



Sondeos de Opinión

Abril 2010

**Centro de Estudios Sociales y de
Opinión Pública, CESOP**
Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad Central de Chile

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP

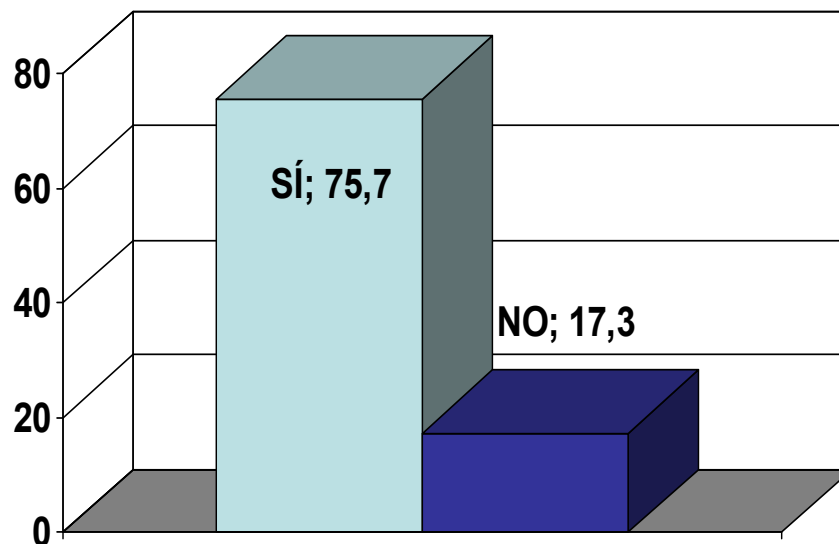




Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Pesquisar si la población residente en la Región Metropolitana, tiene la percepción que Chile se ha transformado en un país calificado de <i>Cool</i> progresista, abierto a nuevas tendencias.
Población Objetivo	Personas, de ambos sexos, mayores de 18 años y menores de 65 años, residentes en la Región Metropolitana
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65% máximo de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico, estratificado por sexo y con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de residentes mayores de 18 y menores de 65 años en la Región Metropolitana
Fecha de recolección de datos	19 y 20 de Marzo de 2010

1 ¿Es Chile un país “cool”?

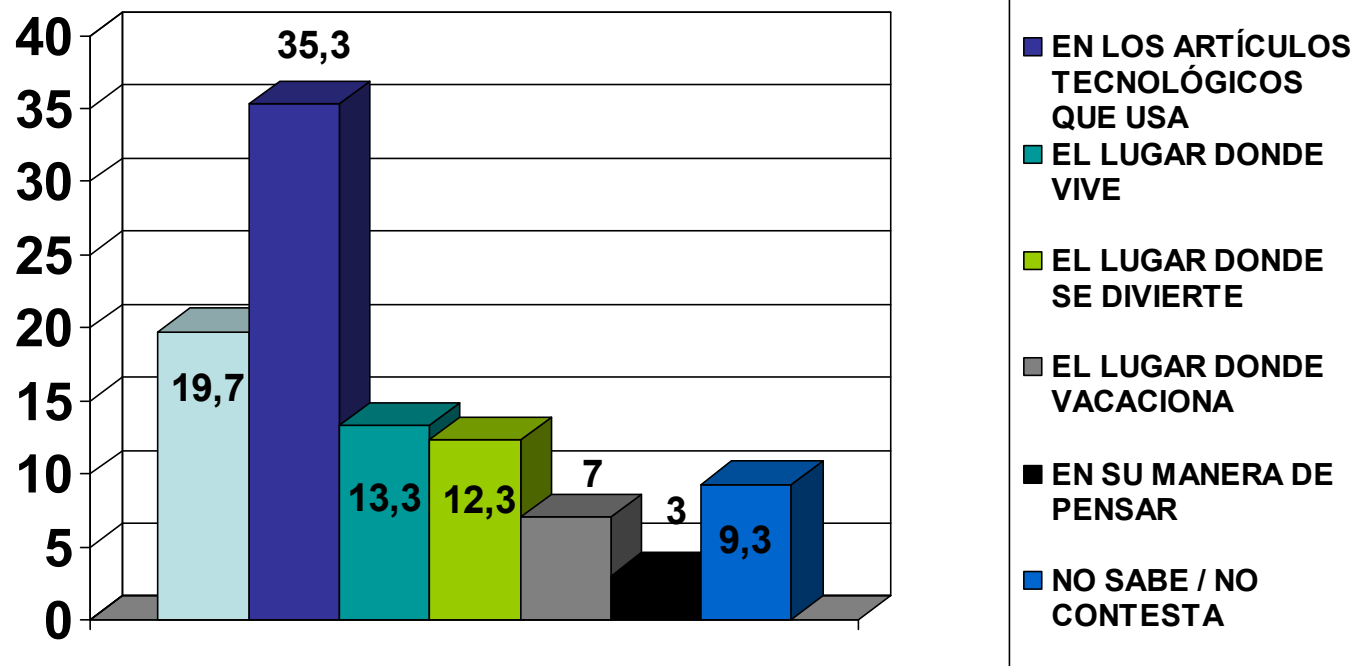
¿CONSIDERA QUE CHILE ES UN PAÍS COOL?(que se busca lo nuevo para adelantarse a lo que va a estar de moda) (%)





1 ¿Es Chile un país "cool"?

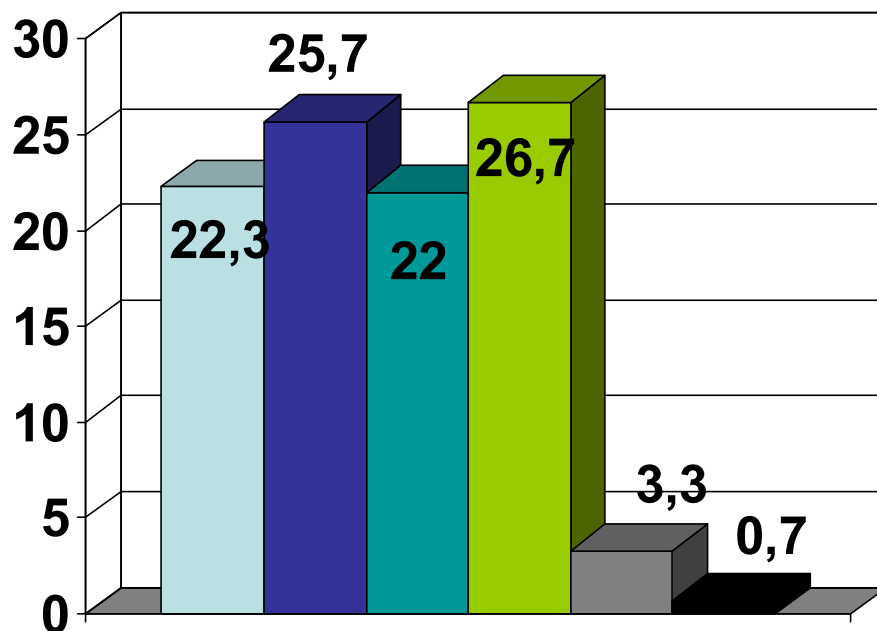
¿EN QUÉ SE REFLEJA MÁS QUE UNA PERSONAS ES "COOL" (innovadora y dispuesta a asimilar lo nuevo)? (%)





1 ¿Es Chile un país "cool"?

