

Introducción

VI. ¿La comunidad de investigadores de Opinión Pública en América Latina?

Por **Marta Lagos**¹²

En el año 2003 intenté recoger información sobre la evolución de los estudios de opinión en cada país de la región. Envié el cuestionario a colegas de empresas, universidades, analistas y expertos en elecciones, pero sólo recibí cinco respuestas válidas. Después de hablar con unos veinte colegas por teléfono para indagar los motivos de la baja participación en el estudio, llegué a la conclusión de que reconstituir la historia de la opinión pública en la región no era posible sin una investigación previa de tipo historiográfica. Las respuestas obtenidas no eran suficientes, y tampoco encontré artículos como para llenar los vacíos de información.

Al mismo tiempo investigué la pertenencia de estas entidades a Asociaciones: en el año 2003 el total de miembros de WAPOR en la región eran 64 y de Esomar 254, lo que no reflejaba para nada el total de personas, empresas, profesionales y expertos que existían en la realidad. Estos valores han disminuido en los últimos 6 años a 38 y 102 respectivamente, lo que indica una evolución en el sentido contrario a lo esperado. Pero a la luz del desarrollo de las sociedades en el marco de tiempo, esto no sorprende. Vivimos un período de introspección nacional, donde lo interno vale cada día más, y los países están abocados a su propio desarrollo y no a la relación con el exterior.

En consonancia con la falta de asociativismo que nos aqueja como región, me encontré con una industria atomizada, desconectada. En conversaciones con colegas, al sugerir hacer acciones en conjunto me enfrenté con grandes aprehensiones que paralizaban cualquier acción. Es cierto que las circunstancias de cada país, los vaivenes de la economía, los mercados y la política, marcan e imperan en los ámbitos propios de la preocupación y acción nacionales, de tal manera que tampoco pareciera sobrar el tiempo para incursionar en nuevas dimensiones en este campo. Estas constataciones son un reflejo de nuestra precariedad económica y política que también resulta determinante frente a nuestra capacidad o incapacidad de desarrollo. De esta manera vemos que son pocos los países que pueden interesarse o preocuparse por participar en asociaciones mundiales como WAPOR y

¹² Directora fundadora de MORI y la Corporación Latinobarómetro. Pionera en estudios comparados, inicia el primer barómetro de opinión en su país, Chile, y luego en América Latina, el Latinobarómetro, instalando el primer banco de datos en español en línea. Hoy coordina la federación de barómetros Globalbarometro y dirige su propia empresa.

ESOMAR porque el inmediatismo que nos embarga no permite ver los beneficios de pertenecer a ellas, pues se cree y se espera ellas deben entregar beneficios tangibles a corto plazo.

Tabla Nº 1: MEMBRECÍA Y TAMAÑO DE LA INDUSTRIA DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN – 2001-2009*

	ESOMAR 2003	ESOMAR 2009	WAPOR 2003	WAPOR 2009	TURNOVER 2001**
BRASIL	76	25	9	6	250
MÉXICO	58	27	27	12	238
ARGENTINA	56	15	10	5	72
CHILE	10	2	5	3	40
VENEZUELA	10	5	3	1	29
COLOMBIA	9	8	1	-	46
PERÚ	7	4	2	4	18
COSTA RICA	4	5	3	-	6
URUGUAY	4	-	3	3	7
ECUADOR	4	1	-	2	11
GUATEMALA	4	2	-	-	7
PANAMÁ	3	2	-	-	5
BOLIVIA	2	1	-	1	4
HONDURAS	2	2	-	-	2
REPÚBLICA DOMINICANA	2	1	-	1	8
EL SALVADOR	1	1	1	-	4
PARAGUAY	1	-	-	-	2
NICARAGUA	1	1	-	-	1
TOTAL	254	102	64	38	

*SOURCE: WAPOR y ESOMAR

**SOURCE: Research World Volume 10 N 8 September 2002. p 24

Los datos hablan por sí solos. Brasil, México y Argentina tienen un nivel más alto de masa crítica de profesionales, lo que hace que esos mercados, donde se da una mayor participación, sean más competitivos. El congreso de Esomar que tuvo lugar del 25-28 de Abril de 1999 en Santiago de Chile, no hizo sino confirmar que la región estaba dominada por tres países en los que había una “comunidad” de pares con producción propia. Habría que hacer un recuento de cuántas asociaciones nacionales existen y funcionan efectivamente para ver en qué países hay comunidades, que aún siendo muy pequeñas, comparten como pares, una profesión.

Países como Uruguay tienen un mercado muy pequeño pero sofisticado y profesional. Lo mismo ocurre en Perú, que tiene un mercado más grande, ha hecho buenas experiencias y goza de una tradición de encuestas como la de Boca de Urna, por ejemplo.

En comparación, Chile se encuentra a *años luz* de distancia, pues carece de asociaciones que funcionen realmente. En el país no hay comunidad de pares, no hay normas estandarizadas para las encuestas de opinión que se publican en los medios, no existe un código de ética conocido que suscriban todos los encuestadores y que sea público y en consecuencia de todo esto cada cual actúa según su criterio. Algunos suscriben a ESOMAR, otros a WAPOR, pero eso no implica consecuencias a nivel público. La asociación de estudios de mercado no realiza congresos, carece de publicaciones periódicas, como asimismo de voces autorizadas. La asociación de estudios de opinión que se logró formar en el país, se disolvió en el año 2000 por falta de consenso en la adopción del código de ética de ESOMAR. Llama la atención el desfase de Chile en este tema respecto de otros países, y el contraste que presenta, especialmente a la luz de la exitosa incursión regional de los empresarios chilenos. A diferencia de lo que hacen las asociaciones existentes en otros países de la región, en Chile no se han hecho estudios serios para la clasificación socioeconómica de la población. Los miembros de la asociación no tienen interés en invertir sino en estudios minimalistas, que son los que existen. Se puede afirmar que este ámbito no ha logrado, en ningún caso, ponerse al día para estar acorde a la velocidad en que se ha puesto al día el PGB del país, que se ha triplicado en 20 años.

Distinta es la situación de la comunidad de estudios de mercado en otros países, especialmente en Brasil, México, Argentina, Uruguay y Perú. ESOMAR con sus encuentros regionales ha contribuido enormemente a formar esta comunidad. El análisis de la asistencia por país a esos encuentros permite ver cómo ha sido esa evolución. Lo que no significa que no tengamos aún una gran brecha por recorrer a ese respecto como región.

Los antecedentes recogidos y la realización y las conclusiones de los encuentros regionales de WAPOR acontecidos en la última década permiten decir que, si bien no existe hoy en día una comunidad de opinión pública consolidada en América Latina, en los últimos años ha surgido un grupo de personas finalmente convencidas de la necesidad de ayudar a su creación. El mal que aqueja a la comunidad de encuestadores de opinión no difiere en general del mal que aqueja a nuestras sociedades. ¿Quién se quiere asociar y para qué? ¿Puede esta

comunidad ir más rápido de lo que va el desarrollo de la región? ¿Puede ganarle la carrera al nivel de desarrollo de cada país? Claramente no, pero al menos podemos intentar poner al día a aquellos países en los que esta industria no ha avanzado a la velocidad de desarrollo del país.

El intento de formar una comunidad de pares en la región sólo podrá consolidarse cuando encontremos una razón para *ser comunidad*. Fuera de México, ha habido en el Río de la Plata reuniones de encuestadores que han congregado principalmente al Cono Sur. En el año 2009 se realizó otro encuentro en el Perú. Estos encuentros son alentadores porque indican la formación de una masa crítica que puede ser el inicio de una asociación propiamente dicha. Pero debemos tener presente que es siempre más fácil organizar una reunión para discutir temas específicos que formar una comunidad de pares, con intercambios regulares, canales de comunicación e información objetiva.

Las dificultades que se plantean en el intento de formar una comunidad se observan en esas reuniones, debido, entre otras cosas, a la índole de las preguntas que surgen: "¿Qué ha hecho fulano para....?". Aquí toma forma la realidad: no somos sociedades meritocráticas, donde cada cual vale por sus hechos, sino más bien sociedades en las que cada cual vale por los juicios que recaen sobre ellos. Así surge el autoritarismo de los "guardianes", que deciden qué es lo que cada cual puede hacer y el lugar que a cada cual le "corresponde". No estamos en Silicon Valley, donde un Steve Jobs inventa desde un garaje. Ahí nadie cuestiona, sino más bien alaba su invento. En cambio aquí los aciertos de otros se esconden en lugar de publicarse. Los "guardianes" son todos y ninguno, porque la nuestra es una cultura dominada por el "poder" mucho más que por el "hacer", una cultura que no aspira a la perfección. Y no se trata aquí de un problema propio de la encuestología, sino más bien de un problema de nuestras sociedades. En muchos ámbitos lo importante no es esforzarse para ser el mejor, sino más bien impedir que el otro sea mejor, en vistas a ahorrarse el esfuerzo propio para serlo. En este contexto, a medida que pasa el tiempo, hemos constatado que, a menudo, el rechazo a la competencia aumenta en lugar de disminuir.

La formación de una comunidad de pares requiere imperativamente desmantelar esta cultura, para pasar a otra más abierta y competitiva. Desmantelar la desconfianza, el nacionalismo, el autoritarismo.

Otras barreras dificultan asimismo la formación de comunidad de pares: América Latina no ha avanzado en su proceso de integración. No somos amigos de nuestros vecinos, nos gusta más el que está más lejos, aunque no sepamos casi nada de él. La región no cuenta con grandes ferias regionales culturales, comerciales o financieras. Su enorme extensión dificulta el acceso de la información de una subregión a otra, y naturalmente al resto de la región.

Los datos de Latinobarómetro sobre Cooperación Regional no son alentadores. Vivimos, además, una etapa de introspección, en que, como ya se señaló, cada país está más preocupado por sus problemas internos que por los problemas hermanos de la región.

No obstante, Latinobarómetro es un buen ejemplo de que es posible quebrar lo establecido. Después de quince años, esta ONG ha sobrevivido a dos crisis económicas y ha instalado la encuestología latinoamericana como pionera y líder en su campo de acción para el desarrollo. El Latinobarómetro es el ejemplo de una red de encuestadores que ha alcanzado el estado del arte. Son los colegas de la región los que realizan el estudio, que en el último encuentro del Eurobarómetro fue reconocido por la Unión Europea. En este campo los encuestadores latinoamericanos no tienen nada que envidiar a los colegas del primer mundo. Es incorrecto decir que no hay en América Latina ni gente ni capacidad profesional instalada. La calidad profesional y el alto nivel alcanzado por los trabajadores en esta área, supera con creces a lo que, desde afuera, es dado y posible imaginar. Esta falta de conocimiento y reconocimiento se debe al hecho de tratarse de una disciplina aún en cierta forma dispersa y con carencia de adecuadas redes de información interna.

El desarrollo colectivo al que aspiramos y al que debiéramos apuntar para fortalecernos solo podrá surgir de una sólida y amplia unión organizada y asociada. La ausencia de esta condición base dificulta ver la fuerte realidad existente y los logros alcanzados e impide el avance de los frutos de la disciplina. Contamos con una enorme fuente de capital humano capaz, enérgico y comprometido. No estamos lejos de poder formar una comunidad de pares capaz de llevar adelante una encuestología latinoamericana, hecha por latinoamericanos y para latinoamericanos. Podríamos disponer de un banco de datos en línea, que recogiera las largas series de tiempo de estudios longitudinales que ya existen en más de nueve países de la región. Si así fuera, superaríamos a los europeos.

Podríamos hacer tantas cosas, como por ejemplo la creación de nuestro propio Instituto de Estudios Sociales Latinoamericano, podríamos ofrecer cursos de verano, podríamos contar con publicaciones regionales y organizar encuentros regulares. Podríamos así brindar las oportunidades y espacios que incentivarán la producción de la ciencia y el desarrollo de las metodologías que requiere la disciplina.

Desgraciadamente, nuestra actual realidad es otra. La tendencia predominante es publicar en revistas cuyo comité editorial se encuentra en EE.UU., revistas que la gran mayoría de la región no puede leer.

Latinobarómetro ha probado que es posible existir y avanzar sin la venia de los que quieren seguir a los anglosajones. Conuerdo con Bolívar Lamounier, que dijo en Santiago en CEPAL que no habíamos “empezado” a desentrañar nuestras democracias. Conuerdo con Edgardo Catterberg, que decía que sin colaboración no hay desarrollo. El desarrollo no es otra cosa que la creación sucesiva que se origina en la interacción sin barreras. Las potencias del Norte saben hacer muy bien sus cosas, pero hay varias maneras de hacer las cosas. Intentar competir con el hermano mayor que tiene más fuerza y conocimiento es equivocado. Frente a las grandes cualidades hay que tener admiración, pero no adoración. Se trata también de una competencia falsa, porque hasta el momento, al menos, ninguna de las teorías diseñadas por otros ha logrado interpretar a nuestras sociedades. América Latina es una región sobre la cual queda mucho por decir y nos corresponde a nosotros decirlo, a nuestra manera original y propia y no copiando lo que hacen otros.

Un buen primer paso para avanzar en el desarrollo de una comunidad de pares en América Latina consistiría en reconocer los logros de otros. Es preciso saber lo que tenemos y descubrir y afirmar lo que somos. Reconocer nuestro enorme capital humano y valorar su nivel. Esperamos que esta revista contribuya a la formación de una comunidad de pares capaz de potenciar a nuestra gente y de avanzar hacia el desarrollo.