

## Percepciones

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

**Edmundo Berumen  
Noviembre, 2006**

Si (No). Pienso que el próximo año .... mejorará (empeorará) (seguirá igual – de bien/mal) en comparación con este año. Estoy totalmente de acuerdo (algo de acuerdo) (indiferente) (algo en desacuerdo) (totalmente en desacuerdo) con .... . Califico el desempeño de .... con 3 (1,2,4,5,6,7,8,9,10). Apruebo (apruebo en parte) (desapruebo en parte) (desapruebo) .... . Creo que .... es mejor (peor) que ..... . Me duele ...., creo que tengo ... . No (Si) se arreglará ... antes de que ... .

Y por supuesto todas las respuestas anteriores complementadas con muchos: “no se” o “me niego a (prefiero no) contestar” en varias preguntas específicas; o el ya clásico “rechazo total a la entrevista” y obstáculos físicos para acceder en particular a los niveles socioeconómicos más altos. Peor aún, varias respuestas registradas corresponderán a individuos que no tienen información ni opinión alguna sobre el tema de la pregunta, pero en lugar del más honesto “no se”, sin razonamiento alguno aventurarán cualquier respuesta. Otras serán dadas por individuos con información vieja y no actual sobre el tema, complicada con distorsiones provocadas por deficiencias de memoria.

Ahí no termina, varias de las respuestas que sí se obtienen en una fecha y hora particular pueden cambiar en un tris-tras. Basta recibir comentarios de un pariente o amigo; oír la conversación de la “mesa de a lado”; leer el periódico del día, la revista quincenal o mensual, escuchar o ver algún noticiario, y estar expuesto a la publicidad o comerciales intercalados en todos los anteriores; o tener una alegría o infortunio personal, para que algunas percepciones individuales se modifiquen. Y al modificarse pocas o muchas percepciones individuales, también pueden cambiar las estadísticas que intentan sintetizar la percepción colectiva.

¿Dónde está entonces la “verdad”? ¿Cuál es la “realidad”?

Si el producto, servicio, organización, personaje o institución sobre la que se emiten opiniones y percepciones cuenta con características y atributos tangibles, ¿por qué no se ven reflejados fielmente en los indicadores sintéticos que producen las estadísticas correspondientes?

¿La realidad es el conjunto de atributos y características según los diseñadores del producto y/o ejecutantes del servicio, o es la percepción colectiva que generan aderezada con el entorno coyuntural del momento de la medición?

Por otro lado, ¿qué 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 y explicados por eventos coyunturales?

Ahora que la tecnología lo permite y está en boga regresar de la síntesis al desagregado individual, a la focalización en cada elemento que integra el universo de interés, se “re-descubre” que los atributos y características de los productos y servicios interactúan de manera unívoca con cada consumidor del mismo. Y la interacción modifica y agrega atributos y características específicas a cada interacción con el producto o servicio, y que de este conjunto acrecentado surgirán percepciones individuales sobre cada experiencia particular.

Trasladado lo anterior a las percepciones del acontecer cotidiano, basta hojear los titulares nacionales en primera plana de un puñado de periódicos en cualquier día laboral (sin incluir siquiera los de los columnistas y analistas), por ejemplo los del 6 de noviembre de 2006 al momento de escribir esta nota, para enterarse de una parte importante de los pedazos de información que luego generarán 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

**Excelsior:**

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

**Milenio:**

- Bombazos en el PRI y el TEPJF
- Proponen legalizar los enlaces gay en Coahuila
- Ganan cárteles mexicanos 25 mmdd 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 Ruiz, acorralado; sigue cerradas las escuelas en Oaxaca
- Suben expectativas de inflación
- Urge a los estados fortalecer sus estructuras hacendarias

**El Economista:**

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

**El Sol de México:**

- Bombazos contra el Tribunal Electoral y el PRI
- Desdeña la APPO el diálogo; la Iglesia condiciona mediación
- Oaxaca. Tierra de nadie
- Resalta Fox éxito de México en el combate a la pobreza
- Crítica CNDH “muchísima retórica 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 la 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 el “teaser” bajo el encabezado, todos nos quedamos en los titulares reseñados. ¿Fueron suficientes para provocar percepciones por ejemplo respecto a:

- 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 al corto plazo?
- Cómo será el gabinete de Calderón comparado con el de Fox?

Y es altamente probable que en este supuesto de exposición superficial quepan la inmensa mayoría de los ciudadanos “muy bien” informados sobre el acontecer nacional.

Por supuesto, los noticiarios de radio y televisión, así como los programas de discusión, harán su selección y retomarán varios de los titulares impresos, algunos análisis sobre los mismos de comentaristas en páginas internas, agregarán otros propios, y remacharán ese día y otros más los que a “su agenda” convenga.

Entran así los líderes de opinión, que no sólo incluye a los conductores de renombre; que por ser líderes siempre sucumben a la tentación de aderezar la nota con su particular punto de vista. Incluye también al taxista “enterado”; y por supuesto al peluquero, siempre buen conversador; a la maestra de cocina o arte; al bolero; al compadre y comadre; la ñera y el carnal; al cuñado y cuñada; al papá y mamá, a la hermana y hermano; a la pareja; a .....

Historias similares se repiten al considerar las percepciones respecto a distintos productos y servicios de consumo masivo, cuando adicional a lo anterior son aderezados ahora con persistentes y millonarias campañas publicitarias.

El mismo 6 de noviembre de 2006, en televisión nacional se “estrenaron” 58 spots comerciales, que junto con los que ya estaban al aire en un total de 26 sectores de anunciantes, acumularon en televisión nacional 2,261 “pases” al aire, que consumieron

16 horas de exposición a la audiencia nacional con una inversión estimada a “tarifas públicas” en 300 millones de pesos. Con los complementos correspondientes en radio más los impresos de diarios y revistas de circulación nacional.

Y claro, sin contar los impactos adicionales en medios locales impresos, de televisión y radio, tanto de noticias como de publicidad.

Así, la exposición directa a estos “bits” y “bytes” de información y el insistente boca a boca entra, se adentra, parte se diluye y desecha, parte sedimenta, y el sedimento aguarda en el fondo hasta que a unos pocos, muy pocos, realmente poquísimos, el azar toca a su puerta y pregunta: ¿Y usted qué piensa de ... ?

De las opiniones y percepciones de esos poquísimos los encuestadores estimarán las percepciones sintéticas del todo, con algunas desagregaciones analíticas sustantivas o geográficas (los tan en boga “segmentos”), las que el presupuesto, diseño y tamaño de muestra permitan. Entrarán luego los analistas (y algunos, pocos, encuestadores lo son), retomarán los resultados y descubrirán entre las cifras hallazgos relevantes e importantes sobre los que disertarán en sus informes y presentaciones.

Otros analistas y líderes de opinión expuestos a los resultados, coincidirán o argumentarán en contra citando otras fuentes y encuestas sobre el tema. Y así nacerán “opiniones publicadas o divulgadas” ya sea a nivel masivo o para audiencias selectas, según la intención del cliente.

Eventualmente llegará una “tarjeta” que resuma la discusión a alguien en posición de poder, capaz de tomar decisiones y dar instrucciones que significaran el movimiento, al alza o baja, de recursos cuantiosos. La leerá, cavilará unos segundos sobre el eterno dilema entre “realidad” y “percepción”. Una levísima sonrisa imperceptible para el resto de los presentes se dibujará en su rostro al reconocer en qué germinaron algunas semillas que tiró al pasar. Agregará al resumen de hallazgos sus propios sentidos y percepciones, sopesará sus recursos, compromisos y metas, quizá solicite la opinión de alguien presente, y sin más trámite girará instrucciones precisas y tomará la tarjeta siguiente.

Al final del día, mientras saca con desenfado de su bolsa algunas semillas que riega al azar, abono misterioso para la siguiente oleada de percepciones a medir, le pregunta sin esperar respuesta a su sentido más agudo, ¿y bien olfato, qué tan bien me aconsejaste hoy?