¿QUÉ PODRÍA HACER QUE CHILE FUERA UN PAÍS MAS "COOL"? (%)

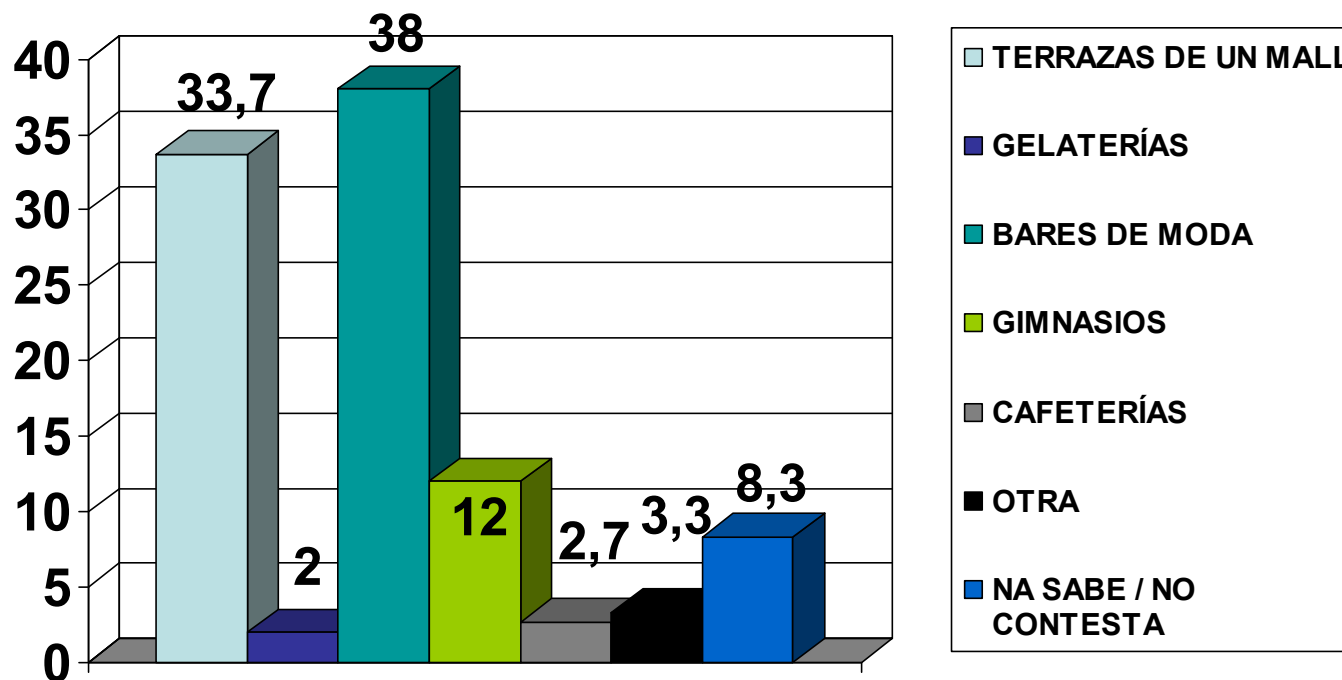


- NUESTRA SITUACIÓN ECONÓMICA
- EL DESARROLLO DE LAS EXPRESIONES DE LA CULTURA
- EL DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS COMUNICACIONALES
- UNA EDUCACIÓN LIBRE DE PREJUICIOS
- OTRA
- NO SABE / NO CONTESTA

1

¿Es Chile un país "cool"?

¿CUÁL CONSIDERA USTED QUE ES UN LUGAR TÍPICO DE ENCUENTRO DE PERSONAS "COOL"? (%)





El mundo globalizado que vivimos permite conocer con mucha rapidez distintas tendencias y estilos de vida, advirtiéndose en sectores de la población la convicción de buscar y asimilar lo nuevo, y así adelantarse a lo que pueda estar de moda. Es lo que se ha dado en denominar como ser *cool*.

El Centro de Estudios y Opinión Pública (CESOP) de la Universidad Central en conjunto con Publimetro realizaron una encuesta a 300 personas, de ambos sexos y distintas edades residentes en la región Metropolitana. Resulta sorprendente constatar que el 75.7% de los encuestados considere que esta tendencia está muy asentada en el país, admitiendo que Chile se ha convertido en un país cool. Esta imagen social es reconocida por el 35.3% de los casos por el uso de artículos tecnológicos que la gente llega consigo, celulares, (Ipod, Bluckberry, y otros) en tanto, un 19.7%, destaca este rasgo por la ropa con que se visten los chilenos.





Andrés Llanos, sociólogo y Director del Cesop, sostiene que “estas cifras hay que analizarlas con mensura, porque es usual que la gente construya mitos acerca de como somos los chilenos, que tienden a agrandar la auto imagen como país, para compensar lo que hemos sido históricamente”

Con todo, los encuestados sostienen que para que Chile sea un país mas cool, se requiere una educación libre de prejuicios y fomentar el desarrollo de las expresiones artísticas y culturales, particularmente la música, que revela un amplio mosaico de posibilidades y diversas tendencias.

Finalmente, la encuesta registró que la gente aprecia lo que es una conducta cool en la vida cotidiana, principalmente, cuando se concurre a bares que se han puesto de moda o se asiste a las terrazas de los malls.



Andrés Llanos explica que la apreciación de cool, tiene connotaciones dispares, porque la gente tiende a verlo en términos positivos, percibiéndolo como ser moderno, de mente abierta y tolerante con las diversas manifestaciones que se observan en el mundo, pero en estricto rigor, en Chile también se observa bastante conservadurismo y prejuicios, por lo cual desde esta mirada lo cool es percibido como desprovisto de valores.

