

El Salvador



Proceso

informativo semanal

Año 24, No. 1091

marzo 24, 2004

ISSN 0259-9864

"El problema radical es la lucha de la vida en contra de la muerte" Ignacio Ellacuría

Número Monográfico **Elecciones presidenciales 2004**

A propósito de las encuestas preelectorales

El proceso electoral que concluyó el pasado domingo no sólo se caracterizó por ser el que, al final, registró el mayor nivel de participación de la historia política de El Salvador, ni tampoco por haber sido el más conflictivo, tenso y sucio de la posguerra, sino que por ser las elecciones en las que se cursaron más encuestas de opinión pública. Las motivaciones de las encuestas fueron diversas: desde aquellas que fueron diseñadas con el franco deseo de comprender la realidad subjetiva del país, pasando por aquellas cuyo objeto era predecir el resultado electoral, hasta las que fueron diseñadas con el aparente propósito de beneficiar el desempeño de un partido específico.

Las encuestas de opinión pública han tenido un creciente protagonismo en el desarrollo de los procesos políticos y electorales en El Salvador. Este país es probablemente el único en América Latina en donde un número considerable de universidades, aparte de los medios de comunicación y de las empresas de mercado, se dedican sistemáticamente a realizar sondeos de opinión preelectoral y que participan de forma activa en la discusión sobre las tendencias partidarias de cara a los comicios. Este fenómeno ha hecho que algunos analistas hayan comenzado a señalar, en el caso salvadoreño, que aparte de los actores tradicionales, las encuestas de opinión pública —sobre todo aquellas realizadas por instituciones sin vínculos orgánicos con estructuras partidarias— se han convertido también en actores políticos, cuya influencia en los procesos electorales es todavía incierta.

En tal sentido, se impone una reflexión sobre el papel de las encuestas de opinión pública en sociedades como la salvadoreña, que están tratando de construir un régimen democrático y de ampliar los espacios para que la discusión política y la toma de decisión de los ciudadanos sea efectuada con la mayor conciencia posible sobre la realidad. Las pesquisas de opinión pueden servir para esto último, pero pueden hacerlo en la medi-

da en que las mismas estén bien hechas (Eso exige que el cuestionario utilizado sea escrupulosamente imparcial y balanceado, que la muestra esté técnicamente bien diseñada y distribuida, que los encuestadores se encuentren fuertemente entrenados y que la dirección de la misma sea competente y seria).

Las encuestas pueden ser útiles para la democratización del país también en la medida en que las mismas contribuyan a explicar las dinámicas de la subjetividad social y política de la población; de hecho, en política las percepciones son hechos y el salvadoreño común y corriente vota no basado en sesudos análisis sobre la realidad sociopolítica, sino basado en las percepciones de su entorno inmediato de vida. Y las encuestas pueden ser útiles para la construcción de un sistema basado en principios democráticos en la medida en que las mismas contribuyan más a que los ciudadanos se vean a sí mismos como colectivo y comprendan así sus propias preocupaciones, aspiraciones, miedos y esperanzas. Ignacio Martín-Baró, el fundador del IUDOP, solía decir que para posibilitar el cambio era necesario que la gente tomara conciencia no sólo de su propia situación sino también de los pensamientos y concepciones que sustentaban tal situación.

Las encuestas pueden servir para eso, pero también pueden servir para lo contrario, esto es, limitar las condiciones para la democracia. Pueden ser usadas también para obstaculizar la consolidación de los principios de libertad de información, pensamiento y de discusión que son fundamentales para la democracia. Lamentablemente, un examen del papel que tuvieron las encuestas, sobre todo las más publicitadas, en la campaña electoral, nos deja más cerca de este papel que del anterior.

Muchas encuestas fueron diseñadas simplemente para competir por la publicidad que representa decir qué partido va a ganar las elecciones y en qué ronda electoral va a

producirse el ganador —si en primera o en segunda—. Y esta carrera de caballos hizo mucho daño no sólo a la confiabilidad de los sondeos en sí mismos, sino, sobre todo, afectó de manera inexorable el desarrollo de la campaña electoral.

Con el afán de predecir el resultado de las elecciones y ganar publicidad a partir de allí, muchas encuestadoras se enfrascaron en carreras en las que se sacrificó la metodología, el control y la responsabilidad que implica recoger las opiniones políticas de los ciudadanos. Esto desembocó en encuestas que proyectaban resultados electorales que hablaban de “empates técnicos” o que mostraban cifras que daban tumbos de una encuesta a otra y que representaban vaivenes políticos sin explicación razonable.

La insistente aparición de encuestas electorales con resultados concentrados únicamente en la predicción de los comicios y que mostraban diferencias significativas de una a otra, sólo contribuyó a la generación de falsas expectativas en unos sectores, a la aparición de amargas y violentas frustraciones en otros y a la profundización del desencanto en algunos más. Pero sobre todo contribuyó a la confusión y la negación de la realidad política que iba a marcar el resultado de las elecciones.

Sin la base de procedimientos metodológicos lo suficientemente probados y controlados, algunos encuestadores se apresuraron a justificar y a explicar los resultados de sus propias encuestas a partir de sus percepciones y de sus valoraciones personales sobre el proceso electoral. Sin comprender que la opinión pública no es uniforme y que, por lo general, es compleja, algunos conductores de las pesquisas encontraron la certeza de la validez de sus datos en la concordancia de los resultados de la encuesta con sus propios pensamientos acerca del proceso electoral.

Al final, el desenlace de las elecciones hace difícil pensar que en algún momento haya habido un escenario de empate electoral, al menos en los últimos tres meses de campaña. Pero también el mismo desenlace de las elecciones muestra la poca utilidad que tienen ahora esas cifras y ese tiempo gastado en explicar las razones del empate y de los vaivenes partidarios.

Lo anterior no significa que las encuestas fallen por el simple hecho de no anticipar con exactitud el resultado electoral. Significa más

bien que las encuestas que se concentran en predecir las votaciones, en caso de que acierten, tienen un valor que se termina el mismo día de las elecciones; pero en el caso de que no acierten, producen un costo para las encuestas mismas y para la sociedad.

El acierto del IUDOP

La serie de encuestas preelectorales del Instituto Universitario de Opinión Pública acertaron con lo sucedido el pasado 21 de marzo, no tanto porque las cifras de la encuesta cursada en febrero hayan sido las más próximas al resultado electoral definitivo. No, el acierto no está en eso. El acierto del IUDOP reside en no haber apostado por la carrera de caballos estimulada por el ambiente electoral y en haber concentrado los esfuerzos por hacer un sondeo de opinión pública que sirviera de insumo fundamental para comprender el comportamiento de los electores, aún en medio de un ambiente tremendamente adverso y confuso, y entre enormes intentos de diversos sectores por deslegitimar el trabajo oportuno de los encuestadores.

Como en otros años, el IUDOP de la UCA y otras instituciones que se dedican a hacer encuestas responsablemente, enfrentaron los esfuerzos de los partidos políticos más grandes, tanto ARENA como el FMLN, por erosionar la capacidad y el prestigio de los encuestadores. Con ese fin se dedicaron a difundir rumores de supuestas encuestas que mostraban resultados inesperados, se dedicaron a usurpar el nombre del Instituto con tal de hacer propaganda directa y mintieron sobre los resultados de las encuestas preelectorales de años anteriores aludiendo a la falta de confiabilidad de las mismas.

Las pesquisas de opinión pública, desde cualquier punto de vista, no son infalibles. Ciertamente pueden fallar y sobre todo pueden errar dramáticamente cuando juegan a ser bolas de cristal. Pero el acierto del IUDOP en estas elecciones no tiene que ver con los resultados del voto partidario, sino con el esfuerzo por mantenerse fiel a sus principios de objetividad, independencia, profesionalismo y prudencia y, sobre ellos, haber insistido en que la sociedad entendiera su propia realidad, a pesar de lo dura que fuese.