



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

Editorial

La realidad es terca

2

Político

*Seguridad ciudadana: respuestas ideologizadas
ante preguntas acertadas*

4

Económico

*El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo
del Milenio en El Salvador*

6

Reporte IUDOP

*Las encuestas de opinión: ¿oráculos, bocinas o claves
para enterarse de la ciudadanía?*

8

Reporte IDHUCA

Acá no hay castigo

10

Documento

*Discurso presidencial de Saca con motivo del tercer
año de su gestión (II)*

12

Documento

*Diagnóstico sobre la situación tributaria en América
Latina (II)*

15

Las encuestas de opinión: ¿oráculos, bocinas o claves para enterarse de la ciudadanía?

Hace algunas semanas, y a propósito de la presentación de los resultados de las dos primeras encuestas de evaluación del tercer año de gestión gubernamental que salieron a la luz pública —entre las cuales se encontraba el ya tradicional sondeo del Instituto Universitario de Opinión Pública de la UCA—, se pudo notar la visceralidad e inseguridad con que muchos actores reaccionaron ante resultados no favorables a sus expectativas electorales o sus afiliaciones político partidarias. Entre todas las reacciones, llamó la atención la ofuscada interpretación del diputado Gallegos de ARENA, quien acusó al CIOPS de la UTEC de retomar resultados que favorecen al principal partido de izquierda, y al IUDOP de la UCA de reflejar en sus resultados la visión y “línea de pensamiento” del rector de la institución.

Al margen de considerar que muchas de estas reacciones no están siquiera a la altura de las explicaciones técnicas que se les pudiera brindar en relación con la rigurosidad y científicidad con las que el IUDOP se ha caracterizado por ejecutar sus encuestas por más de 20 años; y al margen de estar conscientes de las razones a la base de esos exabruptos de ignorancia o abierta mala intención de estos representantes de partidos políticos, se han querido retomar algunas reflexiones planteadas hace casi 15 años por un experto de larga trayectoria, José Miguel Cruz, en materia de opinión pública respecto a la importancia de las encuestas en el contexto salvadoreño. Estas reflexiones plantean con claridad no solo la trascendencia de la adecuada utilización de estas herramientas en el contexto del país, sino también la filosofía a la cual el IUDOP ha unido su experiencia y vocación científica, para diseñar, implementar y analizar sus encuestas. En espera que estas reflexiones sean lo suficientemente claras para los cortos alcances interpretativos de algunos políticos, y lo suficientemente sucintas para el espacio que se concede, se exponen a continuación cuatro ideas en relación con la relevancia de las encuestas como herramientas o insumos para la toma de decisiones.

En primer lugar, este autor plantea que una encuesta —por muy tautológico que pudiera antojarse— debe tener la *capacidad técnica de recoger la opinión ciudadana*. Y esto no es cualquier cosa. Esto

significa que su valor provendrá de la rigurosidad científica con que se hayan seguido los diversos pasos para su implementación, desde el diseño de su cuestionario, el cuidado en la redacción de sus preguntas, pasando por el crítico paso de la afijación muestral y las implicaciones severas que esto tiene para lograr la tan deseada pero poco entendida noción de representatividad poblacional, el proceso de recolección y cuidado de la calidad de la información recolectada durante la fase de trabajo de campo, la minuciosidad del procesamiento de los datos y la agudeza y fundamento teórico y estadístico de sus aseveraciones como producto del análisis de la información. En una palabra, implica el no poco serio trabajo de lograr capturar en una muestra toda la diversidad, complejidad y heterogeneidad de la población de la que ésta se desprende. Y en esto es fundamental entender que la opinión pública no se reduce a simples recuentos de frecuencias, o a las preguntas dirigidas a conocer una intención de voto, como muchas veces se entiende una encuesta.

En la medida que un análisis concienzudo de la información provista por la ciudadanía logre reflejar precisamente esa complejidad y diversidad al seno de una sociedad, precisamente ahí se encuentran oportunidades y claves invaluable para entender en buena medida las razones a la base de muchos procesos sociales e incluso políticos de la ciudadanía, desde su cultura política hasta aspectos más concretos como sus intenciones de voto. Lo que sucede es que si no se entiende —o se tergiversa— el correcto uso de una herramienta de información, lo más probable es que no se le pueda utilizar, ni siquiera para los fines político-electorales que muchos representantes de partidos políticos quisieran obtener.