“Nuestro país se encuentra en una fase singular en que los contactos culturales han permitido la rápida asimilación de elementos tecnológicos y materiales, pero la asimilación de creencias y cambio de mentalidad es un proceso más lento que implica un cambio cultural de mayor alcance”, concluye el académico de la U. Central.



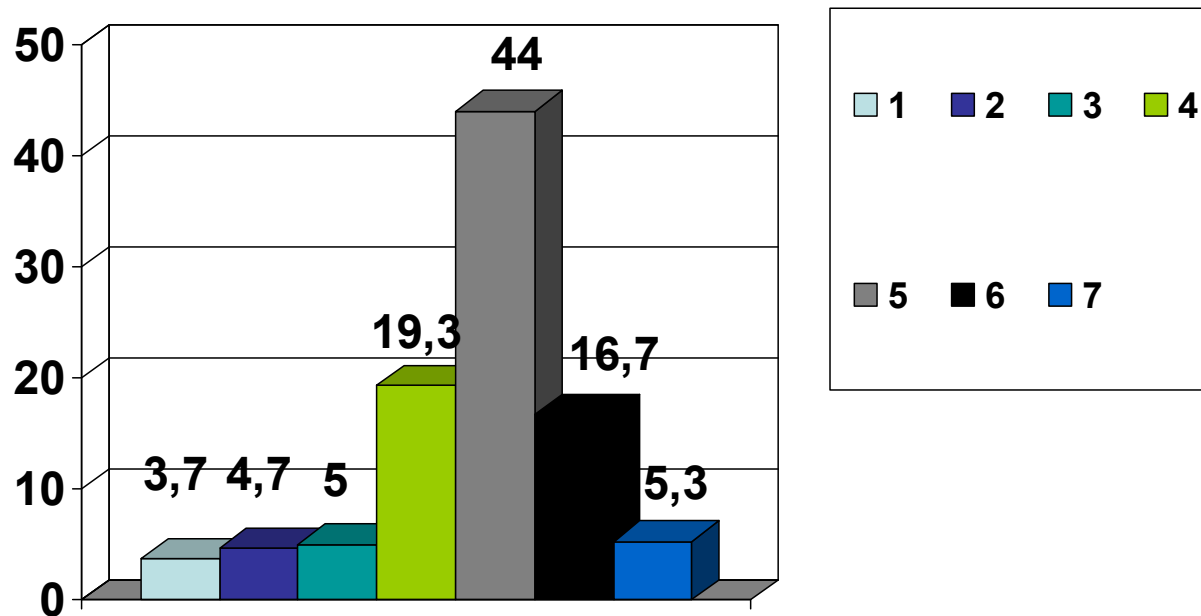
Por ello, que la denominación de ser país cool o que lo cool sea una tendencia fuerte que revela la encuesta, se comprende porque hemos avanzado en modernización formal, tecnologías principalmente, pero la modernidad, concebida como cambios en actitudes, creencias y mentalidad, va a la zaga, y en ese sentido, los resultados de esta encuesta y la imagen social que la gente se construye, puede ser interpretado como un signo de nuevos tiempos.



Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer algunas opiniones de la ciudadanía respecto a la reconstrucción del país después del terremoto
Población Objetivo	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	6 y 7 de Abril de 2010

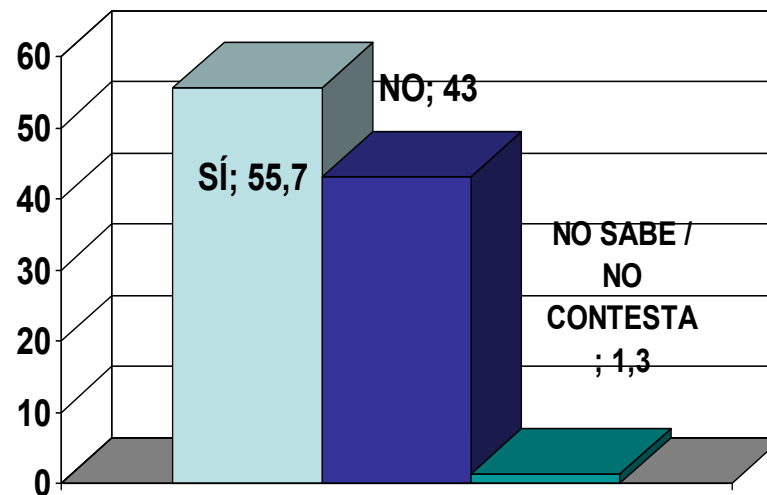
2 Reconstrucción Post Terremoto

DE 1 A 7, ¿QUÉ NOTA LE PONE AL ACTUAL GOBIERNO EN LA RECONSTRUCCIÓN POST - TERREMOTO? (%)



2 Reconstrucción Post Terremoto

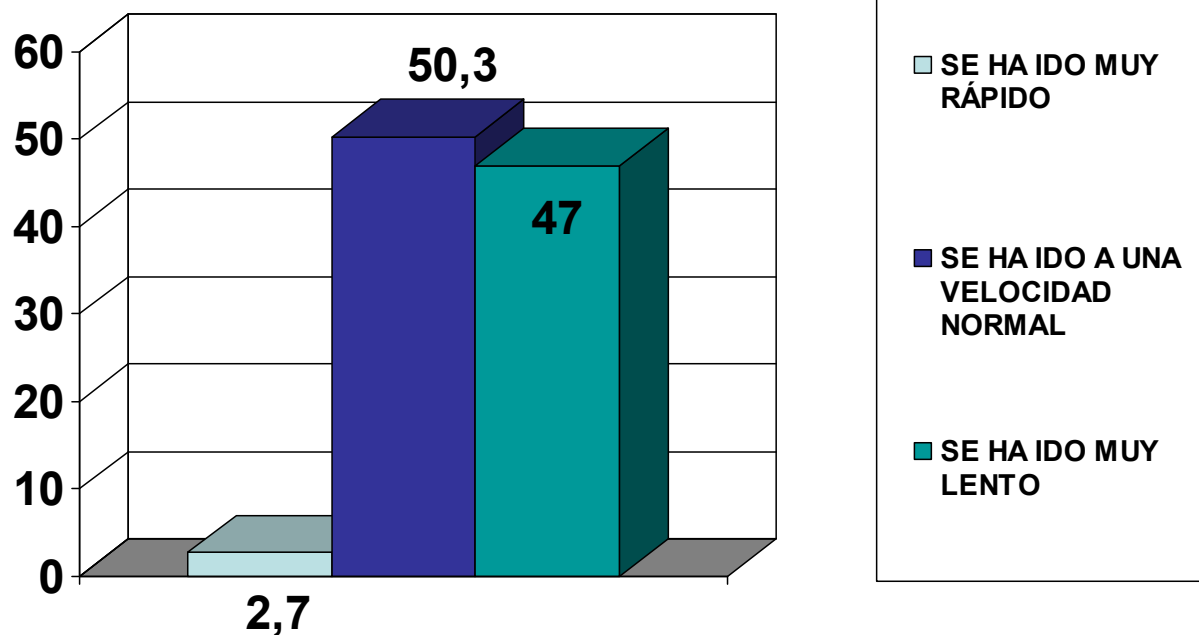
¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR
MÁS IMPUESTOS EN BENEFICIO
DE LA RECONSTRUCCIÓN? (%)





