

Huelga de mujeres

PARIS.—Sea cual fuere el resultado de las elecciones el domingo próximo, que gane la izquierda con Mitterrand o la derecha con Giscard, el combate femenino continúa. El MLF (Movimiento de Liberación de la Mujer) mantiene la consigna de huelga general femenina para el 9 y el 10 de junio.

Durante cuarenta y ocho horas, las mujeres deberán negarse a efectuar trabajos domésticos, "porque es obligatorio para las mujeres, embrutecedor por su monotonía, sucio, interminable; porque constituye la última forma de esclavitud, porque representa treinta horas semanales de trabajo gratuito y que no se

des almacenes. Hace unas semanas su acción era clara; ahora, el ama de casa, sumergida por la propaganda de los dos candidatos que sobreviven, no llega a discernir el sentido real de las reivindicaciones femeninas, ni logra saber de qué lado les llegan las hojitas, tanto más cuanto que —caso único en los pasquines de esta primavera francesa— no terminan con el inevitable VOTEN POR GISCARD o QUE NO LE FALTE UN SOLO VOTO A MITTERRAND.

Posición lógica esta desde el punto de vista dominante en el MLF: las mujeres no pueden identificarse con ninguno de los candidatos, pues forman una tercera

esa cifra el 2,5 de Arlette parece irrisorio. Sin embargo, durante dos o tres días este resultado fue considerado como la aparición de la clase femenina. Hasta que los dichos sondeos empiezan a escaudriñar las intenciones de voto de la segunda vuelta. Las mujeres que votaron por Arlette se repartirán así en la segunda vuelta: 42 por 100 por Giscard d'Estaing, 46 por 100 por Mitterrand y 2 por 100, indecisas o abstencionistas.

Se puede, en efecto, pertenecer a una clase sin tener conciencia de ello, pero el hecho es que después de estos sondeos es difícil hablar de clase femenina. Entre el estatuto social de la esposa del ejecutivo que votó por Arlette, quizá para darse buena conciencia, y el de una obrera de Renault, que se dispone a votar por Mitterrand, existe un tal abismo que es verdaderamente imposible situarlas en la misma esfera.

El MLF, después de los resultados de Arlette Laguiller y de su análisis, han afinado la definición de la clase femenina. La opresión no toma las mismas formas para una mujer del pueblo o para una mujer de la burguesía. Una obrera tiene que soportar dos jornadas de trabajo, una para la empresa y otra para el marido, en total, entre setenta y siete y ochenta y cuatro horas semanales, según los sociólogos. Las mujeres de las clases superiores no conocen esta opresión, pero sufren otras. La opresión de la mujer reviste dos aspectos, los mismos que la del proletariado: opresión económica (los salarios femeninos son inferiores a los masculinos) y política, separándola de los poderes de decisión. Claude Alzon señala que en el proletariado, estos dos fenómenos van unidos, mientras que se contradicen en la mujer: cuanto más sube en la escala social, menos se le explota a la mujer, pero,

en cambio, aumenta la dominación política sobre ella. En resumen, el hecho de que las mujeres no sean dominadas de la misma forma por el hombre entorpece sus esfuerzos por su liberación común.

Por el momento, en sus manos tienen la elección del presidente de la República, más que los votos del gaullismo en vías de extinción que se rifan Giscard y Mitterrand o que la Unión Soviética, cuya intervención en favor de Giscard d'Estaing sorprendió por su torpeza. Una operación que, finalmente, puede volverse contra la derecha, pues permitió al PC distanciarse públicamente de Moscú.

François Mitterrand no dispone más que del 35 por 100 del electorado femenino. Esa es, a corto plazo, la realidad. A largo plazo, los objetivos del MLF, y en ellos se inscribe la huelga del mes próximo, son muy ambiciosos. En el último número de "Les Temps Modernes", una militante los explica así:

"Cuando se declararon en huelga en un solo taller, los trabajadores inmigrados habían provocado la paralización de toda la fábrica Renault. Si las mujeres cesan el trabajo mañana en las fábricas y en las oficinas, si abandonan los trabajos domésticos, la reproducción y la cría de niños, si se niegan a comprar, se paralizaría todo el sistema social. ¿Es una evidencia? No para todo el mundo, y menos para las mujeres condicionadas a la idea de que son secundarias por naturaleza. La huelga de mujeres debería revelarles su importancia, que descubran que son esenciales".

François Mitterrand les ofrece dos ministerios. Giscard d'Estaing promete un estatuto y una remuneración para "la mujer en el hogar". Francia tiene dos citas con las mujeres. El 19 de mayo y el 9 y 10 de junio. Importantes. ■ RAMON CHAO.



debe aceptar aunque sea pagado mientras se reserve exclusivamente a las mujeres". Rechazarán los "servicios sexuales" para marcar su oposición al concepto del matrimonio y de la familia, "que transforma el placer en obligación" y lleva a las mujeres, por medio de una "intoxicación sentimental", "a amar a su opresor, impone la heterosexualidad y convierte a la mujer en una máquina para producir hijos destinados a las fábricas, a las gateras, a la guerra y a un mundo incierto dominado por el macho".

La campaña presidencial no ha enmudecido a las militantes del MLF: miles de ellas reparten octavillas en los mercados, a la salida de las fábricas y en los gran-

de clase, que nada tiene que ver con la burguesía ni con la clase obrera. Ambas clases, según una corriente mayoritaria en el MLF, tienen sojuzgada a la femenina.

El indiscutible éxito de Arlette Laguiller, candidata trotskysta a la presidencia de la República, que obtuvo un inesperado 2,5 por ciento de votos parecía corroborar esa tesis. No es que Arlette fuese la candidata del MLF ("las elecciones son una trampa; la única forma de liberarse es la lucha, no el voto"), pero su campaña estuvo centrada esencialmente en temas femeninos y feministas. Con el 52 por 100 del cuerpo electoral francés, las mujeres podrían constituir la más perfecta mayoría parlamentaria, y al lado de

UN MISTERIO QUE NO LO ES

Los sondeos de opinión pública

Se ha dicho en Francia que el gran vencedor del primer turno de las elecciones presidenciales francesas ha sido el sistema de sondeos de la opinión pública, que permitió predecir con gran exactitud los resultados desde bastante tiempo. antes de que los franceses se acercasen a las urnas. Junto a este orgullo de los predictores, numerosas críticas, a veces duras: ¿es o no es lícito este sistema de predicción? ¿Es capaz de influir en los resulta-

dos? Y un asombro del lego ante la magia electrónica, que puede llegar tan lejos en conocer las opiniones privadas. Para muchos aparece como un misterio.

El principio de estas averiguaciones se basa en el cálculo de probabilidades, en la «Ley de los grandes números» —tan antigua como Pascal— que Warren Weaver definía así en 1963: «Uno de los aspectos más sorprendentes y más significativos de la teoría de las probabilidades radica en

que hace posible una comprensión del hecho, por lo demás extraño, de que unos acontecimientos individualmente caprichosos e imprescindibles responden, si los observamos en masa, a promedios generales perfectamente estables». Arthur Koestler, en un libro que acaba de publicarse en España («Las raíces del azar», Kairós, Barcelona) examina este misterio aparente con un ejemplo que toma también de Weaver: en Nueva York, durante el año 1955 hubo un promedio de 75,3 denuncias diarias por mordeduras de perro. En los cuatro años siguientes fueron de 73,6, 73,2, 74,5 y 72,6. Koestler comenta: «¿Cómo saben los perros neoyorquinos que su ración diaria de mordiscos está exhausta?». Este comentario humorístico-misterioso corresponde más o menos a los que se hacen ahora en París: ¿Cómo supo el francés que el 44 por 100 de los votos previstos para Mitterrand tenía que cumplirse? De ahí a culpar a las estadísticas y las encuestas de haber hecho votar al francés a su gusto (la naturaleza imita al arte, como en la paradoja de Wilde) no hay más que un paso. La confusión de la causa y el efecto está realizada.

Pero hay un argumento importante. Si la publicación de los sondeos influye en la opinión, ¿cómo es que luego los resultados son tan aproximados a la predicción? ¿O es que los sondeos calculan ya la influencia que van a tener los sondeos?

Calculan, en realidad, todo lo calculable. Las técnicas, a partir de la Ley de los grandes números, se han afilado hasta lo inverosímil. Pero no llegan a calcular las probabilidades de su propio efecto. Empecemos por la historia. Francia atribuye a Napoleón el origen de los sondeos, y a Madame de Staël la previsión de su importancia. Napoleón estaba relacionado con doce personas de opinión política distinta, a las que daba mil francos al mes para que le informasen regularmente de los estados de opinión en sus sectores. Madame de Staël escribía en 1800: «El desarrollo del cálculo de probabilidades y de la estadística hacen posible conocer y predecir globalmente la conducta de los hombres», pero los americanos entienden que la aplicación práctica es suya: en 1824, año de elecciones presidenciales en Estados Unidos, dos periódicos publicaban lo que se llamó «votos de paja», para anticipar los resultados. Sería Gallup quien más adelante diese carácter científico al sondeo, y la aplicación de un verdadero sis-

tema: el de personas representativas. Le bastó, en 1933, interrogar a cuatro mil quinientas personas, escogidas para saber en 1936 que Roosevelt sería elegido.

Estas cuatro mil quinientas personas estaban elegidas de forma que representasen un micro-país: edades, sexos, razas, ocupaciones, regiones, ingresos, estaban en proporción del total nacional. Esta selección sigue siendo básica en los sondeos actuales. La construcción de esta miniatura del grupo de opinión que interesa conocer es básica y cuanto más exacta sea, más fácil resulta la predicción (a veces, se produce de manera natural: un pueblecito francés vota continuamente, desde hace años, en las elecciones legislativas y en las presidenciales exactamente igual que la media del país entero).

Pero además de la exactitud de la muestra de población, se requiere un cuestionario que no influya en la respuesta. El interrogador no debe influir en el interrogado, la pregunta no debe comportar una respuesta. En 1940 se sondeó a la población de Estados Unidos acerca de la necesidad de ayudar a Francia y a Inglaterra; un 13 por 100 dijeron que debía hacerse algo más, un 75 por ciento, que no debía hacerse nada más. Pero la misma pregunta volvió a formularse de otra manera, añadiendo las palabras «en su lucha contra Hitler», a los nombres de Francia y de Inglaterra, y el resultado varió (hacer más, 22 por 100; no hacer más, 66 por ciento). Para evitar estos errores se recomiendan a las personas que hacen el sondeo que eviten el error de tomar por base las respuestas de personas encontradas en la calle, o de formar su muestra por la guía del teléfono: recomiendan que visiten a indecisos, discretos, enfermos, gentes que no tienen opiniones claras: tienen el mismo peso en una elección que los seguros de sí mismos.

Un Instituto de opinión pública consta, generalmente, de una sección de estadística y matemáticas; un servicio de trabajos preparatorios (elección de métodos, «tests» psicológicos); redacción de cuestionarios; análisis y redacción del informe; servicio de encuestadores; clasificación; servicio técnico, biblioteca y documentación. Economistas, matemáticos, especialistas de gestión de empresas, psicólogos y sociólogos, estadísticos y periodistas, geógrafos, suelen formar lo esencial de su personal técnico. El análisis de los datos es generalmente confiado a computadoras, que reciben las cartas perforadas

sobre las que se han transportado los datos generales, los someten a verificaciones estadísticas, calculan los errores posibles y arrojan, finalmente, los resultados. Esta no pasa de ser una descripción somera y esquemática de un proceso difícil y largo, en el que los grandes centros de sondeo han llegado ya a extremos de perfección. Por ejemplo, en Francia bastó en el primer turno con una muestra de dos mil quinientas personas a Sofres para dar su primer pronóstico, verificado como exacto quince días después; y cuando aún estaba el último votante depositando su papeleta en una urna de París, para dar ya con una aproximación muy considerable el resultado definitivo de las elecciones.

La parte que tiene de misterio un sondeo de opinión pública, hecho con verdaderas garantías de ciencia y neutralidad, no existe en realidad para el que conoce su técnica. Pero la parte de influencia que tiene en los verdaderos resultados sigue siendo un motivo de discusión.

El argumento más frecuente es el que indica que muchas personas, al saber por los sondeos que su candidato va a ganar, se abstienen de votar por considerarlo innecesario, van a pasar el domingo al campo... Y su candidato pierde, por consecuencia. Sobre todo, porque los que saben que va a perder el otro se apresuran a correr a las urnas para contrapesar la predicción. Por otra parte, como una de las formas habituales de la propaganda de cada candidato es el optimismo, asegurar en cualquier caso que va a ganar, si el resultado de la encuesta le favorece su propaganda se verá multiplicada, mientras disminuye la propaganda optimista de su o sus adversarios. No se excluye, naturalmente, la posibilidad de mala voluntad o de manipulación política de la encuesta. Por ejemplo, la policía francesa hace habitualmente sondeos de opinión preelectorales para información de su ministro y del gobierno, pero nunca son públicos. Sin embargo, previamente al primer turno el sondeo de la policía fue publicado por el Ministro de Información, enemigo declarado y conocido de Chaban, en una forma especialmente dañina para la propaganda de éste; según los encuestados, un mayor número de franceses creían que Giscard era el candidato más apto para «cerrar el camino al comunismo», lo cual era precisamente el «slogan» de Chaban para su propia campaña...

Por otra parte, un cierto malestar acoge en las democracias las encuestas de opinión pública y,

sobre todo, su exactitud. Si el conjunto es así mensurable, así reducido a estadísticas, ¿de qué valen las campañas, de qué valen los órganos de opinión y de información? En realidad, el hombre democrático debía estar satisfecho de que el ciudadano se mostrase, a la hora de votar, por encima de las campañas: como consecuencia de una impregnación de los hechos y lo que percibe de ellos en su economía, en su situación personal; de su reflejo del hombre público que se somete a elección por lo que ha realizado en su vida, de su respuesta a una situación general del mundo. Es decir, del funcionamiento, digamos, de su propio computador. La crítica de izquierda —marxista— desconfía de las encuestas en el sentido de que no recogen el pensamiento íntimo de las personas, sino una representación general de la ideología común; de una ideología dominante que es la de las clases dominantes; los sondeos no serían más que la presentación en forma estadística de esas ideas dominantes de la población, para que ésta se reconozca en ellas. «No hacen más —dicen esos críticos— que describir la superficie de la sociedad, sin informar acerca de sus mecanismos fundamentales». Esta objeción puede ser válida cuando se refiere a sondeos distintos de los electorales —los que tratan de dar a conocer las opiniones públicas sobre determinados asuntos—; en los casos electorales, como ahora, tales objeciones pueden ser hechas tanto al sondeo como a la votación en sí. ¿Qué grado de libertad interior, mental, tiene un ciudadano para inclinarse hacia determinado candidato, cuáles son los mecanismos que le llevan insensiblemente hacia él, enmascarando sus propios intereses? Pero tratar de responder esa pregunta nos llevaría a otro tipo de debate, el de la validez o no validez de las elecciones. De las que los sondeos no son más que una parte estadística previa.

Se ha tratado en varias ocasiones y en varios países de prohibir el funcionamiento de los Institutos de opinión pública o, por lo menos, de impedir que se publiquen sus resultados ante las elecciones. No parece posible. Ni esa prohibición forma parte de la ética de las sociedades democráticas que los contienen. De cuando en cuando, un fracaso importante de los sondeos —la elección de Truman en los Estados Unidos, la de los conservadores en las elecciones británicas anteriores a las recientes— pueden darnos un rostro humano, falible, manejable... ■ PABLO BERBEN.