En segundo lugar, Cruz plantea que la importancia de las encuestas de opinión correctamente implementadas y analizadas, radica en que *se constituyen en canales de expresión ciudadana*, al permitir a cualquier ciudadano (y de ahí la importancia de la muestra) independientemente de su lugar de vivienda, de su género, de su afiliación política, de sus ingresos o de su ocupación, el poder expresar lo que piensa, cómo le afecta y valora la situación del país y la suya en particular. Y esto es fundamental

en un país en donde la clase política dirigente es un sector sordo y miope ante las necesidades de sus gobernados/as, sobre todo posterior a los eventos electorales. En este sentido, y a pesar que en la actualidad se cuentan con una mayor gama de espacios de expresión ciudadana en comparación con el momento en que se funda el IUDOP a mediados de la guerra civil, las encuestas siguen siendo un camino legítimo —y muchas veces esperado por la ciudadanía— para que ésta pueda pronunciarse sobre problemáticas que le afectan y que no parecen hacer mella en una clase política distante y apática.

El tercer elemento planteado por Cruz acerca de la importancia de las encuestas es la posibilidad que éstas proveen de *promover el debate social*. Esto se vincula estrechamente con lo anterior, ya que la oportunidad de canalizar la expresión ciudadana sienta una base para los necesarios debates acerca de las problemáticas sociales del país. Como ya se ha podido establecer, muchos de los problemas sobre los cuales la ciudadanía demanda respuestas prontas y eficaces no son nuevos. De hecho, la violencia y la economía son dificultades que afectan directamente la supervivencia de las personas, y que han sido señaladas —en mayor o menor medida en función de las diversas coyunturas históricas— incluso desde antes de finalizado el conflicto armado. Y aunque son situaciones que se viven como parte de la cotidianeidad salvadoreña —y que precisamente por ello corren el riesgo de trivializarse por ser parte de una “normal anormalidad” asumida como tal por el ciudadano promedio—, señalarlas una y otra vez en las encuestas como los principales problemas, o los principales fracasos, o los principales retos, o los principales obstáculos para el desarrollo social, económico y humano del país sirve precisamente para que se vuelvan objeto de debate público y resalten todo lo que aún falta por hacer. En consecuencia, esto facilita —u orilla— a los políticos a discutir y volver los ojos al menos temporalmente a los problemas ciudadanos, aunque sea para que aquéllos tengan que hacer malabares argumentativos para explicar cuentas que no les salen o resultados que no les favorecen.

Finalmente, Cruz plantea como elemento fundamental, que la importancia de las encuestas de opinión pública en países como el nuestro radica en la *posibilidad que brindan de comprender el propio contexto psicosocial*. Y este ha sido, desde hace más de 20 años, un pilar fundamental del trabajo, de la visión y misión del IUDOP. Hacerla de agorero

tratando de adivinar quién ganará las elecciones no es difícil —aunque posteriormente no se acierte—, o pretender hacerla de perito al pronosticar “empate técnico” entre dos partidos cuando no hay grandes diferencias numéricas en las intenciones de voto (a muchos meses de las elecciones) no requiere de dotes de clarividencia. Pero para ser capaces de ofrecer un reflejo de la sociedad —aunque sea dentro de un contexto histórico particular— y con ello brindar claves para la comprensión y explicación del contexto y el comportamiento político y social de la ciudadanía, para eso, se requiere más que un puñado de cuestionarios llenos, se requiere más que tener tecnología de punta, se requiere más que saber sacar promedios y porcentajes. Este autor, retomando la Teoría del espejo acuñada por el padre Ignacio Martín-Baró —fundador y primer director del IUDOP—, señala que las encuestas sirven para que la población tenga la posibilidad de verse a sí misma, en sus propios términos. Al igual que cuando una persona al verse al espejo cobra noción de sí a partir de un normal proceso de concientización, un colectivo ciudadano podrá verse reflejado —en mayor o menor dimensión— en la medida que pueda ver expresadas sus propias circunstancias de vida en los resultados de una encuesta. En este sentido, y si posterior a un sondeo los resultados son devueltos con transparencia, objetividad y pertinencia a la población, se podrán convertir no solo en fuente alternativa de información, sino también en vehículos para promover actitudes más críticas y menos ideologizadas entre la ciudadanía. Y el proceso desideologizador se da en la medida que, a través del espacio de la encuesta al menos, nadie habla por “el pueblo”, sino que es la ciudadanía la que se expresa a través de un grupo que le es representativo.

Se espera que el desentierro de estas ideas de otro, pero pertinentes para este momento, permitan entrever a los padres de la patria que han despotricado contra las encuestas —tal vez por ignorancia, tal vez por malicia, tal vez por recelo—, el por qué un sondeo de opinión técnicamente fundamentado no es —y no debería ser nunca— ni un oráculo, ni una bocina institucional. Y con un poco de suerte, tal vez les permita llegar a comprender cómo estos instrumentos les pueden incluso auxiliar para volver los ojos a la ciudadanía que representan y a los problemas que a ésta le asfixia, a fin que los resultados de las encuestas puedan convertirse en insumos para la toma de decisiones y para la acción eficaz.