

BOLLETTIN

En consulta con el pueblo

Estimado compañero:

En consulta con el pueblo se edita con el objetivo de informar aspectos relevantes sobre nuestro trabajo.

Contiene artículos elaborados por especialistas de nuestro centro y de los Equipos Provinciales, ofreciéndoles de esta manera, la oportunidad de presentar sus trabajos en una publicación especializada en estudios sociopolíticos y de opinión.

Es nuestro interés recibir sus sugerencias para mejorar futuras ediciones y que esta publicación le sea útil al desarrollo de su acervo cultural y profesional.

Esperamos su colaboración.

**Centro de Información Científica
Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión
Adjunto al CC del PCC
Calle C N° 408 e/ 17 y 19
Vedado, Plaza de la Revolución
Ciudad de La Habana**

**Telfs : 32-5546, 32-6838
E-Mail: CICESPO@OPIN.CIPCC.INF.CU**

TABLA DE CONTENIDO:

	Página:
• La dimensión político-ideológica del perfeccionamiento empresarial	1
• La génesis de la demoscopia: memoria y crítica	17
• Sección de Información	33

La dimensión político - ideológica del perfeccionamiento empresarial: discurso y realidad

*Autoras: MSc. Isabel Cristina Candelé Porro.
Investigador Agregado del CIPS.
Lic. Irellys Sánchez Fernández.
Especialista del CESPO*

“El Perfeccionamiento Empresarial es para hacer más socialismo”

Raúl Castro Ruz

“El Perfeccionamiento Empresarial es la tarea más vasta, prolongada y compleja de cuantas ha enfrentado hasta ahora nuestra construcción del socialismo en el terreno económico y técnico organizativo

Esteban Lazo Hernández

os
conocer

Los elementos que expondremos en este artículo son el resultado del monitoreo realizado a varios equipos de investigación, pertenecientes al Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión (CESPO), durante 1998 y 1999, para la marcha del proceso de perfeccionamiento empresarial nacionalmente.

Se efectuaron estudios en distintas empresas de todo el país, que se encontraban emprendiendo los primeros pasos en el camino por la eficiencia, con el objetivo de entrar en contacto con las condiciones que favorecían u obstaculizaban la buena marcha del proceso. Incursionar en su teoría y práctica nos motivó la publicación de estas consideraciones acerca de su naturaleza ideopolítica y sobre cómo esta se expresa en la praxis.

Queremos demostrar que el perfeccionamiento empresarial es, también, un proceso de construcción ideológica desde la cotidianidad, que abre espacio a todos los trabajadores y trabajadoras para enriquecer la ideología y la práctica del socialismo, al concebir constructiva y críticamente la transformación de esta realidad. La confrontación del discurso con la experiencia observada durante la investigación pretende mostrar la distancia existente aún en diferentes grupos de empresas, entre los objetivos que se persiguen, los deseos, las aspiraciones respecto al sentido ideopolítico del proceso, y su asimilación por parte de los implicados en el mismo.

Se maneja el discurso como plataforma programática educativa, a la vez que reflejo de la realidad y a la realidad como fuente que hace vibrar al discurso con las contradicciones y potencialidades que nutren los escenarios donde los sujetos deben desplegar sus capacidades y competencias, para hacer con el logro de cada acción un proceso cada vez más socialista. Para avanzar, ambos deben ir de la mano, como condición necesaria a los que participan que, viéndose reflejados, podrán autoevaluarse y comprender en qué paso están del camino.

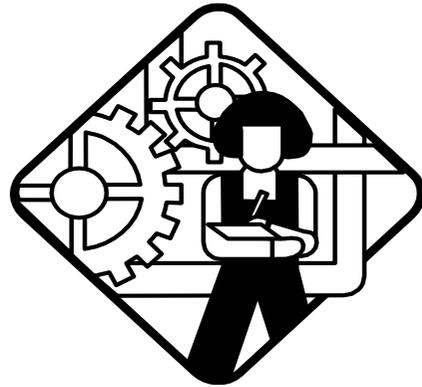
El perfeccionamiento empresarial en la actual coyuntura

La Resolución Económica del V Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC) plantea la necesidad de continuar el completamiento de las transformaciones que se vienen produciendo en el sistema empresarial desde inicios de la década del 90. Esta medida, que reajusta los mecanismos de eficiencia en el sector estatal, entre sus objetivos persigue dar respuesta a la satisfacción de las necesidades propias de la población cubana y a la demanda externa, ya que estamos ante la

necesidad de insertarnos en el mercado internacional, para obtener ingresos que ayuden a solventar la tensa situación financiera que sufrimos¹.

La presente coyuntura, caracterizada por una crisis económica mundial en ciernes, la persistencia del bloqueo yanqui que no adelanta todavía los rasgos de inflexión, y por la depresión interna aún no superada, nos ubica en la necesidad de hacer competitiva a la empresa estatal cubana, en medio de un entorno desfavorable, donde la diversificación de los mercados ha provocado una creciente afluencia de productos y servicios que compiten por su calidad y excelencia, donde son cada vez más desiguales el intercambio y las formas de acceso a las tecnologías y al financiamiento, debido, entre otras causas, a las regulaciones tributarias y financieras internacionales vigentes y nuestra limitada disponibilidad de recursos y liquidez en moneda libremente convertible para operar.

Esas son algunas de las razones en el plano externo que pueden persuadir para comprender el perfeccionamiento como un proceso único e independiente, sino el sustantivo de un movimiento económico que involucra a toda la economía y sus vínculos. Por otra parte, no se deben dejar de apreciar sus impactos en la esfera de las relaciones sociales, sobre todo en las relaciones laborales, así como en la vida ideológica y política de los colectivos, que se identifica como su fuerza principal.



La vinculación de los colectivos con los resultados de la empresa económica, conviene para precisar el aporte que cada trabajador y trabajadora realizan a la salida del período especial y a la construcción del socialismo en Cuba. Su contribución al presupuesto estatal, desde cada empresa, significa tener la posibilidad de participar con sus resultados en el desarrollo de la sociedad. Ese hecho establece la necesidad del protagonismo de los trabajadores en las transformaciones.

En este contexto el perfeccionamiento empresarial en un plano estratégico, no es otra cosa que la emergencia de una batalla ininterrumpida por la construcción del socialismo desde abajo, en condiciones que propician la reinserción del país al mercado internacional y la viabilidad de un modelo de desarrollo participativo, propio, asentado en la búsqueda de la equidad y la justicia social.

De ahí que para los cubanos y cubanas de hoy, el perfeccionamiento en un sentido amplio, es más que una transformación económica, un proceso **político-ideológico**, por las fuerzas sociales que involucra, los fines que persigue, su contenido intrínseco, los cursos de acción que presupone y las formas de repercusión que de forma imprescindible tendrá en el desarrollo del sistema social. Ello se evidencia en la necesidad de cambiar las tradicionales formas de pensar y hacer la realidad empresarial, dentro del espacio cuya peculiaridad es garantizar con la remuneración las condiciones para la reproducción de la vida de las personas material y espiritual. Para lograrlo es preciso activar la capacidad de gestión y acción de los colectivos laborales, y su participación en la toma de decisiones, como eslabón cardinal que condiciona el vínculo del trabajador y la trabajadora con los objetivos y resultados que se propone la empresa para cumplir su misión social.

El fundamento político-ideológico, guía de las acciones del proceso de perfeccionamiento, podemos encontrarlo en la teoría marxista-leninista y cubana de la construcción del socialismo, en los discursos del Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz, en las Intervenciones del general de ejército y segundo secretario del PCC, Raúl Castro Ruz, en las intervenciones y discursos de los dirigentes del Estado, el gobierno, el partido y la Central de Trabajadores de Cuba (CTC), en los documentos y resoluciones emanados del V Congreso del PCC y, en particular, en los objetivos principales del trabajo político-ideológico del partido.

¹ Ver Carlos Lage Dávila: "Hoy tenemos más preparación y más conocimientos". En *Granma, La Habana, 20 de octubre de 1998, p.3.*

Más recientemente y no por casualidad, el perfeccionamiento aparece como tema de análisis en todas las asambleas de balance del partido², en cada municipio y provincia, ya que en ese proceso le corresponde a este último, como fuerza dirigente de la sociedad, asegurar y conducir, junto con las demás organizaciones políticas, administrativas y de masas, la preparación político-ideológica de todos sus participantes. Sus nuevos métodos y estilos de dirección y trabajo³ deben facilitar la activación de todas las fuerzas que emanan de ellas, para poner la inteligencia, la capacidad y la razón, en función de crear las condiciones necesarias para producir con calidad.

No es ocioso recordar que en materia de ideología y política el antecedente directo del perfeccionamiento es el proceso de rectificación de errores y tendencias negativas en los años 80, que apuntó a la necesidad de atender a la capacidad del factor subjetivo en la construcción social. Pocas personas cuestionan ya que la Revolución Cubana ha desarrollado la cultura política y la actividad de las masas populares en las tareas constructivas a escala social, y desde este punto de vista, *el reto del perfeccionamiento* es mucho más concreto: radica en desarrollar una cultura del trabajo que cree una conciencia económica que permita al país un desarrollo integral.

Esa transformación descubre los no siempre visibles nexos entre la ideología, la política y la economía, y el papel de los colectivos laborales, con sus organizaciones representativas, como sujetos de cambio en las empresas, que posibilitarán articular desde la base la eficiencia del sistema y el significado de lo que se hace para enfrentar las dificultades por las que atravesamos.

Una mayor asistencia y puntualidad al trabajo, la estabilidad de la fuerza laboral, la disminución del costo de las producciones para sustituir importaciones, un mejor aprovechamiento de la jornada, el trabajo por la eficiente recuperación económica, la producción con mayor calidad y el mejor aprovechamiento de nuestras reservas, son hábitos que se deben crear en los trabajadores de hoy, que garantizarán el futuro del país.

El perfeccionamiento abre hoy oportunidades para que la ideología socialista se nutra y desarrolle con las ideas y prácticas de dirigentes y dirigidos que como un as de triunfo componen el colectivo laboral. Sin duda, se necesita crear una serie de condiciones para que esto se produzca; resulta obvio que la cuestión no es fácil ni depende sólo del refinamiento de los lazos con el entorno; sino también del cambio de los conceptos que guían las acciones y de la preparación política e ideológica que posean los integrantes de cada grupo, así como de lo que sean capaces de proponerse, planificar y organizar desde posiciones revolucionarias.

En los diferentes niveles que penetra este proceso alcanza a los ministerios, a las organizaciones políticas, de masas y profesionales, a las estructuras horizontales y verticales que se le relacionan y

² Ver periódicos Granma, de noviembre a diciembre de 1999. "Comentarios sobre las asambleas provinciales de balance del partido en cada provincia". Intervenciones de los secretarios provinciales, de Raúl Castro Ruz, Carlos Lage Dávila y Armando Pérez Betancourt.

³ Los métodos y estilos de dirección y trabajo del PCC, en la actual coyuntura, deben aunar voluntades sobre la base de la diversidad de opiniones, que conociendo la estrategia política de la Revolución, encuentren nuevas formas de participación, de preparar a los hombres y mujeres, para que puedan interpretar la realidad y disponerse conscientemente a su transformación.

a todos los eslabones del sistema empresarial estatal. Se percibe la necesidad de revisar las conexiones particulares con cada uno, al reestructurarse el contenido de los lazos tradicionales y los procedimientos para acceder al entorno empresarial.

Al mismo tiempo, se puede augurar que la revitalización de cada colectivo empresarial repercutirá en el entorno, no solo por un efecto sinérgico sino también como una condición vital para expandir la eficiencia que el sistema socialista necesita en el mesoentorno y macroentorno, con vista a disponer de los recursos que garanticen el mantenimiento de las conquistas sociales logradas en pos de hacer realidad la justicia social.

La intencionalidad del proceso a nivel macrosocial está definida por lo imprescindible que resulta desatar las fuerzas productivas en todo el país sin dogmatismos ni reduccionismos en el pensamiento y en las acciones, con la responsabilidad de ubicarnos en la coyuntura y el contexto que se vive para replantearse los actuales mecanismos de concebir, organizar y retribuir el trabajo, no simplemente como un hecho económico, sino también social, teniendo en cuenta los particulares vínculos que se establecen entre los diferentes grupos que participan con distintas responsabilidades, pero con idéntico encargo social: fortalecer las condiciones materiales y espirituales para el desarrollo socialista.

