

Encuestas, legitimidad y reflexividad

José Saturnino Martínez García. Departamento de Sociología, Universidad de La Laguna.

Metodología de Encuestas nº5, vol.2, 2003

La polémica en torno a los datos del eurobarómetro es un ejemplo de algunos de los problemas sociales que generan los estudios sobre opinión pública, y la podemos tomar como pretexto para una reflexión sociológica sobre los mismos, sin entrar a valorar cuestiones más técnicas. Por un lado, los usos en el debate político de los resultados de las encuestas, como apoyo a argumentos políticos, que al estar avalados por “números”, aparentan ser más veraces, contribuyendo a *legitimar* decisiones u opiniones que se sustentarían independientemente de los resultados de la encuesta. Por otro lado, la *reflexividad* del conocimiento social, es decir, cómo el conocimiento de la realidad social es parte de la definición de esa misma realidad y puede ser un factor de cambio, al incorporar los agentes sociales esa información.

La legitimidad

En cuanto a la primera cuestión, cabe decir que la polémica no deriva de la interpretación de los porcentajes, sino de una serie de supuestos que se añaden a esos porcentajes. El resultado de la encuesta dice que los ciudadanos de la Unión Europea perciben a Israel como uno de los principales países que pone en riesgo la paz mundial. Pero al menos parte de la polémica tiene que ver con que “el antisemitismo repunta en Europa”. Es decir, se pasa de considerar como peligrosa la política exterior de un Estado, Israel, a que eso atañe a una comunidad religiosa, la judía, que reside en diversos países. Ciertamente, no hablamos de cualquier Estado, sino de uno que en su creación y en su fundamentación como tal, la religión ha desempeñado un papel fundamental. Pero cuando menos, cabe decir que el paso de ver como peligrosa la política de un Estado a manifestar que hay odio a una comunidad religiosa y/o étnica, no es directo. Por lo menos supone que la opinión hacia el Estado de Israel está previamente mediatizada por animadversión hacia los judíos, en vez de suponer que simplemente se está evaluando su política como peligrosa, evaluación que perfectamente podría ser independiente de tales actitudes. Dicho más claramente, el mensaje que se está lanzando es que la política de Israel es buena, pero como los europeos son antisemitas, la valoran como equivocada. Con los datos disponibles, no soy capaz de saber si esa hipótesis, que se está dando como hecho, es cierta o no. También se afirma que antisemitismo esta repuntando, y para saber esto con más certeza, necesitaríamos de datos de cómo ha evolucionado con posterioridad a la II Guerra Mundial, pues que yo sepa, no hay datos más o menos periódicos de después de la posguerra que nos permitan afirmar que se ha producido una tendencia en uno u otro sentido del antisemitismo. Pero sí sabemos que parte de la estrategia política del Estado de Israel es descalificar a la Unión Europea como interlocutor válido, por considerar que el secular antisemitismo europeo sigue vigente.

Como vemos, se emplea como prueba de un argumento defendido previamente (el antisemitismo europeo) un dato que no lo corrobora (la evaluación nefasta de la política de un Estado), a no ser que demos como ciertas varias hipótesis que no se hacen explícitas y sobre las que no hay pruebas. Por ello, me parece claro que estamos en uno de esos innumerables casos en los que una vez sostenida una tesis, se busca cualquier dato, por mal traído que esté, para justificarla.

Otra reflexión en torno a las relaciones entre encuestas y legitimidad, se plantea por el problema de la división de opiniones entre la elite gobernante y los ciudadanos a los que representan, y que las encuestas contribuyen a poner de manifiesto. En principio esto es contrario al espíritu de la democracia representativa, y es una tensión permanente en las actuales democracias, en las que las opiniones de los gobernantes pueden ser minoritarias entre los ciudadanos, como vimos en España a cuenta de la II Guerra del Golfo (el 90% de la población se declaraba contraria a una guerra apoyada por el Gobierno). De esta forma, las encuestas son tomadas como un arma de la lucha política, no para legitimar una decisión ya tomada, como hemos visto, sino para intentar deslegitimar al Gobierno. Los gobiernos que se ven en esta incoherencia suelen defender que velan por intereses de Estado, y no es raro que promuevan campañas para cambiar la opinión pública (como fue el caso de Gran Bretaña y EE.UU. en torno a la reciente guerra)¹.

Por último, comentamos las actitudes de los políticos ante esta interpretación poco consistente de los datos. En vez de insistir en que la relación entre la crítica al Estado de Israel y el odio a los judíos no son la misma cosa, se han pedido disculpas al Estado de Israel, es decir, se ha dado por buena la interpretación más o menos sesgada de la encuesta. Peor aún, incluso se ha llegado a pedir la dimisión del responsable de Eurostat, manteniendo la máxima de que si el mensaje es malo, matemos al mensajero².

Reflexividad

Otra cuestión de la que es ejemplo esta polémica se refiere a la reflexividad de las ciencias sociales. En general hablamos de reflexividad para referirnos a que el conocimiento de una situación social también forma parte de la situación social. Un caso llamativo de este hecho es el conocido *teorema de Thomas*: “si los individuos definen las situaciones como reales, son reales en sus consecuencias”, y una derivación de este teorema es el caso de la *profecía autocumplida*. Tal concepto hace referencia a aquellas situaciones en las que hay una definición de la realidad social errónea, pero al ser creída como cierta por los agentes implicados, acaba siendo cierta en sus consecuencias. El ejemplo más sencillo es el siguiente: si todo el mundo considera que un banco está en quiebra, acude al banco a retirar sus depósitos antes de que sea demasiado tarde. Pero por muy saneado que esté el banco, no puede afrontar una retirada masiva de fondos, por lo que realmente quiebra; por tanto, un rumor falso puede tener consecuencias reales, que además le hacen aparecer como cierto. En el caso que estamos hablando todo esto podría tener implicaciones directas. Supongamos, que es cierto que no hay relación entre las actitudes ante la política del Estado de Israel y las actitudes hacia los judíos. Pero debido a la insistencia de gobiernos y comentaristas políticos en hacer valer esta relación, quienes son contrarios a la política del Estado de Israel pueden pensar que efectivamente su condena a tales políticas es extensible a todos los judíos. De esta forma, la insistencia por parte de los medios de comunicación y los gobiernos en relacionar la condena a la política de un gobierno con las actitudes hacia una comunidad étnica y religiosa, acabarán por ser ciertos. Por supuesto, esta hipótesis no tiene por qué ser cierta, pero ilustra

¹ Para más detalles sobre esta polémica, véase esta misma sección en *Metodología de Encuestas 5(1)*.

² Sobre este problema de las encuestas de contenido político ya se habló en esta misma sección en *Metodología de Encuestas 2(1)*, en sendos artículos de Lagos y Martínez.

que hacer interpretaciones erróneas de los datos de las encuestas puede llevar a que esas interpretaciones erróneas se conviertan en verdaderas.

El problema general de la reflexividad toma un carácter particular al referirnos a las ciencias sociales, debido a que el conocimiento que producen los científicos sociales es, por un lado, un elemento más de la sociedad, y por otro, ese conocimiento, puede ser una de las causas del cambio social, ya sea por ser empleado por los propios expertos para modificar las relaciones sociales, ya sea porque al conocerse públicamente, los agentes sociales modifiquen su comportamiento. Si suponemos que la interpretación realizada por los gobiernos es cierta, cabrían dos ejemplos de cada una de estas reflexividades. Por un lado, podría esperarse que se diseñasen políticas públicas que redujesen el antisemitismo de los europeos, como caso en que los expertos hacen un uso experto de sus conocimientos. En cuanto a los agentes sociales, podría suceder lo siguiente: efectivamente podría existir una mayoría antisemita, pero una mayoría más o menos silenciosa, debido a que la presión moral en contra del nazismo condena cualquier muestra de rechazo a los judíos. Pero al hacerse públicos estos datos, la *espiral de silencio* en torno al antisemitismo podría romperse, debido a que los antisemitas ya no se sentirían como un grupo minoritario y vergonzante, sino se sabrían así mismos como parte de la mayoría. Es decir, la publicación del sondeo podría tener como efecto cambiar un equilibrio de fuerzas de tipo síquico que haría más visible el estado general de opinión.



Tras haber tomado este ejemplo como pretexto para ilustrar efectos sociales de las encuestas, creo que lo más razonable en el caso presente es pensar que simplemente estamos en un caso en que la polémica generada en torno a los datos tendrá un efecto poco relevante, pues se limita a ser un apoyo forzado de uno de los argumentos del debate político. Varias son las circunstancias que tendrían que darse para que los resultados de un sondeo llevasen a una *profecía autocumplida* o un cambio de una *espiral de silencio*, circunstancias que en el caso presente no se cumplen, y cuyo análisis nos llevaría a un estudio mucho más pormenorizado.