

UN PANFLETO RECALCITRANTE
EN DEFENSA DE LA ENCUESTA
(COMENTARIO A LA PONENCIA DEL
LIC. BERNARDO VEGA)*

CARLOS DORE CABRAL

La reconstrucción lógica que hace Bernardo Vega del proceso de aplicación y uso de encuestas políticas en la campaña electoral de Salvador Jorge Blanco, es una excelente lección acerca de los alcances y de los límites de esa técnica de investigación social.

Los datos que suministra, la forma en que los organiza y las conclusiones que extrae de ellos, son una refutación inapelable de la barahúnda de dudas, de cuestionamientos, de rechazos y hasta de acusaciones de que fue objeto la encuesta política en las recién pasadas elecciones; esto a pesar de que este comentario (o coexposición como le llama el programa) señalará desacuerdos con uno de sus juicios.

Después de escucharlo no es necesario entrar en una compleja explicación sociológica que demuestre que la encuesta es un instrumento capaz de captar las opiniones de la población en el momento que se aplica. Claro que ella no tiene poder de oráculo que predice sin dudas quien ganará, pues las opiniones son variables y, más importante, pueden hacerse variar.

Su valor, desde el punto de vista de la campaña electoral, es el que señala Vega: "La verdadera importancia de la encuesta ra-

*Seminario "La encuesta política: su valor predictivo", 22.11.86.

dica en su capacidad para diagnosticar, siempre que sea bien interpretada, el sentir de los votantes sobre cada candidato para así poder usarse esa información en la determinación de qué dirá el candidato, cuándo lo dirá y a través de qué medios de comunicación...".

Una breve discusión alrededor de esta frase ayuda a una mejor comprensión del status de la encuesta. Fíjense que en ella se enfatiza "SIEMPRE QUE SEA BIEN INTERPRETADA" y se agrega, hay que determinar qué hacer con la información analizada.

O sea, que la encuesta sirve para recoger organizadamente la información, pero la encuesta no realiza la interpretación de los datos ni tampoco indica qué campaña diseñar a partir de ellos; para realizar esas dos últimas labores ni siquiera es necesario ser experto en realizaciones de encuestas y, normalmente, quienes mejor lo hacen no tienen esa especialidad.

De ahí que sea perfectamente posible que un candidato señalado como preferido en una encuesta, al no interpretar correctamente la totalidad de los datos y, en consecuencia, no hacer una campaña adecuada, termine perdedor y, al revés, que uno no favorecido haga un análisis adecuado y aplique un programa que lo conduzca al triunfo.

Esta situación no es exclusiva de las Ciencias Sociales, sino de todas las Ciencias. Los resultados de un electrocardiograma, por ejemplo, tienen que ser analizados por expertos, antes de hacerles las recomendaciones al paciente. En muchos casos, de un mismo electrocardiograma resultan distintas interpretaciones y diferentes regímenes curativos. Y es de estos dos últimos elementos que depende una más rápida o una más lenta mejoría.

Si es así, como lo es, podría decirse que las encuestas y los electros no son necesarios. Ciertamente no son imprescindibles. Las ciencias sociales y las ciencias naturales fueron capaces antes de contar con sus instrumentos técnicos, de auscultar, de interpretar y de comenzar a controlar los fenómenos de la sociedad y de la naturaleza. Pero a estas alturas del siglo XX nadie duda que esas técnicas agilizan extraordinariamente los procesos de estudios y potencializan la capacidad de análisis y de recomendación de los expertos.

Por momento me parece de tontos discutir la validez de las encuestas. Antes que en eso, el tiempo se debería aprovechar en debates acerca de las actitudes políticas de los dominicanos, basados en los datos que el uso continuo de encuestas en los últimos 4 ó 5 años ha permitido acumular en el país o sobre el país.

Esta defensa, adrede recalcitrante y panfletaria de la encues-

ta, no olvida que no toda ella y no todo lo que puede producirse alrededor de ella es perfecto.

En primer lugar, hay algo que es obvio. Los resultados de la encuesta pueden ser incorrectos por errores en el diseño del cuestionario, en la determinación, distribución y selección de la muestra, en la aplicación del cuestionario, en el procesamiento de los datos.

En segundo lugar, existen cuestiones que caben en las que Bernardo Vega llama éticas. El uso inadecuado que se le da a los resultados o supuestos resultados de las encuestas. El factor que más contribuyó con las dudas de sentido común respecto a las encuestas, fueron las publicaciones triunfalistas continuas de Jacobo Majluta, que al final resulta perdedor, sin que ninguna de las firmas se preocupara por explicar -si es que puede explicarlo- ese hecho, como se preocupó porque se conocieran sus resultados. Asimismo las explicaciones distorsionadas de los resultados de las encuestas que dieron algunos periodistas, tan distorsionadas que eran contradictorias con datos que ellos mismos publicaban en cuadros y gráficos.

En referencia a esta parte de la ética y la encuesta política, Bernardo Vega emite juicios que ameritan una discusión crítica.

El dice que "...la firma en sí no tiene preferencias o prejuicios políticos. Si los tiene, pierde objetividad en su trabajo, el cual es esencialmente técnico. Una firma encuestadora integrada por personas con fuertes convicciones políticas o con gran afinidad o amistad con un candidato, simplemente le hacen daño a esa candidatura, aun sin quererlo y sin darse cuenta, cuando realmente están tratando de ayudarlo. Los que salen al campo a hacer las encuestas tampoco deben tener fuertes convicciones políticas pues, con su actitud, influyen en la forma de responder".

Esta frase que es una mezcla difícil de definir de elementos de la neutralidad valorativa propiciada por la sociología comprensiva y del empirismo puro, arranca de una verdad práctica, para concluir no solo en un error conceptual, sino en una limitación inadecuada.

Es cierto que la empresa en sí no puede tener preferencias o prejuicios políticos para que su trabajo sea objetivo. Pero cuando Vega utiliza el en sí deja abierta una posibilidad que inmediatamente cierra.

Ese empresa en sí significa que ella no puede ser política, pero sus miembros, quienes la componen, sí. Si no se tratara de eso hubiese sido innecesario decir "la firma en sí", bastaba con decir la firma.

Pero a seguidas señala que también es indebido que los miembros de la firma, incluso los simples encuestadores, tengan convicciones políticas.

Esta es una vieja discusión que no se librará en este escenario, pero que Max Weber, creador del principio de la neutralidad valorativa en Ciencias Sociales, que significa no contaminar la Ciencia con la Ideología, resolvía señalando que era uno mientras hacía ciencia desde la universidad y otro mientras hacía política desde el parlamento.

Estoy convencido, por experiencia propia, que se puede hacer actividad científica objetiva, no importa su naturaleza, a la vez que se tienen fuertes convicciones políticas y se milita por ellas; para esto lo decisivo es formación profesional y moral personal adecuadas.

Este problema no puede resolverse invalidando la calidad de encuestadores a quienes profesan ideas políticas. Con esto, si no se está coartando el derecho a un determinado tipo de trabajo de los militantes políticos, al menos se está prejuzgando la calidad de su labor.

Si se acepta ese criterio, se está aceptando que la calidad del trabajo de una firma de encuestadores con fuertes convicciones políticas, siempre será inferior a la de aquella cuyo personal no es de militantes políticos.

Bien pensado, dado que es difícil en la sociedad de hoy, y más en la dominicana, el ciudadano ilustrado sin fuertes convicciones políticas, el prejuicio que se discute puede contribuir a afianzar la incredulidad sobre las encuestas, que tan eficientemente Vega combate en el resto de su ponencia.