Este reto presupone una preparación político-ideológica de todos y cada uno de los trabajadores y trabajadoras que emprenderán las transformaciones en las diferentes empresas, porque una práctica tecnocrática, mecánica o mercantilista que ignore el potencial en las masas organizadas, compromete el futuro y, además, favorece las condiciones para la enajenación de aquel que se encuentra en la posición de productor de los bienes que la sociedad requiere para reproducirse.

Por eso, en este perfeccionamiento lo ideológico abre un espacio de confrontación de ideas que enriquecen el canal de comunicación entre la ideología y la psicología social e individual, para que los participantes tengan definidos los valores que defendemos y puedan distinguir, a la hora de evaluar las prácticas cotidianas, aquello que contribuye a crear valores y lo que por su contenido no aporte al éxito del perfeccionamiento propuesto o conspire contra este.

Al convertirse la ideología en un medio de movilización y socialización de los involucrados en esta experiencia, desde sus puestos de trabajo, se erige en una poderosa fuerza que impulsa el avance. Por ello es tan importante tener en cuenta que la trasmisión de ideas y principios para el hoy, debe realizarse con vista al mañana, a la vez que se pongan en práctica todas las acciones para dar fin al desorden, la indisciplina, el incumplimiento, la desorganización, el formalismo, el despilfarro, fenómenos todos que no sólo nos desvían del socialismo sino que prolongan el subdesarrollo.

En lo interno, el perfeccionamiento actúa con una concepción que pretende armonizar la centralización y la descentralización de la gestión de los eslabones primarios de producción y de servicios, así como la voluntad y decisión de combinar eficazmente los mecanismos económicos con los factores de tipo político-ideológico, que deben activarse de la capacidad transformadora que generan los colectivos de trabajadores. Hay una transferencia de responsabilidades a la base que articula, de modo diferente, al sujeto social.

Si bien en sus orígenes el perfeccionamiento se concibió como un proceso económico ante la urgencia de hacer eficientes la gestión y la dirección en la empresa estatal socialista, su maduración y desarrollo fueron apuntando a la concepción de acciones que combinaran políticas y métodos de trabajo revolucionarios variados, con el fin de lograr la activación del factor humano, toda vez que este con su capacidad e inteligencia es el artífice de las transformaciones.

En tal sentido, la propia dinámica del perfeccionamiento produce un proceso de interpelación ideológica al sujeto, con vista a crear las condiciones que propicien su real incorporación al proceso, no sólo en calidad de ejecutor o simple receptor de ideas, sino además, dotado de una disposición activa ante los cambios para generar iniciativas y una actitud consecuente en el diario cumplimiento del deber laboral.

A nivel micro y desde una perspectiva organizacional, el perfeccionamiento constituye un repensar y una readecuación de las capacidades de la empresa y del actuar de los colectivos laborales que la hacen funcionar. Requiere frescura e iniciativa en las formas de organizar el trabajo, la producción, los servicios, la comercialización, la utilización de los recursos y hasta las formas de entender y utilizar las innovaciones tecnológicas de avanzada.

El enlace de los subsistemas contenidos en las bases generales⁴, sus exigencias internas respecto al papel activo que deben desempeñar todos los trabajadores, su lógica de implicación, es decir: la inclusión del colectivo laboral en la identificación y el análisis de los problemas, en la búsqueda de sus soluciones, en la planificación, la organización, el control y la ejecución del cambio organizacional, así como la transformación de la cultura del trabajo que presupone el cambio de ideas y comportamientos que se necesitan para avanzar, requieren también nuevas configuraciones y representaciones sociales en todos y cada uno de los actores relacionados con la dinámica empresarial.

El diálogo que se presenta entre los trabajadores, directivos y organizaciones de las entidades de base, para que sea efectivo, sólo puede encauzarse desde la comprensión por todos del contexto en que se desarrolla el proceso, del reto que significa no solo para el colectivo, la empresa y el país, sino también para cada trabajador y trabajadora.

En la interacción que se produce del enjuiciamiento crítico de lo que se hace y de lo que se debe hacer o no, el colectivo laboral es portador de ideas, normas y representaciones sobre la situación en la empresa y su relación con el entorno. Corresponde a los designados para organizar el proceso y elaborar la documentación, crear espacios de debate constructivo y franco.

Es allí, donde el ambiente directo y de sinceridad en la comunicación va a permitir la trasmisión y explicación de las ideas, los valores y principios que tiene esta transformación integral. Al mismo tiempo, los planteamientos de las discrepancias que presentan los trabajadores y trabajadoras entre el estado actual y el estado deseado propiciarán la identificación de las contradicciones presentes y sus causas, para poder proyectar las estrategias de solución según los objetivos propuestos, y se derivarán las metas, así como las tareas que correspondan.

En el debate colectivo no puede dejar de precisarse la tarea de cada cual en la empresa y su relación con las metas colectivas, en función de lograr el cumplimiento de la misión de la misma. Desde el punto de vista ideológico dicha misión es la que guía las acciones; por tanto aglutinar a las masas en torno a ella es hacerlas conscientes de la necesidad de llegar a los objetivos propuestos.

A los fines de avanzar es importante, además, que cada colectivo sigalos resultados y movimientos económicos de su empresa. No quiere decir que todos los grupos reciban la misma cantidad de información al respecto, porque para trabajar no necesitan lo mismo. Lo que hace falta es desarrollar conceptos imprescindibles en la formación y florecimiento de una conciencia económica reguladora de sus actos y valoraciones de la realidad presente y futura de su empresa, de la cual debe ser parte y protagonista activo.

Es erróneo pensar que unas cuantas reuniones van a resultar el medio para descubrir la solución a los problemas presentes; no obstante, el contacto entre los trabajadores, la reflexión colectiva, la tormenta de ideas y puntos de vistas a veces encontrados, permiten al grupo comprender mejor su situación y tomar conciencia de su existencia, de sus relaciones, de los nexos que subyacen entre los problemas y de las aristas que pueda tener un mismo asunto. Resultados de investigaciones

⁴ “Aprueba el Consejo de Estado bases generales del perfeccionamiento empresarial”. En *Granma*, 22 de agosto de 1998, y Documento editado por el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros de las “Bases generales del perfeccionamiento empresarial”, agosto de 1998.

sociales realizadas sobre soluciones de problemas apuntan que reiteradamente representaciones defectuosas de un problema generan propuestas defectuosas de soluciones⁵.

En resumen, cuando escribimos que el perfeccionamiento no es simplemente un hecho económico o productivo, sino, ante todo, una transformación ideológica y política, nos referimos a que constituye un proceso de interacción: comunicación—acción, donde el contraste de las nuevas ideas y conceptos con los que existen abona el camino de los cambios de actitudes y comportamientos, que todavía no se comprometen, en la medida necesaria, con los principios socialistas de construcción de la nueva sociedad, a la que le es imprescindible, para su desarrollo, una colectividad capaz de distribuirse las responsabilidades de modo equitativo.

Ideas derivadas del discurso

Cuando hablamos de discurso, nos referimos a una serie de palabras que expresan un pensamiento reflexivo, un razonamiento, un conjunto de ideas, valores, códigos y principios, que en este caso, están contenidos en la ideología de la Revolución Cubana, pero que necesitan una adecuación al conjunto de tareas que cada día llevan a cabo los cubanos y cubanas de hoy, en cada situación concreta.

En el análisis de la producción discursiva referida al proceso, en los diferentes niveles de dirección, hay algunas ideas claves para comprender la dimensión ideológica del perfeccionamiento que es preciso retomar si queremos captar la magnitud de los cambios que se esperan de él. Todas están estrechamente vinculadas al factor humano en su relación con el proceso, ya que no hay perfeccionamiento si no ocurre lo mismo con las personas y las relaciones que las incluyen. Entre ellas tenemos:

“Se entiende que el Perfeccionamiento Empresarial es incompatible con el partido administrando, así como el papel de la organización en el proceso: por una parte, hacer comprender a los trabajadores el significado y propósitos del nuevo sistema de gestión y dirección empresarial, promoviendo en ellos una actitud consecuyente y, por otra, mantener el estricto control sobre su implementación”⁶.

La necesidad de crear las condiciones para situar al trabajador con su colectivo en la posición de protagonista de las transformaciones, lo que equivale a decir que los trabajadores se conviertan en sujetos organizados que, por medio de las administraciones, sus organizaciones representativas y políticas, sean los que examinen de modo reflexivo, crítico, colectivo, sus condiciones de trabajo, los planes, las formas de retribución salarial, de estimulación, de sanción, las estructuras existentes y su funcionalidad, los procedimientos de medición de la eficiencia, la capacitación, la calidad de lo que hacen, las estrategias de gestión y desarrollo, la ética del grupo ante la responsabilidad determinada dentro del proceso de trabajo. De este modo, el trabajador conoce, participa y se asegura su implicación en un curso de acción colectivo y planificado, donde se forja conciencia de los resultados a alcanzar, sus costos, sus beneficios, sus ventajas para el individuo, el colectivo, el territorio, la provincia, el país, en dependencia de la ubicación de la empresa en la organización social del trabajo.

La situación del colectivo en el papel no de ejecutores sino de portadores de iniciativas, indirectamente contribuye a que los individuos que lo componen desarrollen motivaciones directamente relacionadas con el proceso de trabajo, que les garantiza, de este modo, no sólo los medios materiales para la satisfacción de sus necesidades, sino también le brinda al sujeto la

⁵ Ver Arnaldo J. Pérez García: “¿Cómo los docentes se representan el problema de las deficiencias lectoras de sus alumnos?. Un estudio comparativo y exploratorio”. Tesis de maestría, diciembre de 1999. En fondos bibliográficos del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS).

⁶ Ver Raúl Castro Ruz: *Asamblea Provincial del PCC*, Ciudad de La Habana, 21 de noviembre de 1999. Editora Política, La Habana, 1999.

oportunidad de sentirse útil y de probarse a sí mismo, ya que puede generar ideas e iniciativas, de conjunto con sus compañeros de trabajo, que lo compensan con el reconocimiento.

La idea del traje a la medida posibilita dar riendas sueltas a la creatividad colectiva, el despliegue de las capacidades de todos y cada uno en el desempeño, y la oportunidad para aprovechar las diferencias de las capacidades individuales, en el bien común.

La documentación del perfeccionamiento también deja sentir que este es un proceso constante, de mejora continua, que termina nunca porque se incorpora como un hábito en quehacer cotidiano; por tanto enriquece la visión que posee del proceso de trabajo y gestión, y dejan de ser una actividad repetitiva y monótona que exige autosuperación, innovación y competencia para hacer lo que sea necesario.



Esta forma colectiva y cooperada de implicarse al mismo tiempo que crea una cultura del trabajo, una conciencia económica y laboral, desarrolla valores humanos, que enriquecen a cada trabajador.

El perfeccionamiento es la manera de delimitar la responsabilidad de cada cual en la obra de la Revolución y en el proyecto social, porque sin esa información no se sabe lo importante que es para cada cubano lograr la eficiencia socialista.

Con la correcta aplicación del principio de distribución socialista: “de cada cual según su capacidad a cada cual según su trabajo”, se garantiza que la retribución se realice según lo aportado; por tanto, el colectivo tiene la facultad de distribuir la parte del beneficio creado por la empresa en su gestión económica, después de entregar al Estado una contribución y de aportar a las reservas de esta. De tal modo, podrá formarse en los trabajadores y las trabajadoras el sentimiento de dueños y dueñas de los medios de producción, imprescindible para crear el compromiso con lo que se hace y la base de relaciones colectivas y solidarias.

La justicia del proceso se percibe en su esencia humana, cuando trata de desaparecer los factores que llevan a la enajenación y crear las posibilidades para el desarrollo pleno de los trabajadores.

Su conveniencia está presente porque el trabajador gana material y espiritualmente, gana el colectivo al fortalecerse las relaciones sociales de trabajo, gana la empresa pues cumple su misión, gana el país ya que puede desarrollar la economía y simultáneamente realizar un proyecto profundamente humano y solidario.

En materia de dirección empresarial y los dirigentes son también trabajadores especializados en esa actividad, es la oportunidad de promover métodos y estilos revolucionarios, democráticos, de brindar igualdad de posibilidades a todos para participar y dirigir el desarrollo social, en un espacio concreto, de probar la validez del antiguo proverbio: “en la unión está la fuerza”.

El éxito del perfeccionamiento en el plano ideológico está en la capacidad que desarrollen todos los sujetos implicados en el accionar cotidiano, para incorporar a cada trabajador de manera personalizada, teniendo en cuenta sus necesidades e intereses concretos, sus opiniones e ideas, así como en la fuerza que tengamos para demostrar al colectivo las consecuencias que traen consigo las actitudes pasivas, contemplativas y tolerantes. Por eso, el discurso subraya la necesidad de llevar a cabo el trabajo ideopolítico hombre a hombre. Las razones son múltiples, pero si no conocemos cómo piensa el trabajador, no podemos calcular el potencial con que contamos para

transformar la empresa, y si no se forma y organiza la conciencia colectiva, no habrá fuerza real para efectuar los cambios.

El trabajo ideológico en estos tiempos debe ser diferenciado, porque los cumplidores deben distinguirse de los incumplidores, para que quede clara la imagen del ejemplo que se debe seguir. De esa forma se educa y ayuda a aquellos que no han podido desplegar sus capacidades con la fuerza necesaria.

El empeño por hacer más socialistas las relaciones de producción nos convoca a que se construyan espacios de participación que permitan a los grupos explotar las posibilidades del trabajo colectivo.

Para el perfeccionamiento, sus principios y contenido deben asimilarse a nivel individual y enriquecerse a partir de los aportes de todos. Sin embargo, aún quedan trabajadores, por suerte no la mayoría, que no comprenden el significado del proceso a largo plazo, a pesar de que el discurso político ha devenido programa educativo que llama a la participación de cada trabajador.

Hay muchos factores que influyen en esa situación, a los cuales nos referimos a continuación:

Del discurso a la realidad

El equipo de investigación del cual formamos parte, apreció, en la mayoría de las empresas visitadas, que se ha realizado un amplio trabajo de divulgación con el objetivo de informar la decisión de iniciar el proceso preparatorio para entrar en perfeccionamiento.

Al mismo tiempo, se ha transmitido un gran cúmulo de información sobre lo que debe ser, aunque no siempre se han tomado en consideración las características de los receptores, sus necesidades, sus dudas, para originar un diálogo establecedor de lazos de confianza y espíritu colectivo, que motive realmente a los trabajadores a aportar sus ideas y a sentirse útiles. Este aspecto tiene un gran peso en el desarrollo posterior, ya que crea las premisas objetivas para abrir un proceso de comunicación-acción, donde las resultantes sean la interiorización y enriquecimiento de la ideología socialista que sustenta el perfeccionamiento.

Se torna difícil comprender el futuro desarrollo del proceso, si no existe en los trabajadores de las empresas un conocimiento real de su realidad, de lo que pretende lograr el perfeccionamiento, sus objetivos, pasos, exigencias, bases y principios, como un punto de partida dentro de la preparación política e ideológica de los individuos. De la misma forma, se ha comprobado, también, que si bien el conocimiento y reconocimiento de lo que hay que transformar es indispensable para que las cosas funcionen, no es el único factor que determina la marcha del proceso.

Estar preparados política e ideológicamente para implicarse en el perfeccionamiento, significa tener conocimiento de sus causas, su contexto, importancia y significado para el trabajador, la empresa, la economía, el proyecto social socialista, la humanidad, así como actuar conforme a los valores que la ideología socialista contiene. Es pensar antes de actuar, si con el trabajo que se va a llevar a cabo se gana o se pierde para producir la eficiencia que se quiere lograr.

En ocasiones, hay conocimiento de los problemas, pero falta un plan de acciones concretas para resolverlos, teniendo en cuenta los recursos disponibles y la iniciativa colectiva. Hay algunos lugares donde se está esperando que llegue el perfeccionamiento para que aparezcan los recursos que resolverán los problemas. Esas ideas nada tienen que ver con los objetivos del proceso y resultan portadoras de un gran potencial desmovilizador, ya que no logra activar las potencialidades al alcance de las manos, para buscar soluciones a las necesidades.

Provoca mucho daño la imagen distorsionada del perfeccionamiento, a veces presente, acerca de que es una mejora de las condiciones de trabajo, de salario y de estimulación al hombre. Esto es parte integrante del proceso, pero no lo único ni lo que permite explicar su contenido integral. Limitar las transformaciones a esa idea equivale a creer que los trabajadores tienen sólo intereses y motivaciones económicos o a reproducir el lógico resultado del paradigma paternalista: “tengo lo que me den, o me puedan dar y no lo que me gané”; al mismo tiempo, no tomar en consideración el factor económico implica idealizar al trabajador y su condición humana.

Encontramos colectivos de trabajo en situaciones de fuerte escasez de recursos para trabajar y que se crecen cada día con el orgullo de ser útiles y responder a las tareas que se les ha encomendado, y, sin embargo, no hay en ellos una mentalidad de perfeccionamiento, porque despliegan su resistencia, pero, con la misma intensidad, no desarrollan su capacidad para buscar mejores soluciones a las dificultades que aportan.

Conductas poco reflexivas, conformistas, así como mentalidades pasivas que están en espera de orientaciones para actuar, nada tienen que ver con el espíritu activo y transformador que pretende lograr el perfeccionamiento. Esas posturas reveladoras de la creencia en algo que vendrá o llegará de arriba, desvinculan al sujeto de los cambios, pues no los sitúan en la posición de agentes de estos, sino en la de observador pasivo ante ellos. Esta es una manifestación que queremos desterrar de una cultura del trabajo en decadencia, que concibe al trabajador como un instrumento más dentro del proceso y no como el actor principal del cual depende el éxito de la empresa.

Se pudo apreciar que el ambiente respecto al conocimiento es favorable o desfavorable de acuerdo con las formas y estilos de conducir el proceso que sigan las administraciones, así como las organizaciones políticas y de masas en la empresa.

Los factores que están influyendo en la comprensión del significado del proceso a largo plazo, se relacionan con las formas de conducir el presente. Las administraciones de conjunto con las demás organizaciones empresariales, son las responsables de acercar a los productores a la toma de decisiones y esclarecer sin paternalismos lo que a cada cual corresponde y, con ello, la calidad de la retribución.

Es hora de que el productor conozca y se interese por el reconocimiento y diagnóstico de los problemas con conocimiento de causa, se haga parte de la búsqueda de las soluciones adecuadas a la situación concreta, y una vez que se decida a actuar; dentro de las soluciones disponibles, que todos participen en el control de los efectos y resultados de las acciones, por si acaso es necesario rectificar y realizar de otra manera las cosas.

Obstáculos: ¿reales o ficticios?

Son interesantes las representaciones de los trabajadores de lo que hoy constituyen obstáculos para que el perfeccionamiento marche adelante. Una jerarquización de ellos, en tres planos de referencia de la actividad de estos, arroja el resultado siguiente:

En el plano personal

Se observan dos configuraciones opináticas; la primera, que considera como obstáculos los métodos y estilos de dirección, la resistencia al cambio y la insuficiente preparación del personal. Todos esos elementos están directamente vinculados a la actividad político-ideológica.

Un segundo grupo alega elementos de escepticismo, expresados en la desinformación, la incertidumbre y en lo que puedan influir las relaciones humanas en este proceso.

En el plano de la esfera de actividad del colectivo laboral

La mayor cantidad de obstáculos se identifica en este espacio. Se asume que las condiciones materiales y de trabajo existentes, así como la falta de materias primas y recursos para producir, son el principal obstáculo que tiene que enfrentar para perfeccionarse.

En las entrevistas realizadas durante las investigaciones, se puso al descubierto que el mayor valor, en estas empresas en el plano ideopolítico, es la disposición manifiesta y latente de sus trabajadores a “hacer lo que sea necesario”, aun en los lugares donde por lo general, el trabajo con los factores se encuentra desvinculado de las masas y no hay el suficiente empuje para arrastrar a los trabajadores, por parte de los dirigentes. La mayoría de los trabajadores de estas empresas manifiesta que “aunque no existan condiciones se trabaja por conciencia”.

En otras palabras, el mayor obstáculo lo perciben fuera de la capacidad del colectivo, no dependiente de él. Ese criterio augura un buen desarrollo del proceso, siempre y cuando no signifique falta de espíritu crítico, una consigna más o una manifestación de triunfalismo por parte de los interpelados que, lejos de beneficiar su desenvolvimiento, obstruiría su cauce. Se convierte en un reto para los trabajadores y trabajadoras demostrar su capacidad de acción para obtener el éxito esperado.

En el plano empresarial

Los obstáculos se asocian a una cuestión que aunque no deja de ser personal, se ve en un plano general: la estimulación. Conjuntamente, se incluyen el atraso tecnológico y las actuales estructuras en funcionamiento, cuestiones estas objeto de análisis en el camino del perfeccionamiento.

Las debilidades descubiertas en la actividad político-ideológica que representan posibles barreras u obstáculos para que la ideología sobre cuya base descansa el perfeccionamiento funcione como medio motivador y socializador, son:

No existe la adecuada articulación del trabajo político-ideológico a la realidad de la empresa en perfeccionamiento.

Falta integración orgánica entre las organizaciones de la empresa, para asumir la preparación político-ideológica de su personal.

Los planes de acción todavía no focalizan y esclarecen los conceptos más importantes en cada empresa, desde el punto de vista político-ideológico.

Se evidencia, en algunos casos, el divorcio entre la palabra y la acción.

No está presente la objetividad a la hora de evaluar los resultados del trabajo político-ideológico, asociado a la creencia de que muchas actividades resuelven el problema, y no se produce una reflexión en torno a la eficiencia de esa labor.

Hay poco desarrollo de una cultura de análisis colectivo o del debate y la designación de responsables para resolver las dificultades. De este modo, no se logra romper con la cultura de la espera que tanto daño hace a la eficiencia empresarial.

Falta argumentación ideológica en la base respecto a las diferencias entre el capitalismo y el socialismo en procesos como éste.

Inadecuada identificación y articulación de la capacitación técnica del trabajador con la preparación político-ideológica.

Falta preparación de dirigentes, a nivel de base, para diagnosticar adecuadamente, lo que puede ser en su empresa un problema político-ideológico a enfrentar.

Insuficiente sistematicidad en la labor ideológica por áreas.

Cuando se pregunta sobre la participación en el proceso, "dar criterios" es la respuesta más mencionada, con un menor reconocimiento a las acciones cotidianas que denotan la asimilación de las ideas del perfeccionamiento.

El trabajo político-ideológico no se diseña en el colectivo laboral sobre la base de la definición de lo constituye para la empresa, el colectivo y el individuo, un problema con importancia ideológica negativa que pueda devenir problema político.

La práctica demuestra que cuando se llega al individuo con la palabra y los hechos de manera asequible, que le permita comprender lo que se quiere cambiar, el trabajo hombre a hombre brinda frutos.

Nuestro criterio: los obstáculos son reales si no se descubren y enfrentan. Creemos que no hay mejor solución a un problema que pensar en él como oportunidad para probarse a sí mismo, el que le da la cara es el que los considera ficticios. Este proceso es de aprendizaje, porque aquellos que se empeñan en buscar soluciones, tienen que crecerse y ello engendra una confrontación con sus compañeros, la realidad, el entorno, la organización actual y futura.

Hay empresas y empresas

Con el objetivo de evaluar la preparación político-ideológica inicial de los trabajadores, en las empresas visitadas, se elaboraron algunos indicadores a tener en cuenta que caracterizaran no solo el resultado del proceso preparatorio, sino también las acciones desarrolladas para llegar a él y los comportamientos de los actores presentes. A continuación nos referiremos a los resultados obtenidos según la tipología creada.

Las empresas con resultados más avanzados en la preparación ideopolítica de su personal cuentan con las características siguientes:

Sus trabajadores demuestran capacidad reflexiva y comprensión del proceso y su trascendencia, sus fortalezas y debilidades, sus avances y retrocesos, sus ventajas y limitaciones.

Existe una vinculación funcional entre los factores y la comisión de perfeccionamiento que crea las vías de comunicación necesarias para que se produzca un clima político-ideológico favorable al proceso.

Hay conocimiento de los problemas y de las percepciones de los integrantes de la empresa por la comisión creada para facilitar el perfeccionamiento. Ésta incorpora a su trabajo de diagnóstico las opiniones que vierten los grupos de trabajadores con transparencia y un espíritu crítico constructivo. El colectivo de trabajo genera un ambiente propicio de búsqueda de soluciones a los problemas que no requieren una aprobación central.

La información fluye sistemáticamente y se planean estrategias laborales definidas que permiten una retroalimentación estable de los resultados del trabajo, utilizando técnicas participativas como instrumentos de trabajo en grupo.

Se observan una disposición favorable a colaborar en lo que sea necesario, flexibilización de roles, y multiplicidad de desempeños, que propician la responsabilidad colectiva ante las misiones.

Es apreciable la profundidad en la información que manejan del proceso diferentes subgrupos.

Empresas con características tales permiten demostrar el poderoso vínculo del trabajo ideopolítico con el éxito del proceso económico, ya que la combinación de todos estos elementos se convierte en un ambiente propicio para generar expectativas favorables, comportamientos de identificación, sentimientos de pertenencia, orgullo y compromiso con la Revolución, que defienden los trabajadores desde su aporte en la empresa.

Las empresas con algunos resultados, que todavía no alcanza la mayoría, poseen las características siguientes:

- No presentan una adecuada preparación político-ideológica sus trabajadores y cuadros intermedios para emprender el proceso, aunque las comisiones tienen un adecuado nivel de preparación y han acometido múltiples iniciativas para divulgar y preparar a los integrantes de estas.
- Los problemas de métodos y estilos autoritarios de dirección influyen en el desenvolvimiento desfavorable del proceso, por cuanto constituyen barreras en la transmisión de la información y análisis de las situaciones.
- Aunque la mayoría tiene disposición para brindar apoyo, existe falta de cohesión entre los factores y un mejor trabajo de éstos con los trabajadores.
- Existen dificultades con el contenido de la información que se trasmite, en ocasiones es muy densa y no se adecua a las características de los receptores.

No presentan resultados favorables las empresas donde se combinan los elementos siguientes:

- La mayoría de los trabajadores no comprende el significado del perfeccionamiento, ni su papel dentro de él.
- Hay escepticismo, temor, incertidumbre, muchas dudas.
- Los estados de ánimo no propician un clima de satisfacción con el proceso de perfeccionamiento.
- Es deficiente el trabajo de divulgación debido a que no se han tenido en cuenta las características de los receptores, sus necesidades, su nivel de escolaridad, sus dudas, las características de sus puestos de trabajo, etc., para desarrollar un diálogo que cree lazos de confianza y espíritu colectivo que motiven realmente a los trabajadores a aportar sus ideas y sentirse útiles.
- No hay armonía entre los factores de la empresa para preparar a los trabajadores que cuestionan, con razón, el trabajo deficiente de estas organizaciones.

En esas empresas la cultura del trabajo aún no fluye como parte consustancial de la cultura política que deben poseer los trabajadores y trabajadoras en un sistema social como el nuestro. Los medios de que disponemos para formar conciencia no están lo suficientemente preparados, por eso los resultados no se perciben.

Consideraciones finales

La realidad del proceso es aún joven, no se despliegan con igual ritmo el discurso y ella, realidad, no es fácil tampoco hablar y concebir con la misma intensidad que actuar, para esto último se necesita tener **conciencia** y haber interiorizado la filosofía del perfeccionamiento. Hace falta tiempo para que

la ley de empresas se traduzca en oportunidad para que las mismas y los colectivos laborales demuestren su aporte a la sociedad, en la medida en que obtengan resultados.

Las empresas estudiadas que van en la avanzada son el ejemplo de una adecuada cultura para la labor político-ideológica, que tiene como elemento central la cultura del trabajo con vista a elevar el bienestar de la sociedad y de cada individuo, en particular.

Las que presentan resultados desfavorables son las que no han dejado claro en los trabajadores y trabajadoras –por las deficiencias del trabajo político-ideológico– los nexos entre los intereses y la conducta individual y/o colectiva y los intereses sociales generales asociados al futuro del país, como la salida definitiva del período especial y el logro de nuestra independencia económica.

Comprender el perfeccionamiento en su dimensión político-ideológica significa:

Estar de acuerdo con que la construcción del socialismo no es sólo un proceso económico sino también un hecho ideológico y una opción política, en particular para el caso cubano, donde el ideal de socialismo y el proyecto social se encuentran enlazados a la independencia nacional y a la soberanía, que se fraguaron durante la gesta emancipadora.

Aprovechar la oportunidad que brinda el perfeccionamiento para que cada empresa diseñe su traje a la medida, a partir de los intereses, las motivaciones, las capacidades concretas de sus colectivos laborales y participe en la dirección de la gestión, el control, la ejecución, la evaluación, la retribución, la estimulación.

Apreciar la fortaleza de una sociedad que construye un sistema desde abajo, abriendo las oportunidades a la creatividad y a la laboriosidad cotidiana de todos los que contribuyen a su desarrollo.

Tributar al futuro de la humanidad demostrando la viabilidad del modelo de desarrollo económico socialista como alternativa al capitalismo y, en particular, al neoliberalismo.

Prepararse para insertarnos en un mundo donde la competencia desplaza a aquel que no está capacitado para enfrentar los retos del desarrollo científico-técnico y los subdesarrollados tienen las de perder por la injusta configuración de las relaciones económicas y de poder.

Bibliografía

Alarcón Ricardo: Discurso pronunciado en audiencia pública, 18 de octubre de 1999.

Alhama Rafael: Concepción organizativa para la activación de un sistema integral de gestión de los recursos humanos, Editado por el Instituto de Investigaciones del Trabajo-Ministerio del Trabajo y la Seguridad Social, Ciudad de La Habana, 1995.

Castro Ruz, Raúl: "Asamblea Provincial del PCC, Ciudad de La Habana, 21 de noviembre de 1999". Editora Política, La Habana, 1999.

Colectivo de autores de la Escuela Superior del Partido "Ñico López" bajo la dirección de Carlos García Valdés y Gerardo Gómez Moreno. *Economía Cubana: del trauma a la recuperación*, Editorial Pueblo y Educación, momentos para el estudio y la reflexión, 1998.

Comisión Económica para la América Latina y el Caribe: *La economía cubana. Reformas estructurales y desempeño en los 90*, ed.1, Fondo de Cultura Económica, México DF. 1997.

Díaz Carbó, David: La participación popular en cuatro experiencias de los órganos.

Dirección por objetivos y dirección estratégica. La experiencia cubana. Compendio de artículos del Centro Coordinador de Estudios de Dirección del Ministerio de Educación Superior, CCED, septiembre de 1998.

Domínguez Acosta, Lina y Juan Carlos Campos Carrera: "El perfeccionamiento de la gestión estatal en Cuba". En *Revista Cubana de Ciencias Sociales*, # 28, 1992.

Editorial de Granma: "Perfeccionar los métodos y estilo revolucionarios de trabajo". En *Granma*, 1^{ro} de octubre de 1998.

Editorial de Trabajadores: "El perfeccionamiento: mucho más que una readecuación gerencial". En *Trabajadores*, 31 de mayo de 1999.

García Carlos M: Curso de Preparación Política. Economía Cubana: recuperación y cambios, Escuela Superior del Partido "Ñico López"., Editado por el Centro de Preparación Gerencial, Ministerio de Transporte (MITRANS), 1998.

Guevara Che, Ernesto: *El socialismo y el hombre en Cuba*, Editora Política, La Habana, 1988.

Hall H., Richard: Organizaciones: estructura y proceso, ed. 3, Ed. Prentice-Hall Hispano-Americana, S.A. de C. V, Méjico, 1983.

"Informe final sobre el perfeccionamiento empresarial en la Empresa Militar Industrial Comandante Ernesto Che Guevara, Ministerio de las Fuerzas Armadas(MINFAR), La Habana, 1989.

Lage Dávila, Carlos: *Boletín informativo de la economía cubana*, Editado por el Centro de Investigaciones de la Economía Mundial (CIEM), #32, octubre-noviembre-diciembre.

_____ : Discurso pronunciado en audiencia pública, el 18 de octubre de 1999.

Lee Susana: "Aprueba el Consejo de Estado bases generales del perfeccionamiento empresarial". En *Granma*, 22 de agosto de 1998.

Límia David, Miguel: "Modo de participación y reestructuración en Cuba", informe de investigación, Instituto de Filosofía, La Habana, 1995.

_____ : Participación popular en la sociedad cubana. Tendencias de su desarrollo ulterior, Instituto de Filosofía, La Habana, 1994.

Mayntz Renate: *Sociología de la organización*. Alianza, Ed. Madrid, Ediciones Castilla, S A, 1967.

Mintzberg Henry: *La estructuración de las organizaciones*, Editorial Ariel, SA, Barcelona, 1988.

_____ : *Diseño de organizaciones eficientes*. El Ateneo, Argentina, 1989.

_____ : *El poder en la organización*, Editorial Ariel SA, Barcelona, 1992.

Morgan, Gareth: *Imágenes de organización*, Ed. SAGE Publications, California, 1986 (Fotocopias).

Partido Comunista de Cuba (PCC) Objetivos principales del trabajo político ideológico para el año 1998.

Partido Comunista de Cuba (PCC) "Resolución Económica del V Congreso del Partido Comunista de Cuba".
En: *Granma*, suplemento, 7 de noviembre de 1997.

Pérez Betancourt, Armando: *Cacería de errores*, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1990.

_____ : Discurso pronunciado en audiencia pública, el 18 de octubre de 1999.

Perrow, Charles N: *Sociología de las organizaciones*, McGraw Hill, Madrid, 3ª edición 1991.

Peter M., Senge: *La quinta disciplina en la práctica: cómo construir una organización inteligente*, Editorial Barcelona, Granica, 1995.

Regueiro J. C., Pérez B. A. González B. S., Cazañas J. R., Lazo R: *A problemas viejos soluciones nuevas, El perfeccionamiento empresarial en el MINFAR*, Editora Política, La Habana, 1990.

Rey Veitía, Lourdes: "Contrato por la eficiencia". En *Trabajadores*, 27 de septiembre de 1999.

Rodríguez Derivet, Arleen: "Las medidas del traje". En *Juventud Rebelde*, 20 de septiembre de 1998.

Sanz, Francisco: "¿Por qué y para qué?". En *Ahora*, 28 de agosto de 1999.

LA GÉNESIS DE LA DEMOSCOPIA: MEMORIA Y CRÍTICA¹

*Lic. Zuleica Romay Guerra
Especialista del CESPO*

La importancia de conocer e influir sobre la opinión de la gente en función de objetivos políticos, fue reconocida desde la Antigüedad. La habilidad de Pericles para informarse acerca de los criterios de sus conciudadanos y su oratoria persuasiva y brillante, contribuyeron a forjar una fuerte comunidad política y cultural en la Atenas del siglo V a.n.e. Casi 100 años después Filipo II, rey de Macedonia, reclutó líderes de opinión entre la aristocracia griega y desarrolló una propaganda orientada a dividir a la opinión pública en vísperas de su campaña militar contra ese país.

En la era moderna, los antecedentes del vínculo entre los estudios de opinión y el ejercicio de la política se remontan al período de crisis del régimen feudal, caracterizado por el resquebrajamiento del control ideológico, ético y político de la Iglesia, que constituía a su vez el basamento del poder del rey.

Importantes politólogos como Maquiavelo y Rousseau,⁷ legaron a la posteridad textos donde se analiza la conveniencia de tener en cuenta la opinión popular para un ejercicio más efectivo del gobierno. En épocas posteriores, estadistas como el cardenal Richeliú y Napoleón Bonaparte prestaron atención a este asunto, interesados en socializar los intereses de las clases dominantes a través de medios influyentes en la opinión del público, como la propaganda y la prensa.

Una vez conquistado el poder, la burguesía fue incorporando al sistema político mecanismos que daban vida a la idea de un gobierno basado en la consulta popular. Surgieron así los parlamentos, los códigos electorales, el referéndum, el periodismo de opinión y –ya en el siglo XX– las organizaciones encuestadoras o institutos de opinión pública.

Hacia 1840, etapa decisiva en el desarrollo del capitalismo industrial y en el surgimiento de una nueva clase social –el proletariado–, los ideólogos de las naciones eurooccidentales, principalmente de Alemania y Gran Bretaña, se percataron de la necesidad de realizar acciones de planeación social, en interés de consolidar el sistema de relaciones existente.

El control oficinesco de acontecimientos cotidianos –nacimientos, muertes, matrimonios, crímenes, etc.– fue generando una especie de “contabilidad social” a la que se incorporaron otros datos, producto de la indagación entre la gente. Diversos estudios sobre el modo de vida de las clases dominadas se llevaron a cabo, constituyeron las primeras encuestas sociales* que otorgaban relevancia a la recogida de opiniones.

Mildred B. Parten⁸ reconoce a Charles Booth (1840-1916) como el precursor de los estudios de opinión, cuyo informe de investigación *Vida y trabajo de la gente de Londres*, plasmado en 17 volúmenes, resume una acuciosa indagación sobre las características socioeconómicas de la población londinense, llevada a cabo entre 1886 y 1889. Para realizarla, Booth empleó rudimentos

⁷Pueden verse Niccolo Maquiavelo: *El príncipe*. Editorial Iberia S.A., Barcelona, 1958 y Jean Jacques Rousseau: "El contrato social". *Obras Escogidas*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1973

*Empleamos el término encuesta en sentido literal, es decir, como indagación, búsqueda, averiguación. Tal será su significado a lo largo de este trabajo.

⁸ Mildred B. Parten: *Encuestas sociales y de mercado*. Editorial Hispano Europea, Barcelona, 1958, p.7.

de los que, décadas más tarde, serían conocidos como los métodos siguientes: entrevista, estudio de casos, análisis estadístico y observación no participante.

Los principales méritos que se atribuyen a esa investigación son “su clasificación de la población de Londres en una serie ascendente de grados sociales y económicos distinguidos por letras (de la A a la H); el cálculo del número de personas pertenecientes a cada uno de estos grados y la representación geográfica de su distribución por calles en una colección de mapas coloreados”.⁹

Las encuestas emprendidas en las sociedades europeas durante el siglo pasado, representan un precedente de la sociología empírica, que surgió como una escuela sociológica orientada a la investigación de situaciones concretas, a tono con las demandas del desarrollo económico y social del capitalismo monopolista.

Roberto Méndez Martínez¹⁰ coincide con Parten en ubicar en el Londres del siglo XIX la primera encuesta social que incluyó entre sus principales técnicas la recogida de opiniones. Pero nos remite a 1845, a una averiguación realizada durante 21 meses por Federico Engels y dada a conocer con el título de *La situación de la clase obrera en Inglaterra*.

En la dedicatoria del libro, dirigida “a las clases obreras de Gran Bretaña”, Engels explica la metodología empleada: “He vivido bastante tiempo entre vosotros, de modo que estoy bien informado de vuestras condiciones de vida; he prestado la mayor atención a fin de conocerlos bien; he estudiado los diferentes documentos oficiales y no oficiales que me ha sido posible obtener; este procedimiento no me ha satisfecho enteramente; no es solamente un conocimiento abstracto de mi asunto lo que me importaba, yo quería veros en vuestros hogares, observaros en vuestra existencia colectiva, hablaros de vuestras condiciones de vida, y de vuestros sufrimientos, ser testigos de vuestras luchas contra el poder social y político de vuestros opresores”.¹¹

En ese trabajo de 11 capítulos, Engels describe el resultado de sus observaciones personales y de sus entrevistas a obreros y a otros individuos que se relacionaban con ellos: industriales, comerciantes, médicos, clérigos, etc.; realiza un análisis de estadísticas oficiales que se convierte en una denuncia del sistema capitalista y logra dilucidar la evolución del capitalismo industrial, las consecuencias sociales de tal régimen de explotación y su resultado político de mayor trascendencia: el desarrollo del movimiento obrero.

En Estados Unidos –además de las encuestas de todo tipo desde mediados del siglo XX-, las investigaciones sociales se iniciaron apenas 40 años antes de esa fecha; la llamada *Encuesta Pittsburg* es considerada la primera de ellas.

Entre 1909 y 1914, un grupo de economistas, sociólogos y trabajadores sociales estudiaron las condiciones de vida del proletariado de las fundiciones de acero en esa ciudad. La indagación abarcó un amplio espectro de temáticas como los ingresos y gastos familiares, la criminalidad, los accidentes de trabajo y la incorporación de las mujeres a la industria. La metodología empleada se atenía a las pautas establecidas por Booth 20 años atrás.

La *Encuesta Springfield*, realizada en la ciudad de igual nombre pocos años después de la de *Pittsburg*, se diferenciaba de esta última por su mayor insistencia en la esfera social, al indagar sobre problemas relacionados con las escuelas públicas, la atención a los enfermos mentales, la recreación, la sanidad y la vivienda, la beneficencia y la eficiencia de diversos mecanismos de control social. Tales eran los asuntos que se revelaban como áreas neurálgicas en la sociedad, sometida a un acelerado proceso de estratificación como resultado de la polarizada distribución de la riqueza.

⁹ Ídem.

¹⁰ Ver Roberto Méndez Martínez: “La filosofía marxista y los estudios de opinión del pueblo”. (Ponencia) Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión, La Habana, 1983.

¹¹ Federico Engels: *La situación de la clase obrera en Inglaterra*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1974, p.25.

Los primeros esfuerzos en el terreno de la investigación comercial se remontan a 1850, cuando un empresario norteamericano apellidado Atkinson estudió los efectos del transporte de mercancías por ferrocarril sobre los costos de distribución. En 1890 se iniciaron los estudios acerca la influencia del precio sobre la demanda y hacia 1910, surgieron los primeros departamentos de investigación comercial, fundamentalmente en las agencias publicitarias estadounidenses.

La sistematización de las experiencias adquiridas por los encuestadores sociales y comerciales, así como el desarrollo de las matemáticas y la estadística, acaecido desde finales del siglo XIX, crearon condiciones para el nacimiento, en los años 20 de la actual centuria, de una especialidad técnica de la sociología: **LA DEMOSCOPIA**. El nombre, derivado de las voces griegas *demos* (pueblo) y *skopein* (examen), **designa a la rama de la sociología empírica encargada del desarrollo de técnicas capaces de acceder a la opinión del público.**

En la década del 20 la expansión industrial que tuvo lugar en los países capitalistas más desarrollados, sobre todo en Estados Unidos, estimuló la generalización de las indagaciones de tipo comercial. La necesidad de colocar el dinero allí donde más rápido ocurriera su reproducción, reducir los costos y asegurar previamente la venta de lo realizado, demandó que la producción industrial adquiriera más direccionalidad en su proyección y que el intelecto del hombre se aplicase a descifrar el misterio que constituye el mercado.

El segundo campo de aplicación a gran escala de la demoscopia es el mercadismo, conocido actualmente como *marketing*. El mercadismo incorporó "todas las funciones que intervienen en propulsar el movimiento de productos o servicios desde su elaboración hasta su consumo o uso final (...) ventas, almacenaje, transporte, publicidad, promoción de ventas, investigaciones, propaganda y relaciones públicas".¹²

El área de acción de las investigaciones comerciales se amplió paulatinamente, dirigiéndose al análisis de la relación precio-demanda a corto y mediano plazo, la medición del grado de aceptación de nuevos productos, la efectividad de los medios y soportes de comunicación, la eficiencia de la red de ventas y el comportamiento de la competencia, entre otras temáticas.

En fecha tan temprana como 1924, un avisado economista aludía, sin proponérselo, a los mecanismos que dieron origen a la sociedad de consumo, anticipados por Carlos Marx desde el siglo anterior: "La industria, en lugar de satisfacer la necesidad humana, tiende a fomentarla. Gran número de especialistas, copistas, agentes de prensa, artistas, psicólogos, agentes de ventas, etc., trabajan aquí para formar los deseos, no en interés de la humanidad, sino del propio negocio."¹³

A partir de 1933 el esfuerzo de los empresarios capitalistas para rebasar la crisis económica, se orientó hacia la reorganización de la fuerza laboral y la planificación y ordenamiento de la producción, lo que motivó que las investigaciones crecieran inusitadamente. Había sumo interés en mejorar las técnicas de clasificación y selección del personal para la producción y los servicios, descubrir factores motivacionales vinculados al incremento de la productividad, así como mejorar los canales y formas de comunicación en el interior de las empresas.

Sólo en Norteamérica, las encuestas comerciales facturaban 400 000 000 de dólares anualmente y requerían la participación de miles de personas. La investigación comercial era ejecutada no sólo por las empresas productivas, de servicios y las agencias publicitarias; también se dedicaban a ella oficinas del gobierno, interesadas en cuestiones relacionadas con la producción y el consumo, así

¹² José H. Kates: *Curso sobre Métodos Generales de Investigación*. Escuela Cubana de Publicidad. La Habana, 1955. Citado por Alberto Pozo: "Visión histórica de la publicidad y el marketing". (Ponencia) I Encuentro Nacional de Marketing, La Habana, 1995, p.22

¹³S.H. Schliter: *Trend of Economics*. Citado por Frederick W. Taylor: *Economía publicitaria*. Editorial Juventud S.A., 1939, p.191.

como los medios de difusión, que utilizaban esa vía para medir la fuerza y potencialidades de los anunciantes.

Estados Unidos era la nación con mayor desarrollo en las técnicas demoscópicas, caracterizándose por su extensa aplicación en diversas esferas de la actividad social. La historia de la demoscopia no podrá escribirse sin referir el empeño de dos generaciones de investigadores empíricos estadounidenses por hacer de ella una herramienta para la intelección de la realidad social en el capitalismo.

El auge de los estudios de opinión coincidió con la actividad de Franklyn Delano Roosevelt en la presidencia del país. La promulgación del *New Deal*, su compromiso político con el “norteamericano medio”, orientó la política social del gobierno hacia la solución de situaciones potencialmente conflictivas, previamente estudiadas por especialistas al servicio de instituciones federales.

La gran potencia estaba enfrascada en la superación de la crisis económica desatada en 1929 y necesitaba hacerlo con el mayor consenso social posible. Dentro de esa estrategia, la formación de una opinión pública favorable al mantenimiento del *statu quo*, ocupaba un lugar importante.

Durante el largo mandato presidencial de Roosevelt, el gobierno federal se convirtió en el mayor promotor de encuestas en Estados Unidos. Estudios sobre las necesidades y la situación económica del consumidor, la política de empleo, la juventud, los problemas de las zonas rurales, así como muchos más, fueron ejecutados por oficinas, buroes y comités adscritos a la administración federal.

El gobierno federal desarrolló programas e iniciativas de diversa índole para tratar de influir sobre los sentimientos y opiniones de las personas. En los años 40 el Buró Presupuestario (*Budget Bureau*) calculaba en 42 000 los publicitarios y propagandistas federales camuflados bajo los cargos de oficiales de información, funcionarios de asuntos públicos, secretarios de prensa y asesores de comunicación*.

La demoscopia también prestó importantes servicios a los medios de difusión masiva, que fueron, desde su surgimiento, objeto de la atención de poderosos intereses comerciales y políticos, orientados a su control ideológico y explotación eficiente.

La presencia de los medios en la vida cotidiana de la gente, como vía fundamental de información y distracción, fue acrecentando su influencia en la formación de las ideas, valores y representaciones distintivos del sistema. Su capacidad para dirigir la atención del público hacia temas poco conflictivos, su utilidad como canales de persuasión o movilización de la opinión pública y su eficacia como vehículos de la publicidad, les confieren desde entonces una gran relevancia como instrumentos de control social.

Decenas de organizaciones encuestadoras se dedicaban exclusivamente al estudio de los procesos comunicativos mediados por la prensa, la radio y posteriormente la televisión, con el patrocinio de empresas, oficinas del gobierno, políticos, instituciones caritativas, etcétera.

Siguiendo esa línea, el periodista George Gallup defendió en 1928 su tesis doctoral cuyo tema era “Método objetivo para determinar el interés de los lectores por los textos de un periódico”. De los procedimientos empleados para recoger y procesar la información extrajo Gallup algunas experiencias, que aplicó a sus primeras indagaciones comerciales en 1933. Dos años después, fundó el Instituto Americano de Opinión Pública, hecho reconocido como el inicio de la institucionalización de la demoscopia en el país.

Paralelamente se incrementaba el interés por los estudios sociopolíticos, pues en la medida en que el Estado burgués se fue afirmando como instrumento del poder material y espiritual dominante, se

* El Congreso de Estados Unidos promulgó en 1913 una ley que prohibía el uso de fondos federales para costear actividades de expertos en publicidad.

hizo necesario disponer de información más detallada respecto a la percepción de la población sobre el funcionamiento del sistema, incluidos elementos del comportamiento político, representaciones, valores, identificaciones, demandas y expectativas de los ciudadanos en nombre de los cuales se gobernaba.

Durante el período entre guerras, en pleno florecimiento de la llamada sociología de masas – erigida como valladar teórico-ideológico contra el emergente socialismo y el movimiento obrero internacional–, se acentuó el interés de las elites económicas y políticas en estudiar no al actor individual, sino la conducta de grupos, comunidades y naciones. Esos estudios tenían como fuentes de información más importantes los resultados de la participación de las personas en procesos y sucesos de naturaleza política, principalmente en las elecciones, así como el análisis de sus opiniones y actitudes de y hacia lo político.

No pocos académicos e investigadores se dedicaron a la elaboración de modelos teóricos y técnicas aplicables a encuestas sociopolíticas, a partir de los logros de la psicología social, la sociología y la ciencia política. Congresos, talleres, publicaciones especializadas y proyectos investigativos, fueron el resultado de tales empeños.

La sociología empírica, preocupada fundamentalmente por la temática electoral, produjo algunas obras relacionadas con los estudios de pronóstico, que tanta notoriedad alcanzaron en las décadas del 40 y 50. En 1928, Stuart A. Rice publicó el artículo "Métodos Cuantitativos de la Política", que partiendo de un análisis de las votaciones parlamentarias estructuró una propuesta metodológica, precursora de la aplicación de las técnicas estadísticas al cálculo de resultados electorales. Claude E. Robinson, con su trabajo "Rastreo de votos: un estudio de predicción política", publicado por la Universidad de Columbia en 1932, introdujo las primeras encuestas por muestreo para la anticipación de resultados comiciales.



Las encuestas electorales son estudios relacionados directa o indirectamente con el acto de votación. La aceptación o rechazo de plataformas, partidos y líderes políticos, las características del electorado y el comportamiento electoral constituyen temas de ese tipo de investigaciones.

Las primeras indagaciones electorales se dedicaron al análisis de la relación entre los resultados comiciales en determinadas regiones y las particularidades económicas, profesionales, raciales, religiosas, etc., de sus habitantes, tomando como base las informaciones estadísticas elaboradas por oficinas estatales y otras instituciones públicas. Tal relación se establecía bien mapificando las características anteriormente citadas y contrastándolas a simple vista con los resultados electorales, o aplicando técnicas de procesamiento estadístico.

Ese tipo de estudio surgió en Francia en la segunda década de este siglo y, tras rápida extensión a otros países del continente como Alemania y Reino Unido, se desarrolló en Estados Unidos, principalmente en la Universidad de Chicago.

El modelo de análisis, bautizado como ecológico o de geografía electoral, se asentaba en una concepción organicista que reconoce analogías entre los mecanismos de distribución espacial natural de los animales y las plantas y la manifestación de las relaciones sociales, constreñidas a un contexto espacial esencialmente urbanístico –ciudades, regiones de ciudades, distritos, etcétera–. En Europa el modelo ecológico explotó fundamentalmente la variante cartográfica, mientras que en Estados Unidos se privilegió la modalidad estadística.

A mediados de los años 30 los norteamericanos relegaron el enfoque ecológico, agotado por sus limitadas posibilidades descriptivas. La sociología empírica buscaba caminos para la realización de

predicciones electorales que resultaran superiores a las estimaciones efectuadas por los órganos de prensa desde el siglo anterior*.

Los pronósticos periodísticos –que en su mayoría tomaban como base muestra el directorio telefónico– disfrutaron de gran popularidad, hasta que en 1936 la revista *Literary Digest* se hizo tristemente célebre, no sólo porque erró la predicción del candidato ganador de la presidencia, sino porque auguró un 20% de ventaja al que en definitiva resultó derrotado.

A juicio de Gallup, el procedimiento de *Literary Digest* tuvo dos defectos fundamentales: primero, la doble exigencia de posesión de teléfono y disposición a devolver las papeletas por correo, redujo la muestra a un grupo de personas que de ningún modo podía considerarse representativo y, segundo, el haber seleccionado una sola muestra, por grande que esta fuera, incrementó las probabilidades de error.

Mientras, el acierto en la realización del pronóstico electoral de 1936 consolidó el reconocimiento a George Gallup, Archibald Crossley y Elmo Roper como los encuestadores más importantes del país*.

Sin embargo, en 1948 el nada demócrata Harry Truman ganó la porfía por la presidencia frente al republicano Dewey por un margen de 4 puntos porcentuales para, desmintiendo todos los pronósticos preelectorales. El fracaso del vaticinio originó una convocatoria urgente de la AMIOP**, para una conferencia de expertos y la realización, durante todo un año, de innumerables artículos, comentarios de prensa, debates y talleres.

La crítica de la comunidad académica y la prensa especializada se concentró en aspectos metodológicos, señalando como errores más relevantes la determinación incorrecta del número de votantes, mala selección de la muestra, excesiva anticipación de las mediciones respecto al día de la elección y fallas en la interpretación de los datos.

Algunos especialistas atribuyeron el fiasco a la propia propaganda electoral, plantearon que la insistencia de los realizadores de sondeos en la presumible victoria de Dewey, infundió tal confianza a sus parciales que muchos no acudieron a votar, haciéndole perder con ello la ventaja con que contaba. Otros aludieron a circunstancias coyunturales como la caída del precio del maíz en el otoño, la cual influyó en que los cultivadores –sureños y republicanos en su mayoría– votaran en la candidatura demócrata.

A partir de entonces, el enigma que aún encierra el comportamiento electoral adquirió mayor importancia como objeto de estudio de la sociología política.

El reto de cualquier pronóstico está en identificar los factores que prescriben la manifestación de determinado fenómeno y el grado o magnitud de su influencia respectiva. Tal cosa no resulta nada fácil, debido al sincronismo y complejidad de los vínculos entre dichos factores y de cada uno de ellos con el problema en cuestión. Si en meteorología el movimiento de grandes masas de aire

* La primera de esas predicciones llamadas votos de paja, muy elemental y sin ningún requerimiento científico, fue publicada el 24 de julio de 1824 por *Harrisburg Pennsylvanian*. El procedimiento empleado comúnmente era la distribución de papeletas por correo y su devolución por los lectores, a través de la misma vía.

* Crossley encabezaba la Crossley Inc., una organización dedicada fundamentalmente a investigaciones de audiencia, pero que, a partir de 1936, desarrolló estudios de pronóstico durante las campañas presidenciales. Roper se inició en esas lides en 1936, en la sección "*Fortune Polls*" de la afamada revista; posteriormente fundó su propia organización encuestadora.

** Asociación Mundial de Investigadores de la Opinión Pública, organización de carácter profesional constituida en septiembre de 1947.

origina fenómenos climatológicos difíciles de anticipar, con mayor razón las predicciones de comportamientos humanos han de considerarse estudios de elevadas exigencias metodológicas.

El error en el pronóstico electoral de 1948 ejemplifica la importancia que tiene la elaboración de un buen diagnóstico como paso previo a la realización de un estudio de carácter predictivo, ya que el desconocimiento de la situación inicial puede impedir la apreciación de fenómenos y acontecimientos potencialmente influyentes en el futuro inmediato y provocar una definición errada de las variables de predicción.

El paradigma positivista predominante en la época imponía modelos de análisis caracterizados por su reduccionismo y unilateralidad, como resultado de lo cual las características demográficas, culturales, psicológicas, etc., del electorado eran consideradas aisladamente como variables para explicar su comportamiento en las urnas; pero la conducta de los individuos posee orígenes y móviles multicausales y ese es el tipo de análisis que requiere su predicción.

En los últimos 50 años se han elaborado varios modelos explicativos del comportamiento electoral. Unos ponen acento en las variables sociodemográficas, al estudiar tales características del electorado; otros, han privilegiado el enfoque psicológico, con técnicas proyectivas para profundizar en factores de tipo motivacional; hay terceros con raíces en la antropología social que se interesan por elementos de naturaleza histórica y cultural. Las diferentes perspectivas han existido independientes unas de otras o relacionadas entre sí.¹⁴

Con alguna frecuencia expertos y organizaciones indagadoras han tratado de generalizar recetas para la realización de estudios electorales; pero la experiencia ha demostrado que la traslación mecánica de las técnicas, ignorando las particularidades del contexto sociopolítico conduce al fracaso. Un estudio electoral, y con mayor razón un pronóstico, ha de anclar sus presupuestos teórico-metodológicos en el sistema social y político en que transcurre el proceso y en los códigos que rigen las elecciones en el lugar y momento concretos.

La demoscopia rompió tempranamente con la teoría sociológica desarrollada por Tönnies, Durkheim, Simmel, Pareto y Tarde; ella necesitó mezclar elementos del positivismo, el pragmatismo, así como del conductismo para formalizarse como especialidad esencialmente empírica. Del positivismo tomó su premisa básica: dar por verdaderos sólo los hechos positivos, verificables en la experiencia cotidiana, y su misión: describir la manifestación de los fenómenos sin explicar su esencia. Del conductismo asumió el rechazo a todo lo intangible, al reduccionismo a la concepción mecanicista del hombre. El pragmatismo le aportó su vocación de homologar verdad y utilidad.

Su arsenal técnico se nutrió de las experiencias adquiridas en mediciones y experimentos de psicología clínica y psiquiatría y de las realizaciones empíricas de la psicología social. Su desarrollo ulterior –muy vinculado al replanteo de la psicología como ciencia de la conducta, no de la conciencia–, estuvo caracterizado por el psicologismo, rasgo distintivo de la sociología durante el período 1930-1950.

¹⁴Denis Lindon: *Marketing político y social*. Editorial Techniban S.A. Madrid, 1977, pp.180-182. El mismo autor propone un modelo "ideal" donde tiene en cuenta además de los ya citados, los acontecimientos políticos, económicos y sociales recientes, las experiencias de la vida de los individuos, las influencias del medio social, las actitudes políticas de las personas y sus hábitos de voto. El entrecomillado que es del autor, parece indicar que dicho modelo no fue sometido a la prueba de la práctica predictiva.

La demoscopia reconoce la opinión como función de la conducta, en tanto “*hablar es hacer, esto es, comportarse*”¹⁵ y presupone una relación armónica entre lo que se piensa, lo que se dice y lo que se hace, pasando por alto las incongruencias de la naturaleza humana y el condicionamiento objetivo del medio social sobre la conducta de las personas.

A finales de los años 20, la filosofía burguesa modernizó los preceptos del positivismo original, a partir de los logros de las ciencias naturales y exactas, pero manteniendo una óptica subjetivista. Surgía el llamado tercer positivismo, o sea, la misma concepción del mundo a la que la adición de un prefijo *-neo-* le hizo pretender constituirse en la más acabada propuesta de filosofía de las ciencias.

Fueron su adscripción al neopositivismo y su versatilidad instrumental los que catapultaron a la demoscopia a la condición de “ciencia de la opinión”, institucionalizándose el *survey** como instrumento por excelencia de la investigación social.

El neopositivismo hereda de Comte el afán de subordinar los fenómenos sociales a las leyes de la naturaleza y su desconocimiento de las diferencias esenciales entre las ciencias referidas al hombre y las que tienen que ver con otros fenómenos; de Mill, el sobredimensionamiento de la inducción como método del conocimiento; y de Mach, la concepción de que las teorías son sólo instrumentos de predicción, susceptibles al cambio, mientras los hechos observables mantienen regularidades estadísticas.

La variante más influyente del neopositivismo es el empirismo lógico, promotor de múltiples técnicas para la indagación empírica desde finales de la década del 20 y considerado durante años por la mayoría del mundo académico occidental, un pilar de las ciencias sociales concretas. Es oportuno apuntar –sin desconocer la importancia de sus aportes al desarrollo de la ciencia– que el empirismo lógico no ha logrado éxitos que trasciendan al momento tecnológico de la investigación social.

Al neopositivismo se debe la sistematización de cuatro premisas teórico-metodológicas de la doctrina positivista: los principios de *objetivismo, neutralidad, verificación y operacionalismo*.

La presunta objetividad de las indagaciones sociales de corte positivista se expresa en la esquematización de la relación sujeto-objeto. Como el positivismo niega la existencia de la realidad objetiva y su reflejo en la conciencia del hombre –sujeto y a la vez objeto de la investigación social–, la determinación objetiva se sustituye por la abstracción: en la medida en que el investigador tome distancia del objeto de estudio, mientras menor sea la incidencia de factores de tipo ideológico o afectivo, habrá mayores posibilidades de adquirir un conocimiento “verdaderamente científico”.

La desideologización de la ciencia social es la diana a la que apunta el objetivismo. Se trata de crear una ciencia “sin compromisos ideológicos”, como si la ideología pudiera echarse a un lado por pura conveniencia. El voluntarismo de ese postulado se expresa en la negación del hombre como principio y fin de toda relación social, en la afirmación de la objetividad fuera de éste y en la ignorancia de que la ideología es una forma ideal de relaciones sociales objetivamente condicionada.

¹⁵Luis García Vega: *Historia de la Psicología*. Ediciones EUDEMA S.A., Barcelona, 1989, p.223.
del autor (N. del E)

El subrayado es

* Voz inglesa que significa reconocimiento, inspección, examen, estudio. En la sociología empírica se homologó con los términos encuesta, sondeo; esta última acepción es la que utilizamos en el presente artículo.

La subordinación del objeto al método está también en el fondo de las manifestaciones de voluntarismo en la ciencia. Desde que el hombre se dedicó a tratar de entender el mundo en que vive, el voluntarismo ha sido fuente de interpretaciones deformadas de la realidad, que invocando a la ciencia, han pretendido legitimar intereses, vanidades y apetitos de diversa índole, al margen de las exigencias cognoscitivas de la práctica social.

Una de las razones del fracaso del empirismo lógico es precisamente su pretensión de sintetizar un único método del conocimiento para aplicarlo indistintamente a problemas esencialmente diferentes. La matematización a ultranza del proceso investigativo en las ciencias sociales limita el horizonte de los resultados a la descripción de los fenómenos y despoja a la realidad aprehendida en forma de datos de toda su riqueza y contradicciones.

La influencia de los métodos sobre el objeto de investigación ha sido reiteradamente ignorada por el empirismo lógico en su afán de absolutizar la tecnología como garantía para obtener un ciento por ciento de pureza y exactitud de los resultados.

La sociología contemporánea en su conjunto resulta inviable sin el empleo de métodos cuantitativos; tal tratamiento requieren no poco de los problemas que como ciencia ha de resolver. Cuantificar e interrelacionar elementos observables en la conducta de grupos humanos más o menos numerosos, exige de las modernas herramientas de la lógica matemática y la estadística inductiva.*

Pero la tecnología es una estación de la metodología, no su meta. Por mucho que se perfeccionen las herramientas tecnológicas de la investigación, en las ciencias sociales no hay métodos asépticos, pues el sujeto portador de los mismos –el investigador– influye con su actuación sobre aquellos que constituyen su objeto de estudio; el beneficio o perjuicio de tal influencia depende de la correspondencia entre el objeto y el método o los métodos seleccionados.

Refiriéndose particularmente a la disciplina que nos ocupa, Gaspar J. García Galló sugiere una analogía: “Con la Sociología ocurre algo semejante a lo que ocurre en el micromundo, donde el instrumento que el científico usa para estudiar el comportamiento de las partículas elementales influye sobre su trayectoria y velocidad”.¹⁶

Del objetivismo deriva el principio de neutralidad de la ciencia social, que aspira a la construcción de una metodología abstracta, sin conexión con la cosmovisión del mundo. En aras de la neutralidad se absolutiza el contenido instrumental de la metodología, limitando la investigación a la medición de actitudes y comportamientos humanos mediante procedimientos matemáticos.

La demoscopia positivista, para el cumplimiento de su tarea social, ha refrendado una práctica que pretende garantizar los procedimientos “neutrales”. De forma particular insiste en ello cuando alude al planteamiento teórico-metodológico de la investigación y al análisis de los resultados.

En la investigación social empírica ni las observaciones ni las propiedades observadas constituyen datos por sí mismas. Es necesario particularizar determinados atributos del fenómeno que será

¹⁶ Gaspar J. García Galló: *Sobre la sociología: algunas ideas expresadas en el II Foro Científico de la Academia de Ciencias de Cuba*, La Habana, 1978, p.5

*Gracias al incremento constante de la capacidad resolutoria de los ordenadores y al desarrollo de programas computacionales como el SPSS y el paquete estadístico S'PADN, las investigaciones sociales concretas tienen hoy un sólido sustento lógico-matemático y posibilidades de acceso al conocimiento impensables hace apenas 30 años.

estudiado y operacionalizarlos, es decir, conceptualizarlos a partir de las mediciones de que serán objeto. Esas representaciones operativas de los atributos del fenómeno son llamadas variables y sus equivalentes empíricos, las unidades de medida que suministrarán los datos de investigación, indicadores. Sólo cuando las observaciones se traducen al lenguaje de las variables e indicadores los atributos así medidos se convierten en datos de investigación.

El planteamiento de las variables e indicadores –pese a las recetas uniformadoras de muchos empíricos– está determinado por los presupuestos teóricos de la investigación, pues se trata de "descomponer" la cuestión a comprobar en categorías medibles y verificables y para ello la teoría ha de trascender a la tecnología simple y pura, develando la filiación ideológica del investigador. De modo que se hace imprescindible "tomar partido", porque las categorías empleadas y el propio contenido de los conceptos que se operacionalizan corresponden a enfoques teóricos adscritos a determinados paradigmas ideológicos.

El análisis de los resultados es otro de los pasos del proceso investigativo que pone en tela de juicio el tan llevado y traído principio de neutralidad, pues esta se ve afectada de forma directa por los fines del patrocinador, las características del investigador y las exigencias de los destinatarios de dichos resultados.

Los intereses de clase o grupo social del patrocinador condicionan cuáles serán los datos relevantes que se analizarán como resultado de la investigación, qué correlaciones serán descritas y qué orientación tendrán las conclusiones o consideraciones finales del estudio. De las particularidades del investigador dependerá su interpretación de dichos datos; él apreciará los nexos internos entre los fenómenos a partir de sus valores, actitudes y creencias, de su concepción sobre el papel de la ciencia social y su lugar en ella. Y el destinatario con sus necesidades, intereses y expectativas, influye también en el tratamiento de los datos de investigación

La sacralización de lo empírico, característica de los estudios demoscópicos de corte positivista, se expresa además en el principio de verificación, según el cual la autenticidad de toda afirmación sobre la realidad debe basarse, en última instancia, en su confirmación por resultados empíricos, con lo que se reduce el saber sobre el mundo a aquello que está dado inmediatamente y resulta comprobable por vía experimental.

En la ciencia social aplicada se trabaja en tres niveles de definición de conceptos de diferente grado de generalidad: un primer nivel, que pudiéramos llamar literal, donde el contenido se corresponde con las formulaciones expresadas en generalizaciones teóricas, enciclopedias o diccionarios; otro contextual, en el que los conceptos se adaptan a los requerimientos teóricos de la disciplina, tema de estudio o investigación en cuestión y un nivel operacional, donde los conceptos se construyen en virtud de los pasos u operaciones de que conste el proceso cognoscitivo.

El neopositivismo teoriza en el tercer nivel de conceptualización, en tanto el principio de operacionalismo preconiza que la veracidad o falsedad de una proposición teórica se comprueba mediante la obtención de un número de enunciados deducidos de los datos de investigación. De ahí que la significación de cualquier concepto se determine solamente por medio de las operaciones que se emplean para construir, aplicar y verificar dicho concepto.

El defecto metodológico cardinal de los estudios demoscópicos de índole positivista es su desconexión del sistema de relaciones objetivamente determinadas en que transcurre la actividad social del hombre. La necesidad de construir un sistema categorial para descodificar la realidad

social percibida únicamente en forma de datos, obligó a la demoscopia a elaborar criterios de medida para clasificar y describir las relaciones sociales. Entre los más sistemáticos y baldíos esfuerzos en ese sentido pueden citarse las mediciones de clase social.

Resulta oportuno recordar que el concepto de clase social esbozado por Marx y sistematizado por Lenin, fue reiteradamente soslayado por las ciencias sociales burguesas a lo largo de 100 años y subvertido luego por el planteamiento de las teorías de estratificación social. Quizás partiendo de Booth, Lloyd Warner, profesor de sociología en la Universidad de Chicago, fue el primero en homologar las nociones de clase y estrato, estableciendo seis categorías descriptivas de utilidad estrictamente instrumental.¹⁷

Las “clases” definidas por Warner son: 1. alta superior: aristócratas de viejo cuño de una comunidad; 2. baja superior: los nuevos ricos; 3. alta media: profesionales, dirigentes de empresas, dueños de algunos de los negocios más grandes de una comunidad; 4. baja media: empleados de oficina, dependientes, pequeños comerciantes y unos pocos obreros especializados; 5. alta inferior: la mayor parte de los obreros especializados y semiespecializados y 6. baja inferior: jornaleros y grupos de extranjeros no asimilados.

Durante mucho tiempo la medición de clase social en las investigaciones sociales en Occidente se basó en la autodefinición de los individuos; es decir, se presentaba un listado de “clases sociales” a los entrevistados y se les solicitaba que dijeran a cuál de ellas creían pertenecer. La natural tendencia de los más pobres a sobrevalorar su posición social debido al afán de prestigio y de los más ricos a minimizar la suya para refugiarse en una presunta medianía social, desvirtuaban cualquier análisis posterior.

Algunas organizaciones encuestadoras, como el Instituto Gallup, determinaban la clase social a partir del *income tax*, que reporta el pago de los impuestos sobre ingresos y utilidades; pero la estadística fiscal no podía reflejar todos los ingresos de los ciudadanos y las clasificaciones realizadas sobre esa base tampoco resultaban suficientemente confiables.

Para rebasar esa encrucijada metodológica, se definieron indicadores de clase social considerados “objetivos”; la llamada *Escala de Chapin* fue uno de esos intentos.

Francis S. Chapin* experimentó durante varios años formas de medición de bienes culturales y materiales a partir de descripción del mobiliario, enseres del hogar características de la vivienda, que se confronta posteriormente con el grado de participación en organizaciones sociales, volumen de ingresos y tipo de trabajo del cabeza de familia.



Con el propósito de integrar el conjunto de mediciones que se realizaba en la vivienda, Chapin construyó una escala sobre la base de 17 características observables en la sala de la casa, incluidos la posesión de aparato de radio, adquisición de periódicos y muestras de confort como obras de arte y otros elementos de decoración. Los entrevistadores entrenados por Chapin tenían en cuenta el estado de conservación del mobiliario, del empapelado y pintura de las paredes y el orden y limpieza de la habitación. Con todas esas mediciones se conformaba un índice que pretendía definir la posición social de la familia en cuestión.

¹⁷El trabajo se tituló *Social Class in America* y fue publicado en 1948.

* Profesor de Sociología en la Universidad de Minnesota. Fue Presidente de la Sociedad Sociológica Norteamericana en el periodo de 1935 a 1936.

Chapin fue mucho más lejos cuando, echando mano a la herencia organicista del positivismo, formuló su “ley de los pobres”, un intento de explicación de las leyes generales del desarrollo de la sociedad. Al referirse a los datos recopilados y clasificados por él, Chapin aseguró que “las instituciones sociales alcanzan una fase de auge y otra de decadencia, de acuerdo con leyes cuantitativas que son susceptibles de ser predeterminadas, del mismo modo que el biólogo puede predeterminar el crecimiento y decadencia de un organismo”.¹⁸

En la tercera década de este siglo Estados Unidos se convirtió en el centro del pensamiento neopositivista. A ello contribuyó la filosofía pragmática, sistematizada en ese país desde 1870 y devenida por razones históricas, económicas y culturales, base de la identidad nacional estadounidense. También influyeron la emigración hacia Estados Unidos de destacados filósofos neopositivistas tras el advenimiento del fascismo en Europa y las ventajosas condiciones del país para asimilar el impetuoso desarrollo de las ciencias y aplicarlo de inmediato a la práctica económico-social.

Tal combinación de circunstancias posibilitó que la demoscopia tuviera un inmerecido protagonismo académico en Estados Unidos durante más de 30 años.

Como resultado de la experiencia acumulada en este y otros países occidentales, el recetario tecnológico de la demoscopia se fue colmando de escalas, índices y coeficientes para medir, cuantificar e interrelacionar los comportamientos humanos. A mediados de la década del 40, los promotores de *surveys* estaban urgidos de intercambiar experiencias en aras de perfeccionar las técnicas, generalizar los resultados obtenidos y oficializar el andamiaje de la indagación empírica que como resultado de la lógica de desarrollo del capitalismo, se había creado en sus respectivos países.*

En 1946, en Central City, Colorado, se realizó una conferencia de expertos a la que asistieron investigadores de varios estados de la Unión y algunos del exterior. El encuentro logró tanto éxito que se celebraron consecutivamente la II y III conferencias de investigadores de la opinión pública en Williamston, Massachusetts, en septiembre de 1947 y en Eagle’s Mere, Pennsylvania, exactamente un año después.

Consecuencia de la II conferencia es la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública, que se propuso como objetivos fundamentales el desarrollo de la metodología de investigación de la opinión pública, la divulgación de las técnicas y la promoción de formas de empleo de los resultados investigativos que consolidaran la democracia representativa burguesa. La Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública en poco tiempo se convirtió en la organización representativa de los especialistas en demoscopia de Estados Unidos.

En esa conferencia se creó también el Comité Internacional para la Investigación de la Opinión Pública y la Paz Mundial, que se ocupó de promover estudios sobre las secuelas de la Segunda Guerra Mundial y monitorear la aplicación de algunos de los programas del Plan Marshall.

Dos décadas antes del nacimiento de la demoscopia, la crítica leninista ya había puesto al descubierto las debilidades e inconsecuencias de la ciencia social burguesa y del arsenal teórico-metodológico creado por ella*. Al contrario de lo planteado por algunos voceros del subjetivismo, el

¹⁸ Citado por Roberto Agramonte: *Sociología*. Editorial Cultural S.A. La Habana, 1947, tomo II p.845.

*Por esos años se constituyeron organizaciones encuestadoras en varios países, entre ellas el Instituto de Opinión Pública de Lausana, la Fundación Estadística Holandesa, el Instituto Húngaro de Investigación de la Opinión Pública, su similar de España, el Instituto de Investigaciones Estadísticas y Análisis de la Opinión Pública de Italia, el Instituto de Demoscopia de Allenbach (Alemania) y el Instituto Mexicano de Ciencias de la Opinión Pública, por citar sólo algunos ejemplos.

* La crítica más contundente y sistematizada de Lenin, fue sin duda, *Materialismo y empiriocriticismo*, un profundo análisis de la doctrina positivista y su entonces variante más moderna: el machismo.

análisis marxista no desconoce la funcionalidad de la tecnología en la recopilación de datos, la descripción de fenómenos y la revelación de ciertas regularidades.

El análisis marxista aprovecha la experiencia instrumental desarrollada por la ciencia social burguesa, pero asume la investigación social partiendo de los principios metodológicos enunciados hace mucho tiempo por el propio Lenin: la valoración concreta, objetiva, del fenómeno estudiado; la evaluación integral del problema, el enfoque sistémico y la unidad de la teoría con la práctica.

En el período de posguerra la demoscopia disfrutaba de gran notoriedad debido, entre otras cuestiones, a la divulgación de sus técnicas y al interés generado por sus temas de estudio. Pero la preeminencia del carácter descriptivo de sus resultados y su renuncia a elaborar teorías trascendentes a los hechos estadísticos, constituyeron serios obstáculos para su reconocimiento como especialidad empírica y germen de la crisis que se originó pocos años después.

Los cuestionamientos, dirigidos en general contra el empirismo lógico y sus exageraciones tecnológicas, estuvieron protagonizados por fenomenólogos y sociólogos críticos. Los primeros destacaban el abandono de la reflexión teórica precedente, la estrechez metodológica y el reduccionismo individualista de la sociología empírica, reconociendo tales errores como factores limitantes de los resultados de las investigaciones.

Con una óptica más abarcadora y desde una posición más a la izquierda, la sociología crítica identificaba el creciente grado de burocratización de la ciencia social en el capitalismo, con su tarea social en tal momento histórico, y señalaba que en la ciencia "cuyo instrumento más apropiado es el empirismo abstracto y cuya gran teoría es la ausencia de teoría, todo el esfuerzo (...) se ha limitado a los servicios prestados a las autoridades dominantes".¹⁹

La demoscopia positivista, caracterizada por su ignorancia de la acción creadora del hombre y de las dimensiones ideológicas y éticas de muchos de los problemas por ella estudiados, se hizo acreedora de los señalamientos hechos a su matriz teórica, el empirismo lógico.

La crisis incentivó la evaluación crítica "desde adentro" y la búsqueda de alternativas para abandonar el callejón sin salida al que condujo el exceso de formalización en las investigaciones sociales. Una de las consecuencias de este autoanálisis fue cierta revalorización de la metodología marxista de investigación social, algo pocas veces reconocido y muchas otras camuflado por la subversión semántica que ha marcado el desarrollo de la sociología empírica burguesa en los últimos 30 años.

El empleo del método marxista de análisis de la realidad en las investigaciones demoscópicas ha ratificado la superioridad de este, incluso en estudios que, orientados por otros paradigmas, suscriben los principios del método marxista sólo parcialmente.

Sin embargo, el conocimiento general de tal metodología no debe considerarse un escudo protector frente a los riesgos de asumir posturas positivistas en las investigaciones sociales de carácter empírico. Errores como dogmatismo e inflexibilidad metodológica, subordinación del objeto al método, excesivo apego a las estadísticas e incapacidad para rebasar el nivel descriptivo en el análisis de los resultados, aunque distintivos de ciertos marcos teóricos y credos ideológicos, no son exclusivos de una u otra perspectiva.

Además de doctrina, el positivismo, es una actitud ante la ciencia, que lamentablemente ha estado presente en investigaciones de impronta marxista, lastrando la interpretación objetiva de la realidad con el dogmatismo y la enumeración.

Abordar desde el marxismo un estudio de opinión, por sencillo que sea, requiere no perder en ningún momento nuestros referentes metodológicos, que no están reñidos con la aplicación de las técnicas demoscópicas más avanzadas. Ese llamado subyace en esta pequeña historia, cuyo propósito esencial es aportar algunos elementos críticos sobre los métodos empleados por la sociología positivista en las investigaciones sobre opinión.

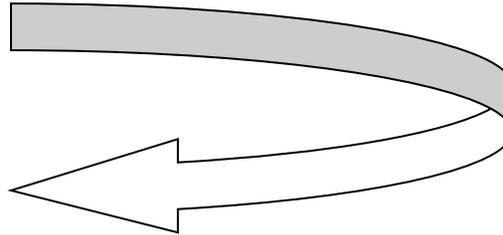
¹⁹ Charles Wright Mills: *La imaginación sociológica*. Edición Revolucionaria. La Habana, 1966, pp.132-133

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Leonardo: "Medios masivos e ideología imperialista". *Revista Casa*, La Habana, No.77,1973.
- Agramonte Pichardo, Roberto: *Sociología*. Editorial Cultural SA, La Habana, 1947.
- Armas Vazquez, Antonio: "La influencia de la filosofía del pragmatismo en Cuba: historia y crítica". (Tesis). Instituto de Filosofía, La Habana, 1990.
- Autores varios: *La publicidad actual: teoría y práctica.*: Editorial Vamos SA, La Habana, 1957.
- Boudon, Raymond y otros: *Corrientes de la investigación en las ciencias sociales*. Editorial Tecnos, Madrid, 1981.
- Campo, Salustiano: *Tratado de Sociología*. Ediciones Taurus, Madrid, 1992.
- Duverger, Maurice: *Métodos de las Ciencias Sociales*. Ediciones Ariel, México DF,1985.
- Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1976.
- Engels, Federico: *La situación de la clase obrera en Inglaterra*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana,1974.
- García Galló, Gaspar J: *Sobre la sociología: algunas ideas expresadas en el II Foro Científico de la Academia de Ciencias de Cuba*. Academia de Ciencias de Cuba, La Habana, 1978.
- García Vega, Luis: *Historia de la psicología*. Editorial EUDEMA SA, Barcelona,1989.
- Gurvitch, Georges Y Moore, Wilbert: *Sociología del siglo XX*. Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1956.
- Julien, Claude: *El imperio norteamericano*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1970.
- König, René: *Tratado de sociología empírica*. Editorial Tecnos, Madrid, 1973.
- Lenin, Vladimir Ilich: *Materialismo y empiriocriticismo*. Editorial Progreso, Moscú,1979.
- Lindon, Denis: *Marketing político y social*. Editorial Techniban SA, Madrid, 1977.
- Machado Rodríguez, Darío L: *Ideología e investigación social*. Revista Cuba Socialista N°43, La Habana, 1990.
- Mayntz, Renate; Kurt, Holm y Höbner, Peter: *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Alianza Editorial, Madrid, 1975.
- Medina Echavarría, José: *Sociología: teoría y técnica*. Fondo de Cultura Económico, México, 1941.
- Méndez Martínez, Roberto: "La filosofía marxista y los estudios de opinión del pueblo" (Ponencia). Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión, La Habana, 1983.
- Mills, Charles Wright: *La imaginación sociológica*. Edición Revolucionaria, La Habana, 1966.
- Moya, Carlos: *Sociólogos y sociología*. Siglo XXI, Editores SA, México, 1986.
- Noelle, Elisabeth: *Encuestas en la sociedad de masas: introducción a los métodos de demoscopia*. Alianza Editorial, Madrid, 1970.
- Odum, Howard W: *Sociología norteamericana: historia de la sociología en los Estados Unidos hasta 1950*. Editorial Bibliográfica, Argentina, 1959.
- Packrad, Vance: *Las formas ocultas de la propaganda*. Editora Política, La Habana, 1978.
- Parten, Mildred B: *Encuestas sociales y de mercado*. Editorial Hispano Europea, Barcelona, 1958.
- Pastor, Manuel: *Ciencia política*. Ediciones Mc Graw Hill, Madrid, 1990.
- Perpiña Rodríguez, Antonio: *Métodos y criterios de la sociología contemporánea*. Instituto "Balmes" de Sociología, Madrid, 1958.
- Pozo Fernández, Alberto: "Visión histórica de la publicidad y el marketing". I Congreso Nacional de Marketing, La Habana, 1995.
- Taylor, Frederick W: *Economía publicitaria*. Editorial Juventud SA, Barcelona, 1939.

CONVOCATORIA

CONFERENCIA CIENTÍFICA



“LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA CONTEMPORANEIDAD”

“...estudiar las aspiraciones

Populares, puesto que en ellas está la psicología del pueblo”.

Fidel Castro

El Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión convoca a la Conferencia Científica “**La opinión pública en la contemporaneidad**”, que se efectuará los días 20 y 21 de septiembre del 2002 y tendrá como sede la Escuela Superior del Partido “Nico López”.

Este encuentro tiene como objetivo **promover el intercambio de experiencias en el estudio de la opinión pública en general y la cubana en particular**, desarrolladas por especialistas de diferentes ramas de las ciencias sociales.

Los estudios del tema podrán presentar trabajos relacionados con:

- Presupuestos teóricos y metodológicos para los estudios de opinión. Métodos y técnicas más utilizados.
- La opinión pública en el proceso de toma de dediciones políticas.
- La opinión pública cubana n el contexto de las transformaciones sociales en Cuba y el mundo.

La forma fundamental de participación es la presentación de ponencias, que deberán entregarse en el momento de la acreditación.

Los interesados en presentar trabajos deberán enviar antes del 5 de septiembre, un resumen en disquete o impreso, de no más de dos cuartillas, donde expondrán: títulos, autores(es), institución, objetivos o ideas fundamentales que se abordan.

Las ponencias seleccionadas serán publicadas en este boletín.

Para su inscripción deberán dirigirse a:

Dra. Mercedes de Armas Alonso, Subdirectora Científica y Vicepresidenta de la Comisión Organizadora.

Teléfonos: 325546-320429

E.MAIL: mercy@opin.cipcc.inf.cu

En la redacción de un texto es necesario tener en cuenta no solo la utilidad práctica de su contenido, también debes estar regidos por reglas gramaticales y bibliográficas que den como resultado un producto esquemáticamente aceptable. Veamos algunos ejemplos:

