Tercera”³⁰.

En segundo lugar, este fenómeno ha sido acompañado por una lenta reincorporación de las universidades a la producción de estudios de opinión, lo cual es aún más preocupante por la

³⁰ En el caso de “El Mercurio” las encuestas han sido en su mayoría elaboradas en asociación con una empresa de estudios de mercado (Opina S.A.), en tanto “La Tercera” desarrolló su propio centro de encuestas y sólo en algunas ocasiones las realiza en alianza con una empresa local (Feedback).

ausencia de programas de encuestas de opinión permanentes en el tiempo y por la escasa producción de conocimiento en el área de opinión pública. En efecto, el interés por producir investigación en esta área se encuentra todavía relegado a un segundo plano y circunscrito al uso de encuestas para apoyar argumentos, y por lo tanto la opinión pública es raramente vista como un tópico macro sociológico significativo por su propio derecho.

En suma, destaca la configuración de una industria que se ha estructurado, principalmente, a partir del trabajo desempeñado por centros de estudios y empresas de estudios de mercado, con una notable ausencia de las universidades y una progresiva y rápida incorporación de la prensa escrita, sobretodo a partir de la elección presidencial de 1999³¹.

Tabla 1: Evolución del Tipo de Instituciones que Realizan Encuestas de Opinión en Chile de Acuerdo a la Cantidad de Encuestas Publicadas, 1958-2006 (%).

Tipo de Institución*	1958-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Universidad	93,9%	5,9%	4,2%	9,7%	10,0%
Centro de Estudios**	6,1%	47,1%	30,9%	37,2%	34,6%
Institución gubernamental	0,0%	4,4%	5,7%	5,0%	5,1%
Empresa/Consultora	0,0%	41,2%	45,6%	33,3%	37,3%
Medio de Comunicación	0,0%	1,5%	13,5%	14,7%	13,0%
Total de Instituciones	33	68	401	597	1099***
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

(*) Se excluyen de esta tabla las encuestas cuya institución principal se clasificó como "otras" y aquellas que no existía una referencia confiable de la institución. (**) Incluye "Think Tanks". (***) La base de cálculo son 920 encuestas y se contabiliza cada institución que participa del estudio.

Un aspecto siempre controvertido de las encuestas de opinión pública ha sido su carácter de herramientas con validez científica en la observación de los fenómenos sociales. Parte de esa discusión está relacionada con sus usos e intereses, mientras que otra se vincula con su producción y características técnicas y metodológicas. En relación a este último aspecto, a continuación nuestra atención se concentrará en revisar de modo general algunos de los rasgos metodológicos que han caracterizado a la industria de la opinión pública en Chile.

Entre las características técnicas de las encuestas publicadas en Chile, un primer aspecto se refiere a la modalidad de aplicación. Las encuestas cara a cara han sido históricamente la principal metodología utilizada por la gran mayoría de las instituciones encuestadoras del país. En efecto, hasta el año 1989 la totalidad de las encuestas que se publicaban era cara a cara,

³¹ Entre las instituciones con más encuestas publicadas se encuentran Fundación Futuro (126), ADIMARK (59), Gémines (56), CEP (57), CERC (49), diario La Tercera (35), diario El Mercurio (33), y MORI (28).

manteniendo un alto porcentaje hasta finales de la década de 1990'. Es a partir de 1999 cuando las encuestas cara a cara pierden el predominio indiscutido con la irrupción de las encuestas telefónicas ganando un importante espacio y legitimidad en la industria, lo que se refleja en que en promedio el 65,3% de las encuestas publicadas el periodo 1999-2006 corresponde a encuestas telefónicas (Ver Tabla 2). El incremento de este tipo de estudios ha estado vinculado principalmente al trabajo realizado por la Fundación Futuro, la mayoría de las empresas de estudios de mercado y los diarios El Mercurio y La Tercera. Ello ha sido favorecido por la expansión de la cobertura telefónica en el país y a la existencia de una industria más competitiva que busca producir estudios -en breves periodos de tiempo- que den cuenta de las situaciones contingentes de la política nacional.

El incremento de las encuestas telefónicas ha tenido como consecuencia el aumento de las encuestas semi probabilísticas o por cuotas. En efecto, la proporción de encuestas probabilísticas era cercana al 100% en el periodo 1958-1973, sin embargo, la cobertura era limitada principalmente a la Región Metropolitana de Santiago y ocasionalmente se consideraban otras ciudades importantes. Hacia fines de la década de 1980' irrumpen las encuestas nacionales, desarrolladas principalmente por el CEP y el CERC, pero continuó existiendo una alta proporción de sondeos, más de la mitad, concentrados en la ciudad de Santiago. En esta misma época las encuestas semi probabilísticas comenzaron a adquirir mayor importancia, representando hacia fines del periodo considerado (1999-2006) más de la mitad de los estudios publicados (Ver Tabla 2).

Otro aspecto significativo que explica la mayor presencia de los estudios telefónicos dice relación con el incremento que han experimentado nuevamente los estudios con cobertura nacional, dado el mayor acceso a hacer muestreos que incorporen a todas las regiones. Asimismo, se aprecia una significativa disminución en el promedio de días que toma el trabajo de campo.

En el periodo 1958-1973 la duración promedio era de 41 días, cantidad que disminuyó en torno a los 13 días durante la década de 1980' y 1990', y se situó bajo los 10 días en el periodo 1999-2006. A esta disminución ciertamente han contribuido los estudios telefónicos, pero además la mayor conectividad permitida por la expansión de los medios de comunicación y

transporte, junto a la mayor experiencia, desarrollo técnico y profesional que existen en las instituciones que realizan las encuestas.

En relación al número de casos, en el periodo 1958-1973 las encuestas usualmente utilizaban muestras cercanas a los 800 casos. El promedio de casos considerados aumentó significativamente en el periodo 1974-1988 alcanzando en promedio más de 3000 casos, producto que especialmente durante el plebiscito de 1988 las instituciones buscaban a través de un mayor número de casos obtener el mayor nivel de confiabilidad y precisión posible en un proceso que podía cambiar la historia del país, a la vez que entregar una señal de “confianza” a los clientes de gobierno. En el caso de los años siguientes el número de casos se estabilizó entre los 1200 y 1500 casos (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Evolución de las Características Técnicas de las Encuestas en Chile, 1958-2006 (%).

		1958-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Tipo de encuesta	Cara a cara	100%	100%	72,6%	30%	45,9%
	Telefónica	0%	0%	24,2%	65,3%	50,1%
	Otra	0%	0%	3,2%	4,3%	3,7%
Nivel de cobertura	Nacional todas las regiones	0%	20,4%	8,4%	23,6%	17,8%
	Nacional I-X regiones	0%	5,6%	6,9%	10,2%	8,5%
	Semi nacional (solo algunas regiones)	24,3%	14,9%	25,2%	27,6%	26%
	Metropolitana (solo Santiago)	72,7%	57,4%	53,4%	35,1%	43,6%
Tipo de muestra	Probabilística	96,9%	57,9%	45,1%	43,5%	47,7%
	Semiprobabilística/Cuotas	3,1%	36,8%	53,5%	53,6%	49,9%
	No probabilística	0%	5,3%	1,4%	3,0%	2,4%
Casos	Promedio de casos	854,24	3479,27	1257,44	1451,80	1501,93
Error Muestral	Error promedio	3,26	3,5	3,9	3,77	3,26
Trabajo de campo	Promedio de días	41	13,81	12,55	9,56	10,9

Fuente: Elaboración propia.

A nivel metodológico un aspecto siempre crítico en las encuestas de opinión pública se refiere a la transparencia en la publicación de la información. En Chile una amplia mayoría de los estudios que son publicados dan a conocer una ficha técnica simple y presentan informes de resultados con gráficos y/o tablas. Sin embargo, una proporción bastante pequeña publica los

resultados agregando algún tipo de análisis y/o interpretación, los cuestionarios y preguntas y las bases de datos (Ver Tabla 3).

Tabla 3: Evolución del Tipo de Información Publicada, 1958-2006 (%).

Tipo de Información	1958-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Ficha técnica	100%	58,1%	67,1%	72%	70,5%
Cuestionario	90,9%	16,1%	13,7%	5,1%	11,4%
Gráficos y/o Tablas	97,0%	56,5%	78,6%	83,1%	80,5%
Análisis y/o interpretación de datos	12,1%	24,2%	29,5%	31,6%	29,8%
Base de datos	0%	0%	9%	3,9%	5,2%
Total	33	61	313	574	981
	100%	100%	100%	100%	100 %

Fuente: Elaboración propia.

No obstante que la amplia proporción de encuestas presentan la ficha técnica, ello no implica necesariamente que la información contenida en ella sea la adecuada como un recurso para interpretar correctamente los resultados. En efecto, las fichas técnicas muchas veces omiten información y reflejan falta de transparencia en relación a las características de la encuesta.

Considerando lo anterior, al analizar la información que las encuestas en Chile publican en sus fichas técnicas, destaca que la información que con mayor frecuencia es publicada son el número de casos y la cobertura poblacional. Le siguen en importancia la presentación del tipo de encuesta -dato que ha incrementado su presencia en las fichas técnicas-, la fecha del trabajo de campo, el tipo de muestra y el error muestral. Por último, los aspectos que históricamente han recibido menor atención en las fichas técnicas son el nivel de confianza, el porcentaje de cobertura poblacional y la tasa de respuesta (Ver Tabla 4).

Tabla 4: Evolución del Tipo de Información Publicada en la Ficha Técnica, 1958-2006 (%).

Tipo de Información	1958-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Tipo de encuesta	12,1%	45,2%	59,3%	72,9%	64,8%
Cobertura poblacional	100%	87,1%	81,4%	84,8%	84,3%
% de cobertura poblacional	3%	4,8%	20,2%	21,9%	19,7%
Nº de casos	100%	90,3%	79,5%	91,3%	87,7%
Fecha del trabajo de campo	6,1%	58,1%	64,3%	64,5%	62,1%
Tipo de muestra	12,1%	41,9%	49,4%	60,1%	53,9%
Error muestral	0%	27,4%	41,9%	63,5%	52,2%
Nivel de confianza	0%	16,1%	28,6%	50,9%	39,9%
Tasa de respuesta	6,1%	8,1%	16,1%	11,3%	12,5%
Total	33	62	322	586	1003
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis precedente muestra claramente las debilidades que existen en Chile en cuanto a la transparencia en la presentación de la información metodológica de las encuestas. Para profundizar en ello, se elaboró un índice de transparencia, el que suma de manera ponderada la presencia de cada uno de los 9 atributos que deberían ser publicados en una ficha técnica. El índice da como resultado valores que van desde 0 a 9, donde 0 significa nada de transparencia y 9 total transparencia. De este modo, los resultados dan cuenta del progresivo incremento que se ha producido de los niveles de transparencia en la publicación de encuestas en el país, sobretodo a partir del año 2000 en adelante, siendo las instituciones más transparentes en la publicaciones de los aspectos metodológicos los centros de estudios y los medios de comunicación³².

Tabla 5. Evolución de la Transparencia en la Publicación de Encuestas (Índice 0-9), 1958-2006

Tipo de Institución*	1958-1973	1974-1988	1989-1998	1999-2006	Total
Universidad	2,8	2,1	4,6	4,4	3,9
Centro de Estudios**	5,8	5,5	6,9	7,5	7,1
Institución gubernamental	--	1,0	4,1	4,7	4,3
Empresa/Consultora	--	5,0	4,9	5,6	5,2
Medio de Comunicación	--	1,5	4,3	7,0	5,9
Total	3,0	4,5	5,2	6,2	5,6

Fuente: Elaboración propia.

(*) Se excluyen de esta tabla las encuestas cuya institución principal se clasificó como "otras" y aquellas que no existía una referencia confiable de la institución. (**) Incluye "Think Tanks".

³² En el caso de la prensa escrita, los mayores niveles de transparencia son especialmente notorios cuando se trata de encuestas de opinión que ellos realizan. Ello se corresponde con lo planteado en el estudio de Welch (2002) en EE.UU., que sostiene que los medios tienden a presentar mejor las encuestas internas que las de otras instituciones.

IV. Consideraciones Finales

En la última década los estudios de opinión pública han adquirido un inédito protagonismo en la articulación del debate público en las democracias latinoamericanas, lo que ha sido posibilitado por la constitución, expansión y profesionalización de una industria enfocada a la producción y difusión de sondeos de opinión.

En el caso de Chile, la institucionalización de esta industria ha sido producto de la confluencia de eventos, actores y condiciones que han influenciado su estructuración y desarrollo, de los cuales el presente artículo ha buscado dar cuenta. De la mano de los procesos de diferenciación social y del ciclo político en la sociedad chilena, la industria de la opinión pública ha avanzado hacia una creciente, aunque no homogénea, profesionalización. Asimismo, ha tenido lugar el incremento de la competencia producto de la emergencia de nuevos actores. Por un lado, los medios de comunicación han retomado la senda inicial que tuvieron las revistas de comienzos del siglo pasado; y por otro, las universidades de regiones y privadas han lentamente reactivado el rol que durante la década de 1970' las instituciones académicas tuvieron en la producción de encuestas.

