

SEGURIDAD NACIONAL Y OPINION PUBLICA

1994 - 2000

Edmundo Berumen

Otear, pulsar la "opinión pública", fue durante mucho tiempo el privilegio exclusivo de destacados olfatos políticos desarrollados en largas carreras al servicio público, así como de avezados empresarios buscando anticipar y satisfacer modas y tendencias del consumidor.

Con el desarrollo de las ciencias sociales, llegó la preocupación de construir marcos de referencia para medir conductas y percepciones de manera objetiva, mediante estudios de caso con guías de observación y cuestionarios bien estructurados alrededor de conceptos operativos lo más cercanos posibles a las definiciones formales especificadas en las teorías. Mediante la inducción se avanzaba lentamente hacia conclusiones sostenibles.

El uso exitoso de la estadística en el campo industrial para controlar procesos y calidad de productos, pronto llegó al campo demográfico, económico y social, trayendo consigo la "inferencia estadística" como la herramienta básica para arribar con mayor celeridad a estimaciones válidas de parámetros poblacionales de universos grandes. Se logra así estimar con buena precisión promedios, proporciones, tasas, razones y totales de parámetros relativamente estables (estaturas y pesos promedio, tasas de desempleo, ingresos promedio, incidencia de enfermedades, etc).

El avance en el campo social no se detuvo, y entre cosas nos enseñó que la percepción individual y colectiva del momento, es la realidad del momento. Se intensifica entonces, de manera particular en las esferas de gobierno, la necesidad de medir periódicamente parámetros dinámicos que reflejen las cambiantes opiniones y

percepciones de distintos grupos poblacionales, y así estar al tanto de las preocupaciones y sentir de la sociedad sobre el acontecer local, regional y nacional. El seguimiento permite actuar en consecuencia para mejorar la difusión de hechos y logros, y anticipar respuestas posibles a problemas que preocupan a la sociedad.

A su vez, el desarrollo tecnológico en los medios de transporte, pero sobre todo en los medios de comunicación, trajo como consecuencia una sociedad expuesta a más información local, regional, nacional y global, con mayor oportunidad y frecuencia.

Llegamos así a los albores del siglo **XXI**. En un artículo escrito a principios de **1995** señalaba que "A diario escuchamos en la radio, vemos en televisión, leemos en periódicos y revistas, los resultados de la encuesta más reciente sobre los temas más diversos. En base a ellos se compara, alaba, defiende, justifica, reprocha o ataca, a instituciones, organismos, administraciones, programas, proyectos, funcionarios, grupos, partidos políticos, personalidades, o sociedades enteras."

El advenimiento y crecimiento explosivo de internet en el periodo **1995-2000** me hizo quedar corto. El preguntar, obtener una respuesta, procesarla y desplegar el resultado con el último dato recogido, todo esto en "tiempo real", es desde hace tiempo algo cotidiano, no solo en internet, sino también en diversos noticiarios y programas que hacen sondeos telefónicos mediante llamadas "entrantes" a números específicos.

Pero algo se perdió en el camino. Cuando la indagación cae en la categoría de "sondeo", donde el informante se "autoselecciona" al aceptar la invitación a contestar la pregunta del momento en el sitio visitado, o llama al número de teléfono indicado para el "sí" o el "no", se pierde la característica metodológica crucial de la encuesta por muestreo: que el procedimiento que se utilice para seleccionar a los encuestados y procesar la información, permita inferir estimaciones válidas sobre el tema investigado para **toda** la población de interés.

Si el diseño de una indagación **no tiene** esta característica, sus resultados, y las interpretaciones que de ellos tanto gustan hacer algunos conductores de noticieros y comentaristas, son meros "datos

curiosos", útiles para llenar espacios ociosos en diversos medios, pero que sólo se refieren a los pocos o muchos informantes que fortuitamente estaban sintonizados al sitio o medio correspondiente.

El investigar un tema por medio de una encuesta, conduce a realizar ésta en base a una **muestra probabilística** de la población que se quiere estudiar. El hacerlo así reduce considerablemente los costos de la investigación, los resultados se conocen en corto tiempo, y aunque parezca paradójico, un diseño y tamaño adecuado de muestra permite mejor calidad, precisión y confiabilidad de los datos que se miden, comparado con los que se obtendrían en base a un censo.

Hay muchas técnicas de muestreo que aseguran muestras probabilísticas, y el uso de alguna de ellas depende de la experiencia y creatividad de cada encuestador. Lo esencial es que se conozcan las ventajas y limitaciones del diseño particular usado.

Una clase de diseños que se utiliza mucho es el de encuestas por teléfono. Entre las ventajas que tiene están: su bajo costo, la posibilidad de controlar la consistencia de respuestas en el transcurso de la entrevista misma y rectificar en el acto, su eficiencia estadística cuando se utilizan esquemas de selección que dispersan ampliamente la muestra seleccionada, su corto tiempo de ejecución, la posibilidad de hacer cortes de estimación con los datos del día o sumar los de días consecutivos, y la oportunidad de sus resultados finales.

Entre sus desventajas están: a lo más sólo cubre a la población que vive en viviendas y hogares particulares que cuentan con al menos una línea de teléfono (en los diseños particulares utilizados por el **CISEN** es necesario agregar "que no sea privada", ya que los hogares que sólo tienen líneas privadas de teléfono quedan fuera, pues estos números no aparecen en los directorios telefónicos); el tiempo de entrevista debe ser corto, mucho más que el de entrevistas cara a cara en el hogar; el instrumento de medición está limitado a preguntas directas (no se pueden "mostrar" tarjetas con opciones o ilustrativas del concepto requerido); es necesario llamar en fines de semana y horas "inconvenientes" para tener mayor probabilidad de encontrar al informante seleccionado; se tiene menor certeza de que la persona entrevistada es quien dice ser.

No obstante los anterior, reconocidas sus limitaciones, las encuestas por teléfono son un instrumento útil y ventajoso para estudiar las opiniones y percepciones de la subpoblación que cuenta con al menos una línea de teléfono en su vivienda. En no pocas ocasiones es precisamente éste el grupo de interés para el estudio.

El Centro de Investigación y Seguridad Nacional (**CISEN**) nos entrega en "Seguridad Nacional y Opinión Pública, **1994-2000**", una rica selección de resultados de distintas encuestas nacionales probabilísticas levantadas por teléfono, que incluyen:

- * **3** encuestas sobre seguridad nacional levantadas en julio de **1998**, julio y octubre del **2000**;
- * **28** sobre seguridad pública y narcotráfico levantadas entre diciembre de **1994** y octubre del **2000**;
- * **30** sobre el conflicto armado en el estado de Chiapas (**28** de ellas desagregando los resultados también a nivel estatal), levantadas entre diciembre de **1994** y octubre del **2000**;
- * **19** sobre el ejército popular revolucionario y escisiones, levantadas entre julio de **1996** y octubre del **2000**;
- * **14** sobre percepciones económicas, levantadas entre marzo de **1995** y julio del **2000**; y
- * **14** sobre percepciones políticas, levantadas entre marzo de **1995** y julio del **2000**.

Todas las encuestas reseñadas cumplen con el requisito indispensable para ser consideradas investigaciones serias de la subpoblación de interés. Esto hace de la colección de resultados reseñados un valioso activo para la investigación social en campos delicados del acontecer nacional. El que el **CISEN** los divulgue debe ser aplaudido, y promovido el que así continúe a futuro con mayor frecuencia y oportunidad.

De igual forma, los comentarios y críticas sustantivas que su análisis despierte en distintos auditorios deben ser bienvenidas por el **CISEN**, pues ello le permitirá calibrar y afinar enfoques, marcos de referencia y análisis más detallado.

Por último, no resisto el iniciar el proceso con una crítica menor. Como ya se mencionó, el método de selección de números de teléfono deja fuera a los hogares en viviendas con sólo líneas privadas, seguramente un subconjunto pequeño comparado con el universo de hogares con teléfono. La solución es sencilla y simple. A los números de teléfono que resulten seleccionados mediante el procedimiento actual, se le suma "1". Por ejemplo, si el número seleccionado en el directorio de la ciudad de México es el **5536-2812** al sumarle **1** se convierte en el **5536-2813**; éste es el número seleccionado en muestra.

El esquema anterior da igual probabilidad a todo número de teléfono, aún cuando **NO** esté listado en el directorio, ya sea por que es una línea privada o por que fue dado de alta en fecha posterior a la edición del directorio.

¿Cuándo hubiera sido seleccionado el número inicial del ejemplo?
Cuando la selección inicial fuese el número **5536-2811**.