2 Reconstrucción Post Terremoto

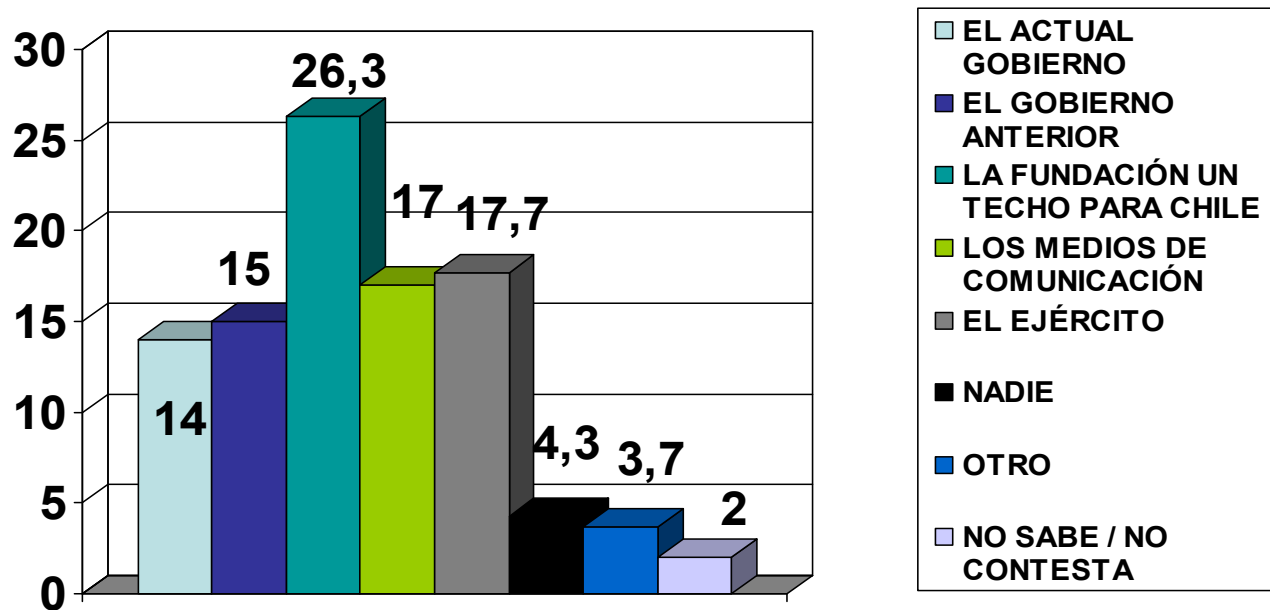
¿QUÉ OPINA DE LA VELOCIDAD CON LA CUAL SE HA IDO RECONSTRUYENDO EN LAS ZONAS AFECTADAS POR EL TERREMOTO? (%)





2 Reconstrucción Post Terremoto

¿QUIÉN A SU JUICIO HA ACTUADO MEJOR DURANTE LA RECONSTRUCCIÓN? (%)





El terremoto que asoló a la zona centro-sur del país el pasado 27 de febrero dejó una impronta y un tremendo desafío al país en los momentos que se preparaba el cambio de gobierno y de los partidos políticos que estarán al frente de la nación los próximos 4 años.

En efecto, el gobierno entrante se vio de improviso enfrentado a la magna tarea de la reconstrucción después de los daños provocados por el terremoto, y a un mes y medio del suceso, la opinión pública tiene su parecer respecto de cómo se ha llevado a cabo esta tarea.

El Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública de la U. Central junto con Publimetro quisieron conocer qué piensa la ciudadanía al respecto e implementaron una encuesta sobre esta materia.



El gobierno obtiene nota 4.7 en la forma como ha llevado a cabo el proceso de reconstrucción, encontrándose divididas las opiniones entre quienes estiman que se ha avanzado a una velocidad normal y quienes piensan que se ha ido muy lento.

Al respecto, Andrés Llanos, sociólogo y Director de CESOP considera que “ante la magnitud de la catástrofe y la urgencia de las necesidades, a los ojos de la ciudadanía el gobierno ha sido golpeado por su propio discurso que se ha caracterizado por destacar la eficiencia en la nueva manera de gobernar, concepto que genera expectativas muy altas de parte de la población”

La entidad mejor percibida por la gente ha sido la Fundación un Techo para Chile que desde el primer momento marcó presencia en el proceso de reconstrucción, pero también existe reconocimiento para el ejército y los medios de comunicación, y algo levemente menor, tanto para el gobierno saliente como para el entrante.

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP





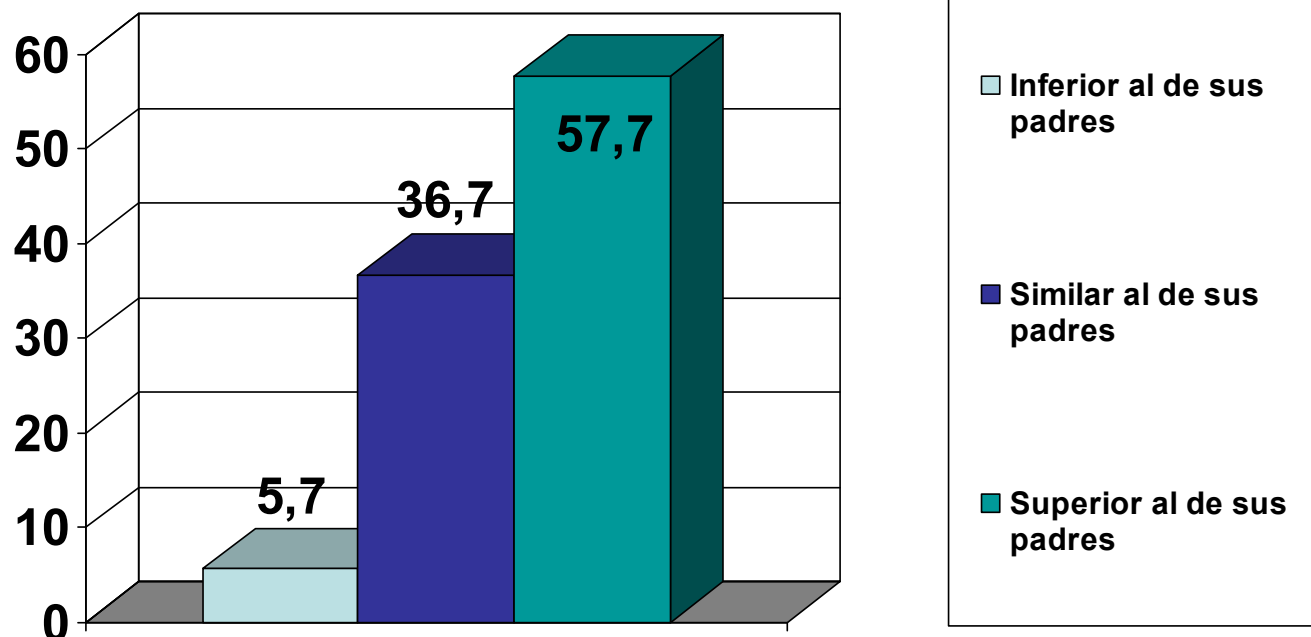
Por último la encuesta revela que un 55.7% señala que estaría dispuesto a pagar más impuestos para ir en beneficio de la reconstrucción, en tanto un 43% se muestra contrario a esta medida. Juan Carlos Scapini, Director de la Escuela de Economía de la U. Central sostiene que “este dato hay que analizarlo con mesura porque está mediatizado por el monto que pueda implicar ese impuesto”, en tanto, Andrés Llanos concluye que “admitiendo lo certero de ese juicio, esta dato muestra una disposición positiva de sentirse parte de una causa colectiva y un compromiso de la gente con la reconstrucción del país”



Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Pesquisar la valoración que tiene la ciudadanía respecto a la educación como agente de movilidad social
Población Objetivo	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 25 y 65 años.
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	13 y 14 de Abril de 2010

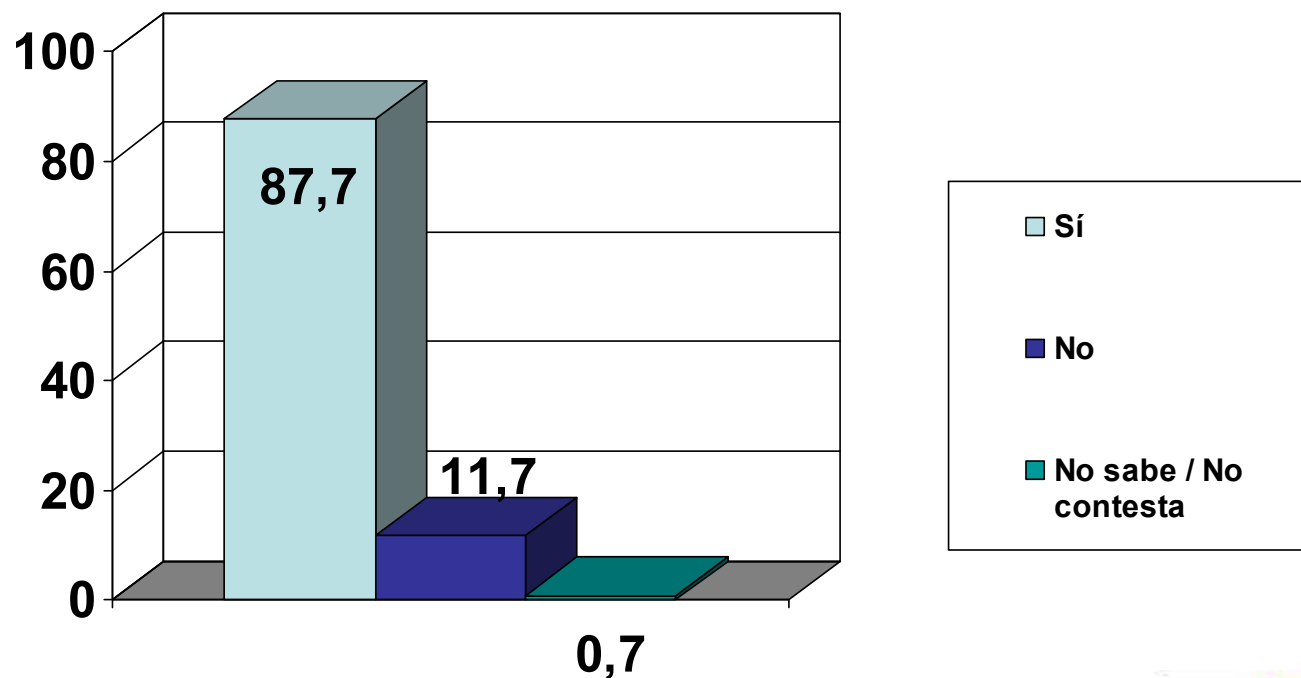
3 Educación y Movilidad Social

El nivel educacional que usted tiene es... (%)



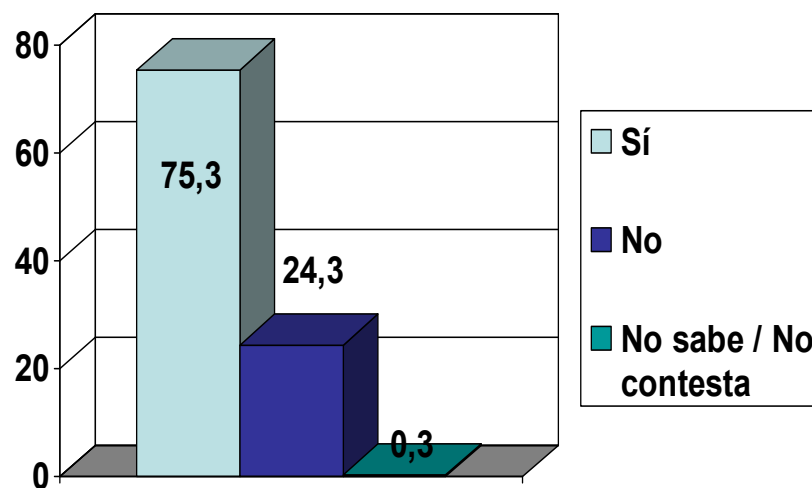
3 Educación y Movilidad Social

¿Considera que la educación actual permite a las nuevas generaciones mejorar el nivel de vida que tienen sus padres? (%)



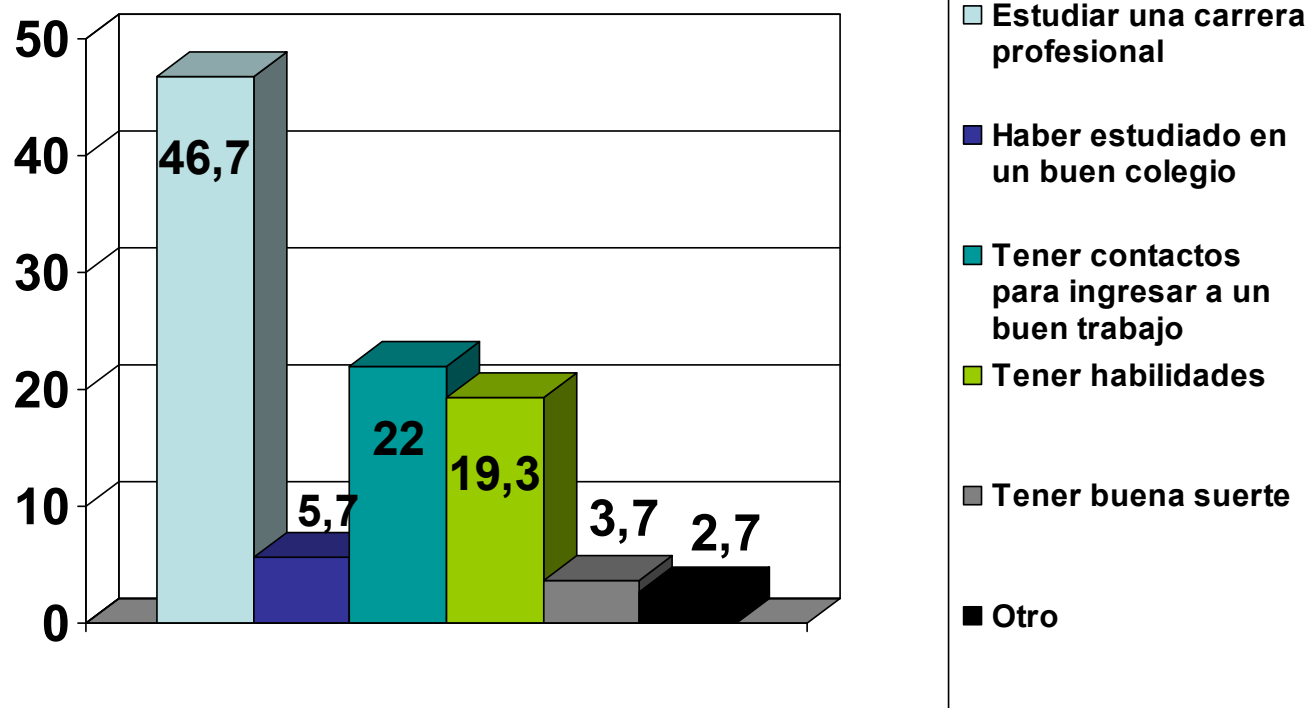
3 Educación y Movilidad Social

¿Cree que la actual generación está recibiendo una educación de mejor calidad que la recibida por la generación anterior? (%)



3 Educación y Movilidad Social

¿Cuáles de los siguientes aspectos, considera usted que sirve más para tener una buena situación en la vida? (%)



3 Educación y Movilidad Social

La educación se percibe como mejor que antes y como el factor principal de movilidad social. Esta conclusión sacó el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Universidad Central de Chile al realizar una encuesta a personas mayores de 25 años de la Región Metropolitana. El 57,7% manifestó tener una educación superior a la de sus padres, mientras que el 87,7% cree que la actual educación que se imparte permite a las nuevas generaciones mejorar su nivel de vida en relación al de la generación anterior, percibiéndola como un importante factor de movilidad social.

El 75,3% considera que la educación que se imparte hoy, con todas las dificultades que existen, es de mejor calidad que la que recibieron las generaciones anteriores, con lo cual comienza a derribarse la concepción que toda época pasada es mejor, lo cual evidencia cierto nivel de modernidad en la mentalidad de los chilenos.

3 Educación y Movilidad Social

También destacó el estudio de la Universidad Central que un 46,7% cree que tener una carrera profesional –sea técnica o universitaria- es el factor que más importa para tener una buena situación económica, seguido de factores como contar con contactos para ingresar a buenos trabajos (22%) y poseer habilidades personales (19,3%).

Si bien son contundentes las cifras que hablan de mejoría en la educación y mayor acceso a la misma, la calidad de la educación está siempre en la agenda social, generando polémica y debate. Para María Teresa Del Río, decana de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Central y expositora del Encuentro de Ciencias Sociales y Educación que se realizará en esa Casa de Estudios el 21 de abril, “el interés por la temática se debe a que le asignamos gran importancia a la educación y, como sociedad, tenemos puestas allí muchas expectativas. Por eso exigimos más”.

3 Educación y Movilidad Social

La decana Del Río señala también que “es una aspiración de las familias chilenas el que sus hijos tengan una educación de calidad y que logren metas superiores a las alcanzadas por ellos en este ámbito. Esto responde a que la mejor educación se ve como proporcionalmente ligada a una mejor posición en el mundo, ya sea en el aspecto social o laboral”.

Por su parte, la decana de la Facultad de Educación de la misma Casa de Estudios, Selma Simonstein, destaca que “además de la educación, se observa que la gente valora los contactos y redes, más que sus propias habilidades y talentos, porque en nuestra sociedad el reconocimiento al mérito, aún no está definitivamente instalado, por lo cual las decisiones continúan adoptándose en torno a la legitimidad que tiene el otro, el ser más cercano, el que es conocido”.

Finalmente, la decana Simostein plantea que “todavía está por investigarse la valoración real que se hace de las carreras técnicas en contraste con las universitarias, percibiéndose que las primeras se avizoran como muy necesarias para el desarrollo del país”.

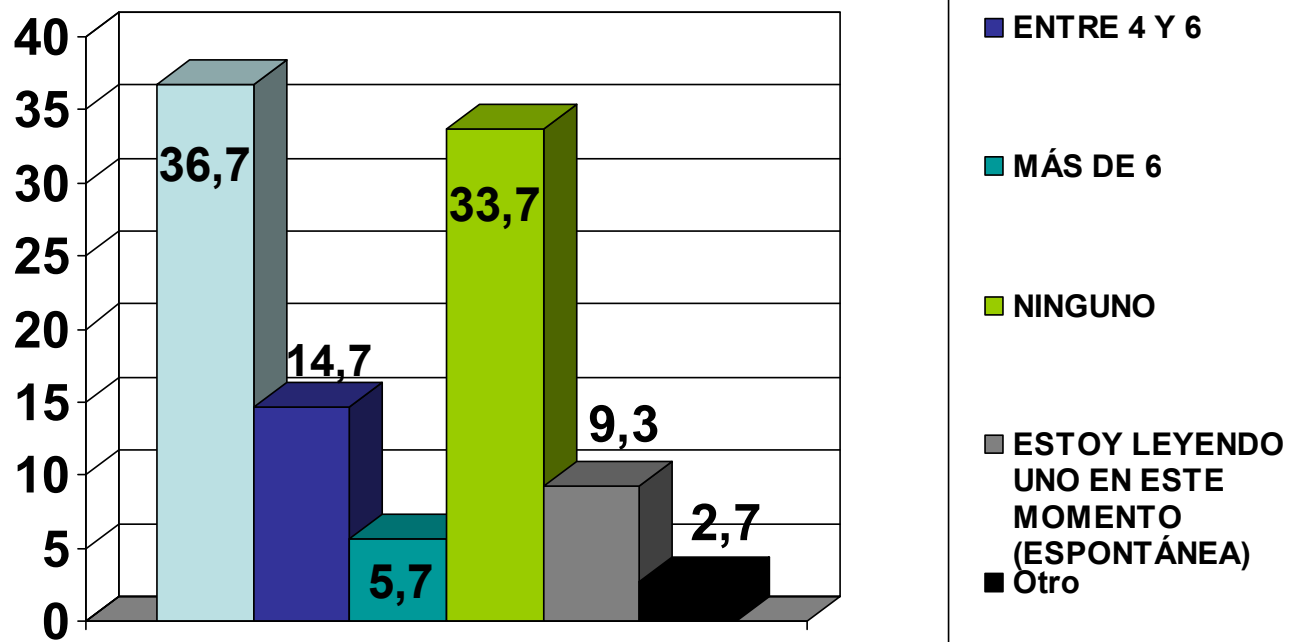
4 Hábitos de Lectura

Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Indagar aspectos sobre los hábitos de lectura de los residentes en la Región Metropolitana
Población Objetivo	Residentes de ambos sexos en la Región Metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	19 y 20 de Abril de 2010



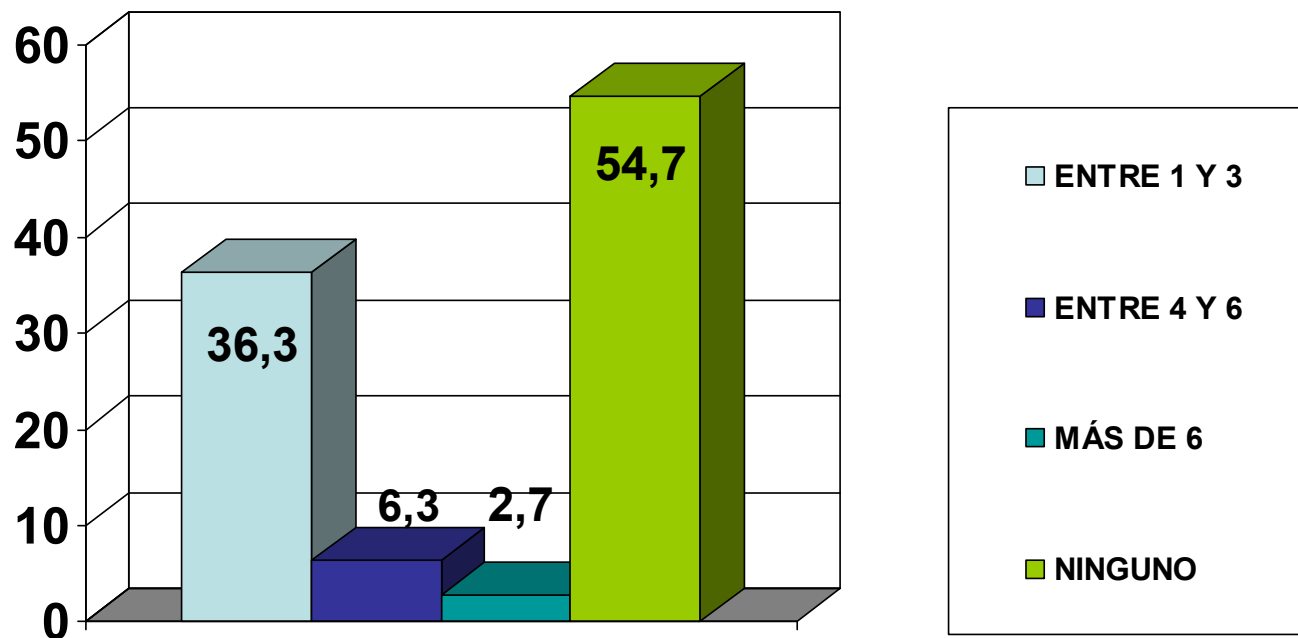
4 Hábitos de Lectura

¿Cuántos libros ha leído este año? (%)





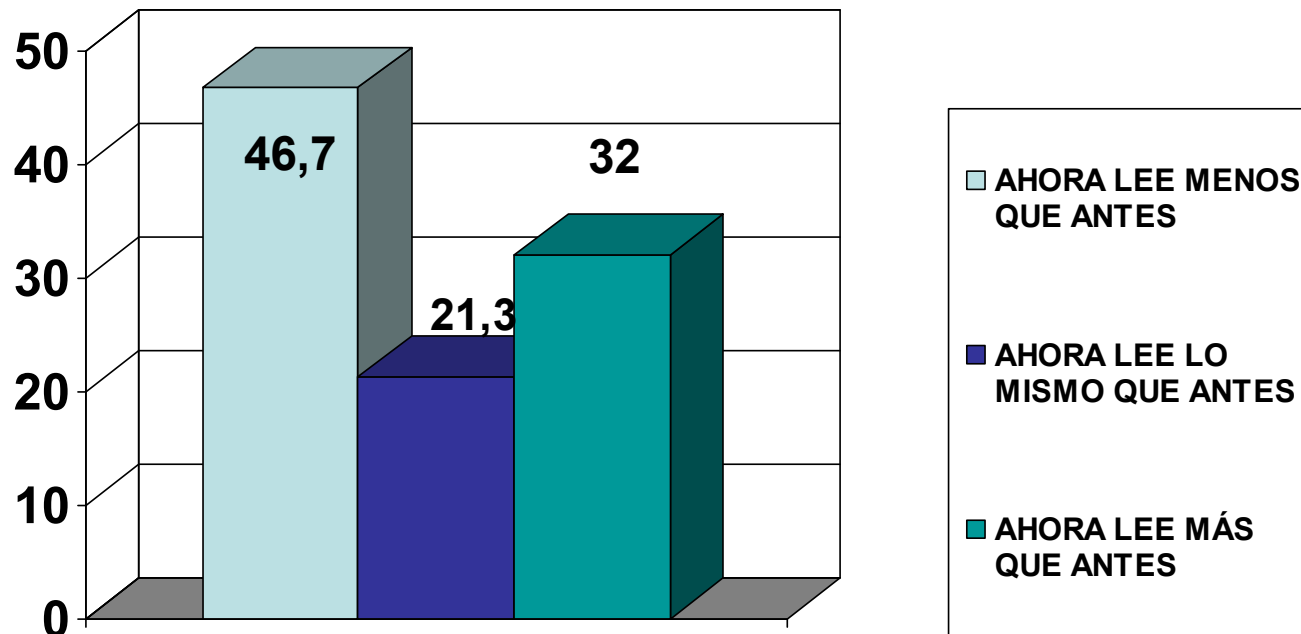
¿Cuántos libros ha comprado este año? (%)





4 Hábitos de Lectura

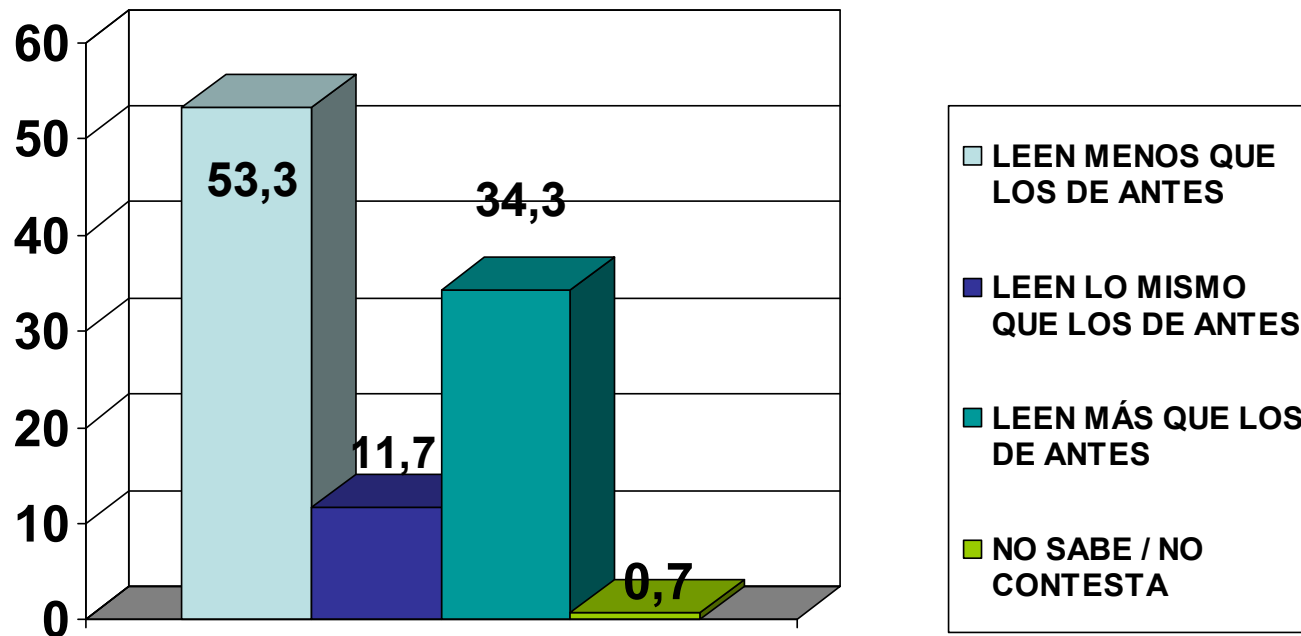
Comparado con lo que Ud. leía hace cinco años:
(%)





4 Hábitos de Lectura

Usted considera que los niños de ahora: (%)



4 Hábitos de Lectura

La revolución tecnológica en las comunicaciones ha dejado una impronta cuyo impacto plantea grandes desafíos a la educación y a la cultura de la sociedad actual. Se ha hecho natural pensar que la lectura de libros ha disminuido de manera considerable, y por esa razón, el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Universidad Central, en conjunto con Publímetro, realizaron una encuesta para indagar en los hábitos de lectura de los chilenos.

El 36.7% declaró que durante este año ha leído entre 1 y tres libros y una cifra similar, del 33.7%, declaró que no había leído ninguno. Sin embargo, Rodrigo Larraín, profesor de la Escuela de Sociología de la Universidad Central advierte que “si nos comparamos con otros países, incluso europeos, estamos más o menos similares, ya que España tiene un 43% que no lee nunca o casi nunca y en América Latina, un estudio argentino muestra el año 2006 un promedio de lectura de 4.6 libros anuales y con una cifra de 43.8 % que declaró no haber leído un solo libro en el año”

4 Hábitos de Lectura

La situación se acentúa al consultar por la cantidad de libros que se han comprado en el año. 36.3% manifiesta que compró entre 1 y 3 libros, en tanto el 54.7% no ha comprado ninguno. Esto no significa necesariamente que las razones económicas sean decisivas para explicar el fenómeno, porque la población lectora cuenta con ofertas sin costo que han mostrado una buena acogida, como son las Biblioplazas, cafés literarios municipales y la red Bibliometro, sin desestimar los textos que se leen por Internet.

Comparado con lo que se leía hace 5 años, el 46.7% declara que se lee menos y respecto de cuánto leen los niños, el 53.3% admite que ahora los niños también leen menos. Esto ocurriría porque “hoy, la lectura como medio de información y entretenimiento tiene más competencia con medios que privilegian la imagen por sobre la palabra” señala el académico de la U. Central Rodrigo Larraín.

Por último, se desprende de este estudio que aunque la gente perciba que hoy se lee menos, un tercio de la población mantiene fidelidad por la lectura y valora el libro como un preciado bien, por sobre las alternativas informacionales que ofrece la sociedad moderna actual, la cual es privilegiada por los más jóvenes. Es posible que el foco de análisis no esté en que se lea menos, sino en el cambio cultural que implica empezar a leer en forma distinta.



COMPRENDER ES LO CENTRAL

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP

