
EL USO IDEOLOGICO DE LAS ENCUESTAS...

Ideología y Encuesta, dos palabras cuyo uso entre los sectores más politizados han pasado de frecuente a exacerbado. Durante el pugilato entre pre-candidatos presidenciales, entre partidos y alternativas políticas reales o aparentes, se las exalta o se denigra de ellas para decir, por ejemplo, que tales y cuales planteamientos no tienen nada de ideológicos (queriendo decir partidistas) o que estos otros revelan un alto nivel ideológico, y que esta o aquella encuesta refleja fielmente la verdad o interesadamente la oculta. Por lo pronto, aparecen como dos palabras que se pronuncian y escriben con la expresa intención de centrar en ellas, o de reforzar lo que en cada caso se quiere decir a los lectores; pues en ellas se da por descontada una especie de fuerza persuasiva que las hacen valer como un factor lingüístico del poder que se busca o se defiende.

En esta expectativa manifiesta y urgida, el afán de agregar inmediatamente este poder a los recur--

sos del propio interés, constituye uno de los modos según los cuales se vinculan dichas palabras con el ámbito social en el cual ellas circulan. Un nexo, que podríamos llamar coyuntural, resulta actualizado en un proceso de solicitudes palpables e imperiosas, que fuerza al uso más intensivo de los recursos disponibles. Pero entre la sociedad y las palabras encuestas e ideología hay otras relaciones que, si bien no se borran en la coyuntura de la búsqueda del voto, pasan a jugar su papel en un plano menos aparente, aunque no menos afectivo. Digamos por el momento que estas otras relaciones, a las que podríamos llamar estructurales, para subrayar su pertenencia a la conformación esencial de la sociedad, se caracterizan, entre otras cosas, por ser no solamente menos perceptibles sino también menos inmediatamente intencionales. Para descubrirlas y tomar conciencia de ellas, la atención ha de dirigirse no tanto a lo que mediante palabras como éstas se quiere decir, sino sobre todo a lo que con ellas efectivamente se dice, a su significado, a la representación que en sí mismas hacen de los elementos y las relaciones constitutivas del proceso social, más allá de las simples apariencias. Es decir, en esta dirección debemos atenernos menos a la intención manifiesta de quien emite los mensajes donde tales palabras aparecen y más a la composición misma de estos mensajes y a su papel en la formación de la conciencia social.

¿UN METODO, PARA QUE?

Entre la efervescencia electoral y la vigencia estructural de la palabra encuesta, entra en juego una tercera versión, de uso menos corriente aunque con repercusión indirecta muy amplia y significativa. Es la noción técnica de la encuesta entendida como método de averiguación de los fenómenos sociales. Importa caracterizar la porque con esta noción la prestigiosa imagen de la ciencia entra a formar parte del asunto. ¿De qué manera?. Comencemos a verlo de inmediato, siguiendo cercanamente los razonamientos preliminares de un libro accesible al lector venezolano: "Encuestas en la sociedad de masas", escrito por la especialista alemana Elizabeth Noelle y editado en nuestra lengua por Alianza Editorial, de Madrid, en 1970.

La autora comienza por afirmar una estrecha relación entre las encuestas y "la idea de un instituto científico libre, que desarrolla los métodos en el curso de la investigación por encargo". Y en tan poco espacio, las claves de su pensamiento, que es el de la gran mayoría de los hacedores de encuestas en el mundo entero, comienzan a presentarse, unas más visibles que otras. Entre éstas, destaca esa particular relación entre institución, libertad, actividad científica y contrato capitalista. Una relación que de entrada no niega el carácter social del conocimiento científico de la sociedad sino que lo pro

clama, al mismo tiempo que atribuye el margen de libertad a un indefinido tipo de instituto que tiene como característica esencial la de actuar por encargo, es decir, la de ser intrínsecamente capitalista.

¿Cuál es esa milagrosa forma institucional donde es posible ser al mismo tiempo libre y comprometido por contrato, en virtud de la cual se escapa a las presiones económicas y políticas que amenazan la "objetividad" de la ciencia y a la vez respeta celosamente las leyes económicas y políticas del sistema?. No perdamos tiempo, la autora no hace el menor esfuerzo por describirnos semejante paraíso. Lo importante es que si ella no lo diese por supuesto, la mayor parte de sus argumentaciones en favor de las encuestas libres por encargo se desplomarían ante los ojos del más desprevenido. Ocupémosnos entonces de estas argumentaciones. En el punto de partida misma nos encontramos con la primera y más presuntuosa. Aquella según la cual las encuestas serían un medio auxiliar de nuestras aptitudes naturales para el conocimiento, pues como "con sólo nuestra facultad de observación no podemos percibir la realidad social", "tenemos que proveernos de medios que refuercen nuestras aptitudes naturales, como ocurrió hace tiempo en la observación de la naturaleza". Aquí el mecanismo interno del argumento es el mismo que en el caso anterior. A todas las que no son captaciones tecnificadas de la sociedad las considera inmersas dentro de los límites de lo natural, para luego atribuir calidad de trascen

dentes con respecto a las limitaciones naturales solamente a aquellos procedimientos investidos por la sociedad capitalista con los atributos del progreso tecnológico. Finalmente, en la medida que estos procedimientos se ajustan a la configuración del orden establecido y menosprecian las contradicciones internas que esencialmente lo caracterizan, de hecho lo que se hace es sustituir la verdadera confrontación entre las perspectivas sociales de los dominadores y de los dominados por una falsa diferenciación entre lo "natural" y lo tecnológico; falsa, puesto que toda carencia o disponibilidad de técnica es un hecho social, por lo cual es entre las diferentes opciones de lo social que cabe definir afinidades o conflictos realmente significativos.

Pero aquí es importante marcar un punto de atención. El libro en cuestión fue escrito para contrarrestar las actitudes de rechazo que en Alemania Federal se produjeron ante la proliferación de las encuestas y el empleo de sus datos en los medios de comunicación masiva, los documentos empresariales y los discursos políticos. Según la autora, esta "repulsa sin embargo, no parte propiamente del público en general, sino que se hace más rígida cuanto más elevada es la posición intelectual"; en todo caso, habría que explicarla por "la dificultad de que nos faltan hábitos para tomar en consideración grados de exactitud o inexactitud". Nos orientamos entre lo "verdadero" y lo "falso". Señalada esta incongruencia entre la men

talidad tecnológica y la mentalidad más tradicional generada por la educación y la experiencia familiar, la solución propuesta parte de la convicción de que los malentendidos pueden disolverse mediante una explicación de las peculiaridades del método, y apunta nada menos que a "una modificación sistemática del pensamiento"; desligarnos por ejemplo, de los conceptos de "verdadero" y "falso" y trasladarnos a un terreno de probabilidades, de estimaciones, enfoques computables y calculados. En efecto, si tomamos en cuenta que los rechazos que tanto preocupan a la autora no son otra cosa que manifestaciones retrasadas de la conciencia burguesa, resulta que en este plano ella tiene razón; una operación de pedagogía social como la suya puede alcanzar fácilmente la modernización perseguida, y de paso la prestaría al orden establecido el inestimable servicio de favorecer el ajuste de las conciencias a los supuestos de la manipulación tecnocrática de la sociedad. Es decir, la perfecta y tanto tiempo anhelada correspondencia entre encuestadores y entrevistados. ¿Cuáles son estos supuestos?

LA REDUNDANCIA IDEOLOGICA

Para llegar a ellos, hay que despejar igualmente una gruesa cortina de apariencias. Según la noción técnica de encuesta, su validez metodológica y por lo tanto la peculiar importancia social que se le atribuye como sistema presuntamente objetivo de información, descansa en el manejo estadístico de las características generales. En es

ta misma perspectiva, las actitudes de rechazo a que nos hemos referido estarían motivadas por la tradición cultural que encuentra incompatibles tanto la aplicación de la ley de los grandes números al estudio de los hechos humanos, como los conceptos de muestra representativa y de universo en ella representados. El error básico sería entonces el de atacar a las encuestas en nombre de la confusión vulgar de las ideas correspondientes al ámbito individual con las del ámbito estadístico.

Pero más profundos que éstos, yacen otros supuestos mucho más decisivos de la real significación de la investigación por descripción estadística, de la generalización por cálculo de probabilidades. Se trata de que las encuestas, tal como ellas se entienden generalmente y a nosotros nos preocupan en este momento, representan una de las dos alternativas antagónicas de la investigación social. Precisamente aquella en que los hechos, al ser registrados y descritos, se los toma solamente en función de su simple aparecer, fijándolos además en una imagen normal y universal, sin vincularlos con los contextos y los procesos, no solamente dinámicos sino conflictivos y contradictorios en los cuales surgen y se transforman. De modo que bastan estos dos rasgos para que nos percatemos de una de las características fundamentales que nos interesa destacar en las encuestas. Se trata de que al no contar con el marco de referencia de un análisis global del fenómeno o conjunto de fenómenos considerados y de una perspectiva histó

rica suficientemente amplia para estimar el desenvolvimiento de las fuerzas impulsoras de la transformación social, las encuestas operan más que como un verdadero instrumento de conocimientos, como un elemento ocultador de la problemática social e indudablemente justificador del orden en cada caso establecido. Pues por más habilidad profesional y honestidad personal que se ponga en construir un cuestionario de preguntas, tan "variadas" y "neutras" como sea posible, el hecho es que al renunciar a la doble y complementaria perspectiva de la totalidad y la historia, la encuesta impide que tanto el entrevistado como el receptor de los datos perciba otra cosa que lo que en determinado momento aparece a simple vista como bueno y normal.

En consecuencia, las encuestas de este tipo, que son las representativas del fenómeno del cual nos queremos ocupar en su versión pre-electoral venezolana, no son más que una técnica proyectiva y afianzadora de la ideología dominante. Es decir, de ese conjunto de representaciones transmitidas bajo las formas de la religión, la política, la moral o la masificación cultural, en virtud de las cuales el hecho y las causas reales de la división social de los hombres en explotados y explotadores así como todas las decisivas consecuencias que de ella derivan, vienen a ser no solamente escamoteadas a la conciencia colectiva, sino incluso sustituidas precisamente mediante los mecanismos de la dominación ideológica, por una imagen según la cual los que detentan todas las virtudes,

capacidades y derechos para decidir los asuntos de la sociedad serían precisamente los culpables directos de la miseria y la opresión que ellos le imponen a la mayoría productora de la riqueza que se apropian.

ELECCIONES Y ENCUESTAS

En un país como Venezuela, las encuestas hacen parte sin mayores disfraces del orden establecido y su correspondiente poder ideológico. A ellas recurren quienes pueden pagar su alto costo. Son hechas por empresas venezolanas o extranjeras, cuyo principal preocupación es mantener ante la clientela la imagen de complacencia y de prestigio sin la cual sus servicios no serán deseables. Sus datos no pueden rebasar los límites de los intereses en debate dentro de la común defensa del sistema democrático-representativo. Esos datos deben ser tales que puedan ser utilizados, con matices secundarios y transitorios, por los sectores más poderosos e interesados en afianzar su imagen en la opinión pública.

Aun cuando su realización cumpla con todas las reglas técnicas y las normas éticas de "imparcialidad" propias del oficio y del negocio, con esto es suficiente para que las opciones entre las cuales el entrevistado tiene que escoger, garanticen el respeto a los mencionados límites del sistema de poder. Se pregunta sobre lo que está en el tapete y según las connotaciones inviolables del sistema, afirmadas a su vez por los medios empresariales de in

formación masiva.

La eficacia de esta función sustentadora de lo establecido exige por su parte el desarrollo de un juego de expectativas y discordancias aparentes. Pero en el fondo no se interroga sino sobre lo que el sistema permite y en los términos que el sistema establece. En ellas nada está analíticamente remitido a sus bases y sus causas económico-sociales. El entrevistado nunca tiene la oportunidad de escoger entre la imagen aparente que se le presenta y la imagen verdadera que podría ser la de su mayor interés. Se encuentra obligado por el contexto ideológico de la encuesta, y por las directas vinculaciones de ésta con la ideología dominante, a escoger entre diferentes matices de lo aparente. Es esta nivelación por lo permitido a lo que se llama imparcialidad y espíritu democrático.

En tales condiciones, el uso ideológico -es decir, directamente propagandístico- de las encuestas no encierra ningún secreto. Si ellas pueden ser usadas como elemento de auto-justificación o auto-exaltación, es porque en su hechura misma han jugado todos los elementos que así lo hacen posible, o más bien deseable, casi inevitable .

Por otra parte, sobre las encuestas nadie sabe nada, salvo los dirigentes políticos y sus círculos allegados. Y así tocamos, para finalizar, el último aspecto

to de las encuestas que nos interesaba señalar. Se trata de que ellas no solamente son un mecanismo ideológico en su conformación y en el uso social que de ellas se hace. Además, constituyen un reservorio inaccesible para las grandes mayorías, las cuales se tienen que contentar con lo que los interesados les hacen llegar. La fuerza principal de las encuestas es que casi nadie sabe cómo se hacen ni cuáles son sus límites de credibilidad. Su papel no consiste en servir al desarrollo de la conciencia crítica sino al contrario, en impedirlo, contribuyendo casi sin oposición a la voracidad social de los poderosos.

Alfredo Chacón