En este contexto, también se han diversificado los fines para los cuales se producen encuestas. Si tradicionalmente las encuestas de opinión pública se utilizaron para conocer preferencias y expectativas ciudadanas sobre materias políticas y sociales, en Chile a partir de la década de 1990' con la llegada de nuevos actores y metodologías el rango de temas se amplía en forma considerable y con ello la política pierde la primacía temática. De esta manera, surge un amplio interés por conocer a las audiencias en sus gustos, hábitos y preferencias culturales.

Por otra parte, dada la centralidad de las encuestas en la vida pública, éstas comienzan a ser vistas crecientemente por diversas instituciones como una de las herramientas publicitaria más potentes. Así, más allá del tema o de la continuidad de una hipótesis de trabajo, lo importante es "sacar una encuesta" para fijar agenda y "existir" en el espacio público. En este sentido, uno de los elementos que tiende a debilitarse en el estudio de la opinión pública en Chile es la comprensión de su comportamiento a largo plazo. A este respecto, más allá del trabajo que puedan realizar las empresas o determinados centros de estudio, las universidades todavía

enfrentan un largo camino que recorrer en orden a consolidar programas de encuestas de opinión estables en el tiempo.

En relación a la evolución metodológica que ha experimentado la industria en Chile, resulta significativo que tras la masificación de la telefonía fija disminuye radicalmente la tradicional forma de encuestar cara a cara, aumentan los sondeos en base a muestras condicionadas a universos eminentemente urbanos y de características semi-probabilísticas (selección por cuotas).

Junto con la profesionalización de la industria surge el desafío de la transparencia. En efecto, si bien han mejorado los niveles de transparencia en relación a la publicación de la información técnica necesaria para interpretar correctamente las encuestas de opinión pública, todavía permanecen importantes zonas oscuras, especialmente por parte de las empresas de estudios de mercado. En efecto, la discusión sobre la transparencia, usos y rol de las encuestas ha estado relativamente ausente en la industria en Chile. Ello se grafica, por ejemplo, en que ni la Asociación de Empresas de Investigación de Mercado (AIM), como tampoco las universidades, han iniciado un debate sobre la materia. Aún más, ninguna empresa ni institución que realiza encuestas en Chile participa del proceso inicial de la ISO 20252: 2006 que certifica bajo estándares aprobados por ESOMAR y WAPOR la correcta producción de los estudios sociales, de opinión y de mercado.

Con todo, la importancia de las encuestas en la vida pública en las democracias latinoamericanas, ubica como un desafío avanzar hacia una mayor comprensión sobre la industria de la opinión pública e ir más allá de lo que muestra la literatura sobre los países anglosajones, en términos de abordar empíricamente preguntas tales como ¿qué encuestan las encuestas?, ¿cómo encuestan las encuestas?, ¿qué impacto tienen las encuestas?

V. Referencias

- Arriagada, E, 1993. "Cómo se reportea una encuesta". En Cuadernos de Información N°8, Pontificia Universidad Católica de Chile – Facultad de Comunicaciones.
- Box, K & G. Thomas. 1944. "The Wartime Social Survey", *Journal of the Royal Statistical Society*, 107, 3/4: 151-189.
- Catalán, C y J. Manzi. 1998. "Los Cambios en la Opinión Pública". En Toloza, C. y E. Lahera (Eds.) *Chile en los Noventa*. Santiago: Dolmen.
- Converse, J. 1987. *Survey Research in the United States: Roots and Emergence, 1890-1960*. California: University of California Press.
- Estefane, A. 2004. "Un alto en el camino para saber cuántos somos...Los censos de población y la construcción de lealtades nacionales. Chile, siglo XIX", *Historia*, 37: 33-59.
- Fuenzalida, E. 1983. "The reception of scientific sociology in Chile", *Latin American Research Review*, 18, 2: 95-112.
- Garretón. M.A. 2005. "Social Sciences and Society in Chile: institutionalization, breakdown and rebirth", *Social Science Information*, 44, 2 & 3: 359-409.
- Geer, J. (Ed.). 2004. *Public Opinion and Polling Around The World: A Historical Encyclopedia*. CA: ABC-CLIO Publishers.
- Girard, Alain. 1958. "The First Opinion Research in Uruguay and Chile". *The Public Opinion Quarterly*, 22, 3: 251-260.
- Hamuy, E., D. Salcedo y O. Sepúlveda, 1958. *El primer satélite artificial: sus efectos en la opinión pública*, Santiago: Editorial Universitaria.
- Heath, A., Fisher, S. & Smith, Sh. 2005. "The Globalization of Public Opinion Research". *Annual Review of Political Science*, 8: 297-333.
- Heith, D. 2004. *Polling to Govern: Public Opinion and Presidential Leadership*, Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Herbst, S. 1995. *Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics*. University of Chicago Press.
- Huneus, C. 1999. "Las encuestas de opinión pública en las nuevas democracias de América Latina", *Revista Contribuciones*, Año XVI, n° 62: 9-30.
- Huneus, C. y M. P. Lanas. 2002. "Ciencia Política e Historia. Eduardo Cruz-Coke y el Estado de Bienestar en Chile, 1937-1938", *Historia*, 35: 151-186.
- Hurtado, A. 1941. *¿Es Chile un País Católico?*, Santiago: Editorial Esplendor.
- Jacobs, L. & R. Shapiro. 1995. "The Rise of Presidential Polling: The Nixon With House in Historical Perspective", *The Public Opinion Quarterly*, 59, 2: 163-195.
- Jara, F. & G. Tapia. 1995. *Diagnóstico de las Encuestas de Opinión en Chile: 1988-1995*. Escuela de Sociología, Universidad Católica de Chile. Mimeo.
- Lagos, M. 2005. *Historia del Latinobarómetro, 1995-2005. De un estudio a una institución*, Santiago: Corporación Latinobarómetro.
- Lipari, L. 2000. "Toward a Discourse Approach to Polling", *Discourse Studies*, 2(2): 187-215.
- Lipari, L. 1999. "Polling as a Ritual", *Journal of Communication*, winter: 83-102.
- Lewis, J. 1999. "The Opinion Poll as a Cultural Form", *International Journal of Cultural Studies*, 2 (2): 199-221.
- López, M. y Martínez, G. 1999. "Opinión Pública y Democracia: las encuestas en la democratización chilena". En Menéndez-Carrión, A. y Joignant, A. (Eds.). *La Caja de Pandora. El retorno de la transición chilena*. Santiago: Editorial Planeta / Ariel, p. 157-184.
- Murray, S & P. Howard. 2002. "Variation in White House Polling Operations. Carter to Clinton", *Public Opinion Quarterly*, 66: 527-558.

- Navia, Patricio. 2004. "Public Opinion Polls in Chile". En Geer, J. (Ed.). *Public Opinion and Polling Around The World: A Historical Encyclopedia*. CA: ABC-CLIO Publishers.
- Osborne, Th. & Rose, K. 1999. "Do the Social Sciences Create Phenomena? The Example of Public Opinion Research". *British Journal of Sociology*, 1999, 50, 3: 367-396.
- Paley, Julia. 2001. "Making Democracy Count: Opinion Polls and Market Survey in the Chilean Transition". *Cultural Anthropology*, 16, 2: 135-164.
- Sudman, S. & N. Bradburn. 1987. "The Organizational Growth of Public Opinion Research in the United States", *The Public Opinion Quarterly*, 66, 2: S67-S78.
- Silva, P. 2001. "Towards Mass Technocratic Politics in Chile? The 1999-2000 Elections and the 'Lavín Phenomenon'", *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 70: 25-39.
- Sunkel, G. 1989. "Las encuestas de opinión pública: entre el saber y el poder", *Documento de Trabajo* n° 439, Programa FLACSO Chile.
- Valdés, X., P. Caro y D. Peña. 2001. "Género, Familia y Matrimonio: la visión de las visitadoras sociales católicas entre 1930 y 1950", *Revista Academia*, 6.
- Welch, R. 2002. "Polls, Polls, and More Polls. An Evaluation of How Public Opinion Polls are Reported in Newspapers", *Press/Politics*, 7(1): 102-114.
- Worcester, R. 1987. "The Internationalization of Public Opinion Research", *The Public Opinion Quarterly*, 51, 2: S79-S85.