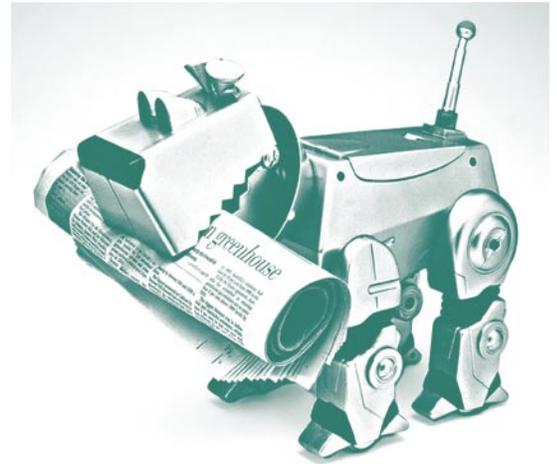


# Percepciones

por Edmundo Berumen



*«Y es que en este mundo traidor, no hay verdad ni mentira: todo es según el cristal con que se mira.»*  
*Ramón de Campoamor*



*Sí... No... Pienso que el próximo año mejorará... para mí empeorará... seguirá igual de bien —o de mal—...; Estoy totalmente de acuerdo... Algo de acuerdo... Estoy totalmente de acuerdo... O más bien indiferente... con el desempeño de... En mi opinión merece un 3... Tal vez se hay ganado un 6... De ninguna manera le doy 10... Creo que... es mejor que... yo lo veo peor que... Me duele que finalmente sea lo mismo que... No creo que se arregle antes de...*

Todas las respuestas anteriores, complementadas con muchos “no sé” o de plano con el “mejor esa pregunta no la contesto”, representan percepciones comunes en la población a preguntas específicas sobre el desempeño de la administración. A ellas debemos sumar los rechazos a contestar cuestionamientos de esta naturaleza, renuencia que se acentúa en los estratos socioeconómicos más altos del país. Lo que es más grave, muchas personas emiten sus opiniones o aventuran cualquier contestación sin tener datos previos sobre el tema, o bien, cuando su información de los hechos no ha sido actualizada o carece de argumentos sólidos; en todos estos casos quizá sería más sencillo y honesto decir simplemente “no sé”.

Pero la falta de información no es lo único que genera problemas. También influyen los comentarios de parientes o amigos, lo que se escucha en “la mesa de al lado”, lo que se debate en reuniones y que constituye fuentes, digámoslo así, informales. Y qué decir del peso que tienen los periódicos, las revistas, los programas noticiosos, desde luego, la publicidad. No omitamos tampoco los estados de ánimo, los cuales intervienen —y de qué manera— en nuestros puntos de vista. Cualquiera de los factores anteriores puede lograr respuestas aparentemente certeras, obtenidas en una fecha y hora particular cambien de inmediato.

A todo lo anterior es oportuno preguntarnos ¿dónde

está “la verdad”? ¿Cuál es, pues, “la realidad”, si es que ésta existe? ¿Lo que conocemos como “realidad” es posiblemente un conjunto de rasgos impuesto por los diseñadores del producto y/o ejecutantes del servicio? ¿O es acaso la percepción que se genera al momento de la medición?

En cuanto a la complejidad que plantea opinar sobre productos, servicios, organizaciones, personajes o instituciones que cuentan con características y atributos comprobables, tangibles, la pregunta es ¿por qué dichas particularidades que aparentemente todos distinguimos no se ven reflejadas fielmente en los indicadores sintéticos que producen las estadísticas?

Por otro lado, podemos cuestionarnos ¿qué es lo que explica la impresionante consistencia que se observa en largas series de mediciones del mismo indicador de alguna percepción colectiva, ya con suaves tendencias, ya con saltos bruscos *a posteriori* asociados con eventos coyunturales?

Les propongo, amables lectores, trasladar el anterior punto al plano de las percepciones cotidianas. Para ello, sólo hojearemos los titulares nacionales de cualquier día laboral —sin incluir las columnas de opinión ni tampoco las de análisis—; por ejemplo, los del 6 de noviembre de 2006, que es la fecha en que escribo esta nota. Así podremos apreciar importantes fragmentos que luego se traducirán en opiniones y percepciones.



#### *Reforma:*

- Deja ir la PGR 78% de narcos
- Cesa SSP a mando ligado a banda
- Pasa de panzazo el gabinete de Fox
- Brillan los alcaldes ¡pero por su sueldo!

#### *El Universal:*

- Ugalde: requiere IFE más poder para sancionar
- Marchan miles en Oaxaca por la salida de Ulises y PFP
- “El Chapo” deja una estela de terror y muerte
- Capitalinos perciben aumento en el desempleo
- Transparencia: ven mexicanos más corrupción

#### *Excélsior:*

- Explosiones en Trife y PRI
- Darán tarjeta de identidad a niños

#### *Milenio:*

- Bombazos en el PRI y el TEPJF
- Proponen legalizar enlaces gay en Coahuila
- Ganan cárteles mexicanos 25 mdd en EU: Casa Blanca

#### *La Jornada:*

- Megamarcha pacífica
- Bombazos en el tribunal electoral y en el PRI
- Reinstalan hoy en la capital oaxaqueña mesa de diálogo

#### *El Financiero:*

- Ulises Ruíz acorralado; siguen cerradas las escuelas en Oaxaca
- Suben expectativas de inflación
- Urge a los estados fortalecer sus estructuras hacendarias

#### *El Economista:*

- Paupérrimos los salarios de los militares
- Desaprovecha México la estabilidad: Banxico
- Entra en funciones el nuevo tribunal electoral
- Desechan controversias de Ulises Ruíz

#### *El Sol de México:*

- Bombazos contra el Tribunal Electoral y el PRI
- Desdeña la APPO el diálogo; la Iglesia condiona mediación
- Oaxaca. Tierra de nadie
- Resalta Fox éxito de México en el combate a la pobreza
- Critica CNDH “muchas retóricas y pocos hechos” en este sexenio

#### *Diariomonitor:*

- Calderón hereda economía estrecha que podría agravarse
- El bolillo casi duplicó su precio y bajó en calidad
- SER y Economía no justifican gasto de \$138 millones: Price

#### *La Crónica:*

- Vázquez Mota: ojalá Oaxaca no trastoque relación con el PRI
- Intentan perredistas encabezar “megamarcha” de la APPO
- Irrumpe grupo en Catedral, grita consignas contra Norberto Rivera

#### *Ovaciones:*

- Desperdicia el foxismo excedentes
- Culpa SNTE a Tamez y Abascal
- Cobran bancos 56% a los trabajadores
- Extravían \$33 mil millones de etnias

#### *Unomásuno:*

- Montiel-Peña ¡corruptos!
- Zetas, cuestión de seguridad
- Suben expectativas de inflación
- Urge a los estados fortalecer sus estructuras hacendarias



Supongamos que nadie leyó nota alguna, ni siquiera por encima; todos nos quedamos con los titulares reseñados. Podemos preguntarnos si éstos fueron suficientes para provocar percepciones mínimas respecto a temas como:

- el avance, retroceso o estancamiento en el problema de Oaxaca
- el nivel de seguridad personal
- la impunidad
- los logros del foxismo
- la corrupción
- la eficiencia económica de los distintos niveles de gobierno
- los abusos de la banca
- las expectativas personales a corto plazo
- el gabinete de Felipe Calderón comparado con el de Fox

Es muy probable que este tipo de exposición superficial sea, finalmente, la que hace que la inmensa mayoría de los ciudadanos estén —o se asuman— “muy bien informados” acerca del acontecer nacional.



Desde luego que los programas noticiosos, tanto de radio como de televisión, al igual que los programas de debate, hacen su propia selección de los titulares impresos; de tal suerte que los comentaristas pueden agregar sus propias percepciones a la información contenida en las páginas, privilegiando los temas que más convengan a sus agendas.

A estos líderes de opinión se agrega otro grupo, que no necesariamente se integra con conductores de renombre: a él pertenecen el taxista “bien enterado”, siempre deseoso de hablar de lo que escucha en el radio; el peluquero, buen conversador como pocos; la maestra de cocina o de arte: el bolero, el compadre; el “ñero”; el “carnal”; el cuñado y la cuñada, el papá y la mamá; la hermana, la pareja, etcétera. Todos ellos aderezan las notas del día con su muy particular punto de vista.

Historias similares se repiten cuando se ofrecen productos y servicios de consumo masivo, éstos

aderezados con persistentes y millonarias campañas publicitarias. Veamos un ejemplo.

El 6 de noviembre al que nos referíamos, en televisión nacional se “estrenaron” 58 *spots* comerciales, los que sumados a aquéllos ya en el aire dieron un total de 26 sectores anunciantes que, a su vez, acumularon 2,261 “pases” al aire; mismos que se tradujeron en 16 horas de exposición a la audiencia nacional, con una inversión estimada en “tarifas públicas” en 300 millones de pesos. A las anteriores estimaciones debemos sumar las cantidades correspondientes a la publicidad impresa en diarios y revistas de circulación nacional.

Lo que tenemos, finalmente es que la exposición directa a esos bits y bytes de información, al igual que el insistente “de boca a boca” se diluirán y parcialmente se sedimentarán en el fondo de cada quién. Entonces, el azar tocará a la puerta de unos pocos y pregunta “¿usted qué piensa de...?”.



De las opiniones de esos pocos, los encuestadores estimarán cuáles son las percepciones sintéticas, con algunas disgregaciones analíticas sustantivas o geográficas —los que ahora son conocidas como “segmentos”—, mismas que el presupuesto, así como el tamaño y diseño de la muestra, habrán de fijar. Entrarán luego los analistas, quienes con los resultados en la mano, harán hallazgos relevantes sobre los que disertarán en sus informes y presentaciones

Otros analistas y líderes de opinión expuestos a los resultados coincidirán o discreparán, citando otras fuentes y encuestas que traten el tema. Y así surgirán “opiniones publicadas o divulgadas”, sean éstas destinadas a público masivo o a audiencias “selectas”, de acuerdo con la intención del cliente.

Eventualmente, llegará a alguien en las altas esferas del poder, una tarjeta que resumirá la discusión, y que hará factible la toma de decisiones y dar instrucciones que se traducirán en alzas o bajas de recursos cuantiosos. La leerá, cavilará unos instantes sobre el eterno dilema entre “realidad” y “percepción”. Agregará al resumen de hallazgos sus propias percepciones, sopesará sus propios recursos, compromisos y metas. Es probable que solicite la opinión de algún presente y sin más, gire instrucciones precisas. Y, posteriormente, tomará la tarjeta siguiente.☞



Edmundo Berumen es matemático de formación, aderezado con pinceladas de estadístico, converso desde hace tres décadas al difícil arte de hacer preguntas inteligentes sobre temas relevantes. A menudo contempla con asombro las respuestas provocadas y sufre un estado permanente de frustración al intentar ver más allá de los estadísticos sintéticos, tarea que lo lleva a identificar pedazos de información útil que se propone comunicar de manera coloquial e inteligente.

