

# El gobierno de las encuestas

21 de Junio de 2019

**Fausto Salinas Lovón**

**Cusco**

**Para Lampadia**

En un país donde el Presidente provisional gobierna para las encuestas, donde su respaldo político son únicamente los índices de aprobación semanal que exhiben sus medios de comunicación aliados, donde sus partidarios son los ciudadanos supuestamente agrupados en encuestas por uno y otro tema y donde las iniciativas políticas del gobierno son previamente consultadas a manera de globos de ensayo a través de encuestadoras o de institutos de investigación, como ya lo advierte **Lampadia** en [ZAPATERO A TUS ZAPATOS](#), conviene saber si hay nexos entre encuestadoras, medios de comunicación y gobierno. Muchos creen que sí y, por ende, llego a pensar que esta reflexión puede ser un pleonasma. Pese a ello, creo que algunos datos y reflexiones pueden ayudar a comprender lo que está sucediendo.



Tomemos solamente un par de muestras.

- El sitio web de DATUM, una reconocida encuestadora internacional, con sede local. Allí se puede ver que tiene 7 grupos de clientes. Uno de ellos se denomina: Instituciones del Estado y figuran como clientes: Sunat, Essalud, Consucode, ONPE, Mincetur, Prom Perú, MTPE, RENIEC, ONP y Poder Judicial. En el rubro de clientes de Banca y Finanzas figura otra entidad estatal: el Banco

de la Nación. En el rubro de clientes del sector Energía y Minas aparecen otras dos entidades estatales: Electro Perú y Petro Perú. Dicho de otro modo, solo esta encuestadora, en el año 2019, tiene registrados como clientes destacados en su sitio de internet a 13 entidades estatales, 12 de ellas del Poder Ejecutivo. En otros rubros de clientes de esta encuestadora figuran CLARO, LATINA, PERU 21 Y GESTION. Datum Internacional, como resulta lógico, está acreditada como proveedora del estado en el SIAF.

- El IEP ha sido quien elaboró en abril pasado, la encuesta que consulta a la opinión pública ¿si estaría o no de acuerdo con que el presidente cierre el congreso? Esta encuesta, arroja un 70% de aprobación a esta medida y antecede a la cuestión de confianza. El IEP, conocido centro de investigación y publicación vinculado a la izquierda, ha incursionado en el rubro de los sondeos de opinión y, al igual que DATUM, también figura en el SIAF como entidad proveedora del Estado.

A partir de estos pequeños y aislados datos, convendría saber ¿cuales son las razones de oportunidad, conveniencia o necesidad que lleven a SUNAT, por ejemplo, a contratar encuestas? ¿Cuales son las razones por las cuales un centro de investigación social es proveedor del Estado? Debe haber muchas razones, lo que convendría es saberlas en aras de la transparencia para no pensar que esta es la forma a través de la cual el Poder Ejecutivo financia su aprobación ciudadana. De igual forma la ONP podría explicar como las encuestas le ayudan a cumplir más oportunamente con las pensiones de miles de jubilados que hacen largos procesos judiciales para cobrar reintegros ínfimos. Deben existir muchas razones de necesidad y oportunidad que justifican estos gastos. **El propio Poder Judicial.** ¿Será acaso que evalúa sus decisiones judiciales a la luz de las encuestas de opinión y no de su validez lógica intrínseca y de la validez material de sus razonamientos a la luz de las leyes, la Constitución y los instrumentos internacionales que nos vinculan? Sería necesario saberlo.

Sin embargo, las encuestadoras y los institutos de investigación que hacen sondeos de opinión no tendrían relevancia si no tuvieran cajas de resonancia mediática que adquieran sus resultados, los encargan previamente y por supuesto, los difunden. En tiempos electorales, medios y encuestadoras captan la mayor parte de los recursos de los partidos para las campañas. En tiempos sin elecciones la cosa no parece ser muy diferente, a juzgar por los gastos de publicidad estatal. Al respecto, **es muy relevante la tendencia creciente de este gasto en nuestro país.** En el 2013, se estimaron en **151** millones de soles. En el 2014 en **169** millones de soles 2014 y en el gobierno de PPK, entre agosto de 2016 y diciembre de 2017 (dos meses antes de que lo echen) se gastaron **571** millones de soles, según datos publicados en el Diario Expreso. El dato, luego de la inconstitucionalización de la Ley Mulder debe ser interesante y seguramente solo confirme esta tendencia.

¿Se puede afirmar entonces que no existe conexión entre gasto público, medios y encuestas? **Obviamente no.** Los datos muestran que hay líneas de conexión. Hay recursos públicos en los medios. Hay recursos de los medios en las encuestadoras y hay encuestadoras como proveedoras del Estado.

**¿Es esto malo per se?**

**No.**

Pero hay que saber por qué razón existen estas líneas de conexión y cuales son las razones de oportunidad, conveniencia y necesidad que justifican la publicidad estatal y las encuestas. **De lo contrario, sería válido opinar y pensar que este es un mecanismo indirecto de financiamiento de su aprobación ciudadana.**

El susto de los congresistas luego de la arremetida de los medios por la Ley Mulder los llevó a ignorar el mensaje del Tribunal Constitucional: Prohibir es inconstitucional. Regular no. La regulación bien podría poner topes y, sobre todo, exigir que haya razones de oportunidad, conveniencia y necesidad justificadas y válidas para que haya recursos públicos en los medios y a través de ellos en las encuestas. [Lampadia](#)