Sobra decir que estas imperfecciones en los procesos de realización de las encuestas que hemos señalado y discutido en esta segunda parte del comentario, nada tienen que ver con el valor para diagnosticar de esa técnica, como el estallido del Challenger o la explosión de Chernobyl no tienen que ver con la validez científica de los conocimientos en que se apoyan esos experimentos puntas de la humanidad.

La lectura completa de la exposición de Bernardo Vega, conduce automáticamente a pensar en el proceso electoral de 1986 y a plantearse las siguientes interrogantes: ¿qué pasó esta vez con el candidato del PRD?, ¿no utilizó las encuestas políticas?, si las utilizó, ¿no fueron bien interpretadas?, ¿o no se elaboró a partir de esos análisis una campaña adecuada?, ¿o no se obedecieron las recomendaciones dadas en ese sentido?. En fin, ¿el candidato de

1986 y su equipo fue más ineficaz que el candidato de 1982 y su equipo?

Existen indicios de que Jacobo Majluta sí utilizó firmas de encuestadores políticos en la campaña electoral de 1986. Estas hablan de que tuvo relaciones o, por lo menos, acceso a las informaciones de las encuestas de Penn & Schoen y de que contrató los servicios de Violeta Yangüela y Asociados.

Sobre cómo interpretó y cómo utilizó los resultados no existen datos ni mucho menos una versión detallada como la que se está comentando con relación a la campaña de Salvador Jorge Blanco en 1982.

De todas maneras, es posible decir que independientemente de la pericia de Jacobo Majluta y su equipo para manejar las encuestas políticas, las condiciones en las cuales le tocó competir por el gobierno, le eran mucho menos favorables que aquellas en que lo hizo el anterior candidato del PRD.

Y aquí se llega a otra de las limitaciones de las encuestas y, en este caso, de su interpretación y de su uso. Si las condiciones políticas generales que se desprenden de la realidad le son muy adversas al candidato esos elementos de apoyo a la campaña electoral no pueden producir milagros.

En fin, parece que más importantes que las encuestas, su interpretación y su uso en los diferentes destinos de los candidatos del PRD en 1982 y 1986, fueron las diversas condiciones políticas en que ambos desarrollaron sus campañas.

1. Los candidatos mismos. La figura de Salvador Jorge Blanco en 1982 era menos controvertible que la de Jacobo Majluta en 1986;

2. Salvador Jorge Blanco no tenía detrás de sí dos gobiernos del PRD, sobre todo el suyo que fue el peor, lo cual de por sí implica y, realmente implicó, un mayor desgaste del PRD.

3. La obtención de la candidatura para Salvador Jorge Blanco fue un simple trámite y para Jacobo Majluta un hecho que afectó considerablemente su imagen y la del partido que lo respaldaba;

4. Salvador Jorge Blanco fue candidato de un PRD unido al menos electoralmente, Jacobo Majluta con uno completamente dividido para ese o cualquier otro fin.

5. Salvador Jorge Blanco no enfrentó unas oposiciones tan dinámicas y tan inteligentes de Joaquín Balaguer y Juan Bosch, como las tuvo que enfrentar Jacobo Majluta;

6. Cuando Salvador Jorge Blanco fue candidato oficial la cri-

sis económica y sus consecuencias sociales, no habían alcanzado la agudeza que tenían cuando Jacobo Majluta es apoyado por el partido de gobierno;

7. Cuando Salvador Jorge Blanco fue candidato del partido oficial, la corrupción gubernamental no era la piedra de escándalo fundamental del país, como lo fue bajo la candidatura perredeísta de Jacobo Majluta.

Y si a pesar de todo eso, pierde sólo por alrededor de 40 mil votos, ¿fue ineficaz su interpretación y aplicación de los resultados de las encuestas?. Ojalá las firmas o sus representantes ligados a Jacobo Majluta ofrezcan una explicación o datos de ese aspecto oculto de la campaña y la discusión de hoy se derive por ahí.