



Carlos Paniagua, presidente de UNIMER:

Posición de EE.UU. influyó en los votantes

A la luz de los resultados del referendo, ¿puede considerarse que UNIMER cometió errores técnicos en el diseño, aplicación o interpretación de la encuesta previa al referendo, cuando estimó en 12 puntos la ventaja del "No" sobre el "Sí"? ¿Cuáles hechos afectaron la decisión de la población luego de esta última encuesta?

-Efectivamente, la empresa Unimer concluyó una encuesta el 2 de octubre, que fue publicada al día siguiente en el sitio de Internet de La Nación, y el jueves 4 en el periódico. Los resultados de la encuesta abarcan dos grandes aspectos. Primero, datos sobre posible participación del electorado en el referendo y segundo, intención de voto.

En cuanto a participación, la portada del periódico destacó que, según el estudio, esta podría ser de 62%, cifra similar a la cantidad de votantes que ejerció el voto el domingo 7 de octubre. Esta tendencia solo fue identificada correctamente por la empresa Unimer.

En lo referente a intención de voto, efectivamente, el estudio indicaba una clara ventaja del NO sobre el SÍ. Es importante recordar que nuestros estudios previos señalaron una caída paulatina del apoyo al SÍ, posteriormente a que se hiciera público el tema del Memorando, hasta llegar a un "virtual empate".

El memorando fue una especie de Segundo Combo del ICE, pero expresado en esta ocasión en intención de voto, en vez de una protesta generalizada en las calles de todo el país. Es decir, la población percibió un retroceso a las prácticas de la política tradicional, que originó la protesta del Combo del ICE, y que en el 2002 se tradujo en un cambio total del mapa político nacional. Y, de nuevo, manifestó su descontento. Es importante destacar que incluso ciudadanos que no habían votado en una o más elecciones nacionales anteriores, indicaban que saldrían a sufragar por el NO.

El Movimiento del NO tomó fuerza y aprovechó la ocasión que se le presentó, fortalecido por otros factores, entre ellos, el apoyo de un importante grupo de sacerdotes e incluso de algunas autoridades del poder Legislativo de Estados Unidos. Para gran parte de la población, lo que el NO estaba diciendo se convirtió en verdad. Y la intención de voto creció significativamente, tal y como lo demuestra esa última encuesta de la empresa Unimer.

Esos son los hechos, descritos de manera general, hasta el momento de la medición. Posteriormente, ocurrieron eventos de trascendencia para el proceso electoral que, desde luego, la última encuesta no podía medir.

¿Cuáles hechos influyeron?

-El más relevante fue la manifestación de la Casa Blanca, concretamente de la Ministra de Comercio Exterior de Estados Unidos, en la cual indicó que, de rechazarse el TLC, no sería posible renegociar un nuevo tratado. Además, señaló la posible pérdida de los beneficios de Iniciativa para la Cuenca del Caribe (ICC). A esto se agregó la reacción de varias empresas que manifestaron la posibilidad de tener que trasladarse a otros países, si se rechazaba el TLC. También, a estas alturas ya se había publicado el historial de voto de los legisladores de Estados Unidos, que entonces tuvo el efecto contrario al buscado por líderes del NO.

La amplia cobertura de los medios de comunicación, de esos hechos, tuvo el efecto inverso al del Memorando. Es decir, para una importante parte del electorado, ahora se convirtió en verdad lo afirmado por el Movimiento del SÍ y, por lo tanto, la credibilidad sobre uno de los principales argumentos del NO perdió fuerza. Además, algunos miembros de la Iglesia Católica salieron en apoyo del SÍ.

Finalmente, la diferencia entre las organizaciones del SÍ y del NO también fue determinante. El apoyo al SÍ fue más urbano y del NO más rural. Este último requiere mayor esfuerzo para llevar al votante a las urnas. Y, precisamente, ese es efecto principal de una última encuesta hecha por una empresa con credibilidad, como Unimer, que tiene 20 años de hacer su trabajo. Es decir, la encuesta mueve las organizaciones porque su desempeño el día de la elección puede significar ganancia o pérdida de miles de votos.

¿No hubo, además, problemas técnicos en el diseño, aplicación o análisis de esa encuesta?

-Estos y otros hechos explican el cambio en la intención del voto, y la diferencia entre lo medido hasta el martes 2 y lo ocurrido el 7. No hubo errores técnicos en la realización del estudio. El cuestionario fue el mismo de investigaciones anteriores y, en general, el proceso total fue realizado con metódico cuidado, incluyendo la supervisión de los encuestadores por parte de profesionales de la empresa.

El hecho de que un aspecto tan importante como la tendencia de participación fue medida acertadamente en todos nuestros estudios, incluyendo el último, reafirma lo expresado. La realidad es que hubo eventos en el contexto nacional que cambiaron la intención de voto en parte de la población.

Esos acontecimientos fueron posteriores al estudio, es decir, al momento en que se "tomó la fotografía". Me gustaría más que pudiéramos "hacer" un vídeo de la opinión pública, que sea capaz de captar sus cambios hasta el final del proceso. Lamentablemente, eso no es posible en Costa Rica, por la legislación electoral.