

Regula los sondeos y encuestas políticas. Boletín N° 6248-06

La realización y difusión de las encuestas influye directamente en la actividad política del Chile actual. Los liderazgos y las candidaturas emergen y pueden terminar producto de ellas, al igual que los temas de la agenda política; en nuestro país casi no existe diálogo político, porque éste ha sido sustituido por los resultados de los sondeos de opinión. Los expertos en Comunicación Política denominan a este fenómeno "sondeocracia".¹

Los estudios de opinión pública y de mercado, incluidas las encuestas políticas, son válidos y útiles en la medida en que se usan correctamente las técnicas de investigación más apropiadas, de acuerdo a los objetivos que se persigue con cada estudio. Podemos notar una tendencia predominante en el último tiempo, en nuestro País, al uso cada vez más amplio y creciente de la investigación de mercado y de opinión pública como una herramienta fundamental para apoyar la toma de decisiones.

En la actualidad existe cierto desorden legal o desregulación en el país en el tema de la responsabilidad y estándar metodológico del uso de estos instrumentos de medición de la opinión pública, lo que hace factible que cualquier institución, sea académica, política o media; socialice resultados, que no tienen como objetivos la validez o confiabilidad de la información obtenida, sino un titular de periódico e impactar con algún tipo de guarismo que ingeniosamente se ha obtenido con fines eminentemente políticos o de la industria de medios².

Las encuestas y sondeos son consideradas como una fotografía del pulso político y/o de percepción social de ciertos fenómenos coyunturales o temáticos, de esta forma, no hay una sanción social o de mercado sobre aquellos resultados inducidos u obtenidos con métodos superficiales o maliciosos de recolección de la información. El olvido y la dinámica misma de la agenda noticiosa hacen que pronto se consuman y desaparezcan las encuestas que se lanzan indiscriminadamente por los medios. No esta demás subrayar, que hasta resultados obtenidos vía Internet o con métodos telefónicos, que no discriminan al entrevistado, son vistos con una validez mediática ajena a cualquier instrumento serio de medición que permita visualizar el verdadero "sentir" de la opinión pública en un momento dado.

En más, las encuestas están siendo consideradas como si fuesen una elección, lo que da pie a una especie de "fatalismo" en donde se podría hasta prescindir de las campañas políticas. Esta sería la explicación del porqué éstas se están centrando en imágenes, apoyadas por un fuerte marketing comercial, el que se aplica con sus principios y estrategias a la política y a los políticos.

El manejo de las encuestas deriva precisamente de la percepción tanto de la clase política como de los medios de comunicación que las divulgan, del poder que ellas tendrían en los procesos electorales. De ahí que la tendencia mundial sea abusar del instrumento, utilizándolo para fines electorales. En la actualidad, existe un abuso tanto en la forma de realizar encuestas como en su divulgación.

En nuestra preocupación de resguardar el bien jurídico de las personas a la información completa y fidedigna y , a la vez, al derecho de elegir con libertad, consideramos que es necesario que las encuestas de opinión pública relacionadas con una elección o plebiscito deberán señalar siempre el nombre de la unidad de investigación que la realizó; el universo que efectivamente representa ; el tamaño de la muestra lograda y su cobertura geográfica; las fechas del trabajo de campo; el método de muestreo usado y el método por el que se recopiló la información.

Por los argumentos anteriormente expuestos, venimos en presentar el siguiente:

¹ Verónica Neghme Echeverría, Directora Centro de Documentación, Universidad Gabriela Mistral

² http://www.electoral.cl/actualidad/cneuestas_arenapolitica.html

PROYECTO DE LEY

Artículo Primero: Agrégase un nuevo artículo 31 ter a la ley 18.700, ley de votaciones populares y escrutinios, cuya redacción sea la siguiente:

"La difusión de estudios y encuestas o sondeos de opinión pública, a través de la prensa escrita, radioemisoras, medios de comunicación electrónicos y canales de televisión, referidas a un acto eleccionario o plebiscitario, y especialmente a las candidaturas y partidos políticos que en ellos participen deberá indicar expresamente la persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó, la fuente de su financiamiento, el tipo y tamaño de la muestra, el tema o temas concretos a los que se refiere, las preguntas concretas que se formularon, los candidatos por quienes se indagó, el área y la fecha o período de tiempo en que se realizó y el margen de error calculado. Se deberá garantizar siempre el acceso a la totalidad del estudio, encuesta o sondeo al público."

Artículo segundo: Modifíquese el artículo 124 del mismo cuerpo legal, de tal forma que su redacción sea la siguiente:

"El Director responsable de un órgano de prensa, radioemisora o canal de televisión a través del cual se infringere lo dispuesto en los artículos 30 , 31 y 31 ter, será sancionado con multa a beneficio municipal de veinte a cien unidades tributarias mensuales. Igual sanción se aplicará a la empresa propietaria o concesionaria del respectivo medio de difusión."