

Estudio exclusivo Expansiva UDP:

Campañas de Piñera y ME- O han sido las más efectivas, pero el resultado es el más "incierto" en 20 años

Análisis estadísticos indican que quienes van a decidir la elección serán las jubiladas, los evangélicos, sectores de clase media y funcionarios públicos.

ROCÍO MONTES EM 2009 12 06

Las críticas a las campañas han sido pan de cada día en esta elección presidencial 2009. Que los comandos se alejan mucho de los partidos, que se acercan demasiado. Que esconden al candidato y que, por el contrario, en ocasiones lo exponen innecesariamente. Que instalan al abanderado muy a la derecha, muy a la izquierda, muy al centro.

Al margen de las opiniones, lo cierto es que nunca un estudio nacional había mostrado la efectividad real de las campañas presidenciales y los segmentos de la población que van a determinar la elección. Esos son los dos ejes del análisis teórico y estadístico realizado por Expansiva-UDP titulado "Efectividad en las campañas electorales 2009". A cargo de los investigadores Cristóbal Aninat, Gregory Elacqua y Matías Martínez, revela sorprendentes datos a una semana de la elección.

Los errores de Frei

La campaña de Eduardo Frei ha sido la menos efectiva de las cuatro, según el estudio. Pero, ¿qué significa que una campaña sea o no efectiva? Que el candidato sea capaz de retener a los electores de su conglomerado y, sin descuidar a su votante duro, pueda sumar a los indecisos.

La lógica hace pensar que se trata de un camino natural: un candidato tiene adherentes fieles que se mantienen en el tiempo y durante la campaña sólo va sumando al resto. Es lo que le ocurrió a Piñera y a ME-O. Pero en el caso de Frei, eso no sucedió.

Las principales conclusiones del estudio son:

Piñera no creció en el transcurso de la campaña, pero consolidó su voto decidido (25% en mayo a 28% en octubre). Es decir, ha tenido una campaña efectiva.

Enríquez-Ominami creció rápidamente en la primera mitad del año, aunque luego se estancó. El crecimiento de ME-O fue muy disperso y no ha logrado consolidar un perfil de votantes consistente. Pero su estrategia ha sido efectiva hacia los grupos que buscan renovación en la política y con ello le ha quitado votos a Frei y a Piñera. El voto duro creció de 7 a 12% entre mayo y octubre.

Frei, en cambio, no sólo bajó su votación total, sino que también aumentó el número de indecisos entre los que indicaban que iban a votar por él el próximo domingo. El voto duro fue disminuyendo a la largo del año: 22% en mayo a 19% en octubre.

Pero, ¿qué hizo mal Frei? La investigación de Expansiva UDP no califica los contenidos de la campaña y simplemente analiza los números, pero los autores contextualizan para El Mercurio lo que se desprende de las cifras. Según los analistas, uno de los errores de Frei fue que no cambió su discurso durante todo 2009.

El estudio señala que hay tres etapas en una campaña: en la primera se consolida el apoyo de la base de votantes de la coalición; en la segunda se atrae el voto de quienes no están decididos (la

dificultad está en acceder a nuevos grupos sin perder la base que se construyó antes); y, en la tercera, se intenta crecer lo más posible en los sectores indecisos mostrando al candidato como estadista.

"Es por eso que en abril Piñera le habla directamente a la UDI y le asegura que es suficientemente conservador y ahora, en noviembre, lo vemos súper liberal, con una franja que incluye a un gay", señala Aninat. "Pero Frei no fue capaz de hacer eso", dice Elacqua. Lo reafirma Aninat: "Frei tuvo el problema que, para capturar la base dura de la izquierda de la Concertación, se izquierdizó demasiado y perdió el centro del electorado".

Partió preocupado por afianzar el voto concertacionista -con su discurso de "Más Estado"- y casi al terminar la campaña le seguía hablando a ese mismo grupo al declararse continuador del Presidente Allende. "La evidencia empírica de todo esto es que Frei se desplomó en todos los segmentos menos en el grupo de población que tiene educación básica incompleta. Es decir, entre los que son mayores y más pobres. Este avance ha sido a costa de todos bajar significativamente en todo el resto", dice Elacqua.

Los datos del estudio son claros: Frei termina en tercer lugar después de ME-O en jóvenes, en la clase media aspiracional, en los funcionarios del sector público, en los que tienen estudios universitarios completos y en las madres que trabajan.

40% de indecisos

El resultado de la campaña presidencial 2009 es el más incierto de los últimos 20 años, según la investigación. Es decir, el electorado está más indeciso que nunca. "El voto duro y blando se mantiene constante en el tiempo, excepto este año. La campaña está mucho más abierta. A octubre, todavía teníamos un 40% de los electores que todavía no sabían por quién votar", indica Aninat.

Pero, ¿a qué se debe este fenómeno? "A Marco Enríquez-Ominami, que es un candidato que genera mucha incertidumbre", explica Aninat. "En segundo lugar, hay menos polarización del electorado en relación al plebiscito del 'Sí' y el 'No' de 1988". Un proceso que se viene produciendo de forma creciente desde las elecciones de 1999 entre Ricardo Lagos y Joaquín Lavín, las dos campañas más efectivas desde 1990, según la investigación.

Hay gente que, con el paso del tiempo, ha ido aclarando su posición. O, lo que es lo mismo, que endureció su voto entre mayo y octubre. Es el caso de la clase media aspiracional, los de educación universitaria completa, los que viven en las ciudades y los católicos. Este grupo de votantes son los que, precisamente, más apoyan a Sebastián Piñera.

Hay otras personas que, por el contrario, se han vuelto más indecisos a medida que avanza la campaña presidencial. Y aunque en mayo estaban seguros por quién iban a votar, en octubre ya no lo estaban.

Este grupo, encabezado por las jubiladas, es precisamente el que había mostrado un mayor apoyo inicial a la candidatura de Frei, lo que demuestra que, a diferencia de Piñera, el candidato de la Concertación no ha sido capaz de consolidar el apoyo de su base electoral. Es decir, que su campaña no ha sido efectiva.

Pese a los datos, los investigadores sostienen que la campaña no está de ninguna forma perdida para Eduardo Frei. Poner énfasis adecuado en los grupos mayoritarios de indecisos será la clave para conquistar al electorado en lo queda de campaña y en la segunda vuelta. No será raro, entonces, que escuchemos a los presidenciables hablarles a las jubiladas, evangélicos y los sectores aspiracionales de la clase media. Quien los seduzca será el próximo Presidente de Chile.

Los grupos en los que deben enfocarse los candidatos

Jubiladas: Las mujeres mayores de 60 años representan el 14% de los inscritos. Y, entre todos los segmentos, es el grupo más abierto. Todos los candidatos pierden votos en este grupo si se

comparan los datos de mayo y octubre. "Las jubiladas abandonan a Piñera y a Frei, pero no están votando por ME-O sino que están yendo al voto indeciso", dice Elacqua. Es por eso que es el grupo al que más deberían enfocarse los candidatos en el futuro.

Evangélicos: Representan un 16% del electorado total, mientras los católicos son el 67%. "Después de las jubiladas, es el votante más abierto de Chile", dice Elacqua. De acuerdo al estudio, este segmento está bastante disputado entre Frei y Piñera (34% para el candidato de la Concertación y 33% para el de la Coalición por el Cambio). Debido a que es un voto más bien conservador, este grupo no tiende a respaldar a ME-O, que alcanza apenas un 15%.

Aspiracionales: Representan el 22% de los inscritos y, aunque es el grupo que más ha endurecido su voto, sigue teniendo un alto nivel de indecisos (44%). ME-O le gana a Frei en este sector (23 contra 16%), mientras que Piñera domina (40%). "Este tipo de personas, que son clase media, que viven en el mercado, que consumen, que históricamente fueron votantes de la Concertación, Eduardo Frei se las ha arreglado para empujarlas hacia fuera", dice Aninat.

Trabajadores del sector público: Son el 9% del padrón y están insatisfechos con los principales candidatos, según el estudio. Frei, sin embargo, es el que sufre la mayor fuga de votos en este grupo, quedando en un tercer lugar (20%, contra 26% de ME-O y 36% de Piñera). Al igual que las mujeres jóvenes, los electores de este segmento se inclinan crecientemente por ME-O, o no están decididos. "Lo que están haciendo es arrancando de Frei", señala Aninat.

El voto que ya no importa

Voto rural: Representa el 13% de los votos, está dividido entre la Alianza y la Concertación (39% para Frei, 40% para Piñera y 8% para ME-O). Ha demostrado ser estable, es decir, varía poco antes y después de las campañas. "Por eso es curioso ver a Sebastián Piñera enfocado en este segmento porque se sabe que históricamente no se mueve", dice Elacqua.

Jóvenes: El voto de los jóvenes es alto y estable para Piñera (44% en octubre). Este segmento, sin embargo, representa la mayor pérdida para Frei, quien ha sufrido una gran fuga hacia ME-O (pasa de 27% a 14% entre mayo y octubre, mientras que el diputado llega al 28%). Lo comenta Aninat: "La estrategia para retener el voto joven en base a Sebastián Bowen fue un error y es un punto que nos parece relevante". Pero aclara: "Enfocarse ahora en los jóvenes es un error. Son pocos y los datos demuestran que están muy decididos".

Metodología:

Este estudio utiliza dos metodologías complementarias para identificar los segmentos clave del electorado. Primero, la literatura de psicología política que analiza el efecto de las campañas electorales en la intención del voto en EE.UU. y la subdisciplina aplicada de campañas electorales focalizadas.

Para construir estadísticamente los segmentos del electorado, los investigadores usaron las bases de datos de las encuestas de opinión pública del CEP para los años 1993, 1999, 2005 y 2009. Analizaron los cambios en la intención del voto de los segmentos inscritos en los registros electorales entre las elecciones de 1993, 1999, 2005 y 2009, y durante la campaña de 2009. Se utilizó a la vez la metodología de Gallup de EE.UU. para determinar si la intención de voto de los encuestados inscritos es decidida o no (los votos "duros" y "blandos"). Luego, se verificó la validez estadística, márgenes de error y representatividad de los resultados según el tamaño de cada segmento.



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios "Miguel Enríquez", CEME: <http://www.archivochile.com> (Además: <http://www.archivochile.cl> y <http://www.archivochile.org>). Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.) Envía a: archivochileceme@yahoo.com y ceme@archivochile.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#)..