

DR. ANA CRISTINA COVARRUBIAS
Aspectos no Cuantitativos en la Investigación sobre Opinión Pública.

La investigación de la opinión pública es un tema del cual el tomador de decisiones oye hablar cada vez con más frecuencia. Es un asunto controvertido en los ámbitos políticos, es materia de dudosa credibilidad para muchos.

Hasta ahora sólo al interior del ámbito académico se ha discutido con seriedad. Es este coloquio un esfuerzo sin precedente de análisis, en un foro precisamente abierto a la opinión pública, de lo que esta materia significa y puede significar en nuestra realidad.

Considero que el tema de inmediato suscita por lo menos tres interrogantes fundamentales:

- ¿Hasta qué punto se puede medir la opinión pública? En otras palabras ¿Que tanto la investigación de la opinión pública refleja con efectividad el estado anímico de la población?
- ¿Tiene alguna capacidad predictiva?
- ¿Qué tanto influye en la población la publicación de sus resultados?

Me voy a abocar al análisis de los dos primeros cuestionamientos que tienen que ver con asuntos metodológicos y para ello me voy a permitir partir de un marco teórico derivado de la Psicología Social. Esta disciplina enmarcada en la corriente de investigación psicológica del cognoscitivismo se acerca al estudio del comportamiento humano ubicado en un contexto social y pretende arribar a la explicación del mismo y a su eventual predicción. Su unidad última de análisis la

constituyen los procesos perceptivos de los individuos, los cuales se contemplan vinculados con la conducta.

Una de sus tesis centrales es que el comportamiento de los individuos en relación a un objeto determinado, depende en gran parte de lo que éstos piensan, sienten y esperan con respecto a dicho objeto. En otras palabras que las percepciones de los individuos pueden ser más o menos claras o más o menos correctas o concordantes con la realidad, más o menos justas, más o menos profundas, pero que con cualesquiera de esos matices, lo importante de destacar es que el comportamiento del individuo depende en gran medida de ellas.

Se trata entonces de conocer al individuo por la vía de sus procesos perceptivos los cuales son transmisibles a través de la comunicación, principalmente la verbal. Esta aproximación teórica comprobada a través de todo un cuerpo de investigación empírica es especialmente relevante a la investigación de la opinión pública, le da justificación y le aporta metodologías, técnicas e instrumentos de medición.

Con base en lo anterior se puede responder afirmativamente a la interrogante planteada. Si es posible "medir" la opinión pública entendiendo por esto la posibilidad de cuantificar las percepciones, actitudes y expectativas de los individuos, expresadas por la vía de las respuestas verbales a reactivos definidos como indicadores de los fenómenos estudiados.

Ahora bien, el hecho de poder medir la opinión pública ¿posibilita la predicción de las conductas de los individuos? La predicción en ciencias sociales en general, no es directa ni unívoca sino más bien probabilística. En consecuencia lo que se puede afirmar es que la investigación de opinión pública, siempre y cuando sea confiable y válida, puede ser utilizada para el planteamiento de escenarios prospectivos en los que las conductas individuales se manejan como variables con una determinada probabilidad de ocurrencia.

Pasando a otro orden de ideas y considerando a la investigación de la opinión pública en su forma más evidente, como investigación descriptiva, como fotografía de la realidad perceptiva de los individuos en un momento dado, me parece relevante señalar la utilidad que tiene en distintos campos de acción:

- Es en general, una herramienta valiosa que contribuye a la toma racional de decisiones en materia de estrategias generales y programas de acción.
- Otorga información básica para el planteamiento de escenarios prospectivos y constituye un instrumento importante de planeación.
- Ofrece información esencial para la definición de estrategias generales de comunicación social (y en su caso mercadotécnico) y para el diseño de programas y comunicaciones específicas.
- Constituye de hecho una forma de participación de la población en la toma de decisiones. Teóricamente en base a un muestreo probabilístico, toda la población tiene la oportunidad de opinar y aportar sus puntos de vista a la solución de una problemática determinada, con excepción hecha del voto, la investigación de opinión pública es la única oportunidad que tiene toda la población de dar a conocer en forma directa y libre sus formas de percibir la realidad y en su caso, sus expectativas de cambio. Es pues un instrumento de Gobierno Democrático
- En lo referente a la implantación exitosa de programas gubernamentales de acción como

por ejemplo: ¿Cómo lograr decrecer la tasa de crecimiento de la población sin contar con la participación activa de ésta en el uso de algún método anticonceptivo? ¿Cómo impulsar el crecimiento económico del país sin conseguir que los sectores relevantes participen mediante la inversión? Participación activa de la población y avance de programas de acción van de la mano. En este contexto, la investigación de la opinión pública puede contemplarse como una herramienta moderna de Gobierno eficiente en tanto que otorga la información necesaria para el diseño de estrategias de impulso a la participación.

Si bien definiendo la utilidad de la investigación de la opinión pública también aclaro que su valor está supeditado a los aspectos metodológicos de confiabilidad y validez.

La confiabilidad como estimación estadística del error, como alcance y representatividad de la muestra, como replicabilidad tiene que ver más con los aspectos cuantitativos del estudio.

La validez por su parte, entendida como el qué tanto un estudio mide lo que pretende medir o refleja la realidad de un fenómeno, se vincula más con los aspectos cualitativos de la investigación.

¿Cuáles son esos aspectos cualitativos? Si se considera que estamos hablando de un tipo de investigación en el que la materia de estudio es la opinión pública, es decir lo que los individuos piensan, sienten y esperan acerca de un determinado asunto y que la medición de la misma depende del registro de las expresiones verbales de los individuos ante un determinado reactivo o pregunta, resulta evidente que la validez de la información recabada va a estar afectada por factores tales como: el reactivo o pregunta que se diseña, el concepto con el que se representa, el lenguaje con el que se exprese, la forma como se presente,

el método de registro, que se utilice, la técnica de codificación que se aplique y el contexto en el que se interprete. Todos estos factores constituyen los aspectos cualitativos de la investigación que se refieren a cada una de las etapas de dicho proceso y que son relevantes a cualesquiera de las metodologías y técnicas que se empleen.

Destacar la importancia de los aspectos no cuantitativos en la investigación de la opinión pública, es el objetivo central de mi ponencia, subrayando que dicha importancia se finca en el hecho de que tales aspectos constituyen las determinantes fundamentales de la validez de un estudio. Señalar que en el campo de trabajo no es poco frecuente la desatención a tales aspectos y que en consecuencia, en ocasiones se cae en la simple producción de cifras que poco o nada tienen que ver con las realidades perceptivas de nuestra población, es un objetivo paralelo de esta intervención.

Buena parte de este problema se origina por un lado, del desconocimiento o desatención de las características socio-psicológicas del encuestado o entrevistado y por otro de la utilización de métodos y técnicas que aplicados directa e indiscriminadamente resultan irrelevantes o ajenos a nuestra cultura.

Las encuestas cerradas, aquéllas en las que el sujeto de estudio debe solamente indicar mediante una cruz la alternativa que prefiere de entre varias opciones presentadas en tarjetas diversas, encuestas de uso corriente en el campo profesional de nuestro país, son las que salvo casos excepcionales, ilustran de manera más patente los problemas antes mencionados y constituyen claros ejemplos de investigación de la opinión pública de validez dudosa agravada por confiabilidad mínima si la encuesta no ha sido levantada con base en un muestreo probabilístico.

Cuando la investigación de la opinión pública se hace sobre población en general, es altamente probable que nuestro encuestado, dadas las condicionantes

históricas y socio-económicas a las que ha estado sujeto, se aproxime a una descripción como ésta: Se trata de una persona con menos de seis años de escolaridad, que precariamente accede a los satisfactores básicos, que está poco informada no sólo por su escasa escolaridad sino porque acostumbra exponerse más a la radio y a la TV que a los medios impresos, que en su exposición a los medios busca más el entretenimiento que la información por lo que prefiere los programas musicales de la radio y en la TV las telenovelas si es mujer y los programas deportivos y policíacos si es hombre. Que cuando recurre a los medios impresos busca las historietas como el Libro Vaquero y la Novela Sentimental. Una persona con procesos de pensamiento sencillos, que maneja más la concreción que la abstracción, que no hace concatenaciones de premisas para arribar a conclusiones y que en consecuencia frecuentemente cae en inconsistencias y contradicciones. Una persona en la que sus posturas frente a los hechos de la realidad dependen más de aspectos emocionales que racionales. Una persona que tiende a sentirse insegura, devaluada por el peso de no tener estudios, que tiene un manejo limitado del lenguaje. Una persona que elabora juicios valorativos sencillos, bipolares, para la cual los fenómenos de la realidad son buenos o malos, negros o blancos y no de variados matices. Una persona con fuerte arraigo a valores tradicionales que se rige por los síndromes del autoritarismo y la sumisión, del machismo y la abnegación, del paternalismo y la no asunción de responsabilidades. Una persona en fin que en términos cognoscitivos vive como diría Gabriel García Márquez, en el *Realismo Mágico*.

¿Cómo va a responder esta persona ante una situación de encuesta en la que se hace una introducción formal que ensancha la distancia entre el encuestador y el encuestado que ya de por sí éste percibía grande. Ante conceptos ajenos a su realidad, ante lenguajes formales o académicos de difícil comprensión, ante formatos extraños, ante escalas de 5, 7 o más puntos que fuerzan a hacer juicios valorativos desconocidos o ante

simples preguntas de dos alternativas de respuesta que implican la exclusión de una de ellas por la vía de la concatenación de una serie de premisas?

La experiencia de campo demuestra que trabajando en población en general la mayoría de los encuestados responde con amabilidad y paciencia pero sus respuestas frecuentemente son inválidas en el sentido de que no reflejan realmente su manera de pensar y no es tanto que el encuestado mienta, la mayoría de las veces no lo hace, es más bien que la metodología y la técnica han sido inadecuadas.

Cuando se analizan las respuestas a preguntas cerradas, a la luz de las justificaciones que les otorgan los encuestados se encuentran con no poca frecuencia situaciones como éstas: Que un "sí" en realidad venía siendo un "sí pero no" y un "no", un "no pero sí". Que un "sí" o un "no" podían significar "quien sabe". Que un "mejor" finalmente era "peor" y viceversa. Que un "igual" significa "igual de mal".

Que el mero hecho de registrar mediