

ENTREVISTA. INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN SON LOS TEMAS QUE MÁS PREOCUPAN HOY A LA OPINIÓN PÚBLICA, DICE DIRECTIVO DE IPSOS APOYO

Oportunidad para que todos opinen

◆ Encuestas permiten expresarse a "mayorías silenciosas" del país

◆ Líderes deben tener cercanía emocional con la población

FIDEL GUTIÉRREZ MENDOZA
fgutierrez@editoraperu.com.pe

Un recuento histórico y un análisis proyectado hacia el futuro es lo que el presidente de la encuestadora Ipsos Apoyo, Alfredo Torres, hace en *Opinión Pública 1921 - 2021*, trabajo presentado el martes en la Feria del Libro Ricardo Palma. Hablamos con él respecto al tema y también sobre la influencia que pueden tener las encuestas en un país de convicciones políticas sumamente cambiantes como el nuestro.

Al leer su libro, uno puede concluir que las encuestas son el único medio con el cual esa "mayoría silenciosa", que no forma parte de élites ilustradas o de organizaciones sociales, puede contribuir a la formación de la opinión pública. ¿Es así?

—El poder de las encuestas está justamente en darles voz a esas "mayorías silenciosas" que solo se expresan con poder real cuando hay elecciones. Entonces lo que hacemos con las encuestas, me parece, es darles la oportunidad de opinar sobre una serie de temas de interés nacional. Los políticos y autoridades no tienen que seguir al pie de la letra lo que dice la opinión pública, pero sí deben tener en cuenta sus opiniones.

Las alternativas que se presentan en las encuestas, ¿a qué criterios responden? Parece que reflejan aquellas tendencias y personajes que los medios de comunicación tienen más en cuenta.

—Antes era aún peor esa situación. Los medios creían ser los representantes de la opinión pública. Hoy se han dado cuenta de que no es así y emplean las encuestas para entender qué piensa la opinión pública. Las preguntas que se hacen sobre cuáles son los principales problemas del país y las alternativas de solución que se debaten ayudan a la gestión pública.

Le hice la pregunta porque en la última campaña hubo candidatos que se quejaban de que en las encuestas y en los medios no se les consideraba como opciones.

—Antes de que haya inscripciones uno introduce algunos nombres y retira a otros, pero cuando están inscritos, es obligatorio poner a todos los candidatos en la encuesta. Lo que sí es cierto es que cuando se divulgan los resultados del electorado y la prensa presta más atención a quienes van adelante. Esto genera que quienes están en los últimos lugares se sientan perjudica-



Consultas. El presidente de la empresa Ipsos Apoyo señala que las encuestas permiten dar voz al peruano común y corriente.



Proyección. El país puede despegar en el año de su bicentenario, afirma Torres.

"El acceso a internet, con bandas más anchas y rapidez, y a través de los teléfonos celulares inteligentes generará una opinión pública mucho más activa."

dos. Pero esa es una información útil porque así saben que deben llamar la atención. Por eso vimos a "huevo duro" y su "huevo móvil" y a uno disfrazado de Hulk.

Usted afirma que algunos candidatos postularon a la alcaldía de Lima basándose en los resultados de las encuestas. Además, el término "candidatos chicos" proviene directamente de estas. ¿Es tanta su influencia? ¿Vamos hacia una "encuestocracia"?

—Los políticos, por más que critican a las encuestas o a los medios, son los primeros que los revisan. Gracias a las encuestas, Kouri se enteró que tenía opción de ser alcalde de Lima cuando Castañeda deci-

dió no participar. Por eso su lanzamiento fue precipitado. No había hecho su traslado a Lima. Y en el caso de Lourdes Flores, ella observó que su intención de voto para la presidencial había caído por debajo del diez por ciento, pero también vio que aparecía como la única que le podía ganar a Kouri en Lima. Por eso postuló a la alcaldía. Son dos ejemplos en los que las encuestas ayudaron a tomar decisiones a los políticos, así como lo hacen todos los días con las empresas.

¿Y qué peso pueden tener los otros sectores que generan la opinión pública? Parece que el papel de estos no tiene tanta influencia como el de las encuestas.

—El papel de las encuestas puede equipararse al de un narrador en un partido de fútbol. No estamos en la cancha jugando, sino comentando las incidencias. Actores principales son los candidatos y partidos. Pero aquí los partidos son muy débiles y los actores terminan siendo más individuales que colectivos. Los medios también son importantes, porque desde ellos algunos se ponen la camiseta de un candidato e intentan influir.

Insatisfacción latente
Llama la atención el concepto de "crecimiento infeliz", que menciona en su libro y que tiene que ver con la sensación de insatisfacción que tiene la gente, pese a que el país crece. ¿Estamos superando eso?

—Ese es un tema preocupante porque todos los indicadores de consumo muestran que hay una mejora en las condiciones de vida. Sin embargo, cuando uno pregunta cómo ve la situación económica, la población dice que igual. Eso parte del hecho de que venimos de muy abajo. Una persona cuyo ingreso familiar era de mil nuevos soles y pasa a ganar mil 200, según las estadísticas, deja de ser pobre, pero la plata no le alcanza igual. Por otro lado, hay sensación de que hay corrupción. Se siente que uno podría estar mejor y que si eso no pasa es porque en el Estado se aprovechan indebidamente de los recursos.

Menciona también que puede ser contraproducente insistir en decir cuán bien estamos

—Lo es, y tanto el gobierno anterior como el actual pueden haber caído en ese error. Siendo verdad que hay crecimiento, puede ser inconveniente repetirlo hasta la saciedad, porque la gente termina sintiendo que el mundo no es tan maravilloso como lo pintan.

Modelo que camina bien

Al final del libro afirma que es necesario mantener la política económica vigente. ¿Qué consecuencias habría si se aplican propuestas distintas?

—En lo que hay mucho espacio para corregir es en las funciones del Estado, porque este tiene responsabilidades en crear condiciones para que la actividad privada no se aproveche de conductas monopólicas. Pero si el Perú está creciendo como lo hace es porque el modelo económico camina bien. Lo que hay que corregir son las políticas sociales y la seguridad.

Es justamente la inseguridad y también la corrupción los temas que más preocupan a los peruanos ahora. ¿Es algo que viene de antes?

—Hace 20 años los temas eran la inflación y el terrorismo; hace diez, eran el empleo y la pobreza, y hoy son la corrupción y la inseguridad. La seguridad ciudadana es un problema creciente y eso hará que en la próxima campaña esto sea central. Otro es el de la corrupción. Allí lo que la gente verá es a las personas que generan más confianza y que no les temblará la mano para separar a los corruptos que los rodean.

Usted afirma que detallar e incidir en los planes de gobierno puede ser contraproducente. ¿Esto no implica justificar la táctica de la mudanza?

—Esto es algo complejo, porque, por un lado, la población valora la transparencia y sinceridad de los candidatos; pero, por otro, se hacen planteamientos que pueden ser malentendidos, ya que pueden ser mal usados por los rivales. Entonces, es una imprudencia hacerlo. Los planes tienen que tener los lineamientos básicos bastante claros y eso es suficiente, porque finalmente el electorado no los leerá, sino que se basará en sus líneas fundamentales.

¿Y cómo contrarrestar esta insatisfacción?

—El antídoto es tener líderes políticos que estén muy cerca de sus electores y de su población en el aspecto emocional. No es un tema de argumentos o de decir cuánto creció el PBI este año, sino de estar al lado de la gente expresando que la acompaña en sus dificultades y que entiende que si bien Perú está creciendo, todavía hay un largo camino por recorrer para que todos mejoremos nuestras condiciones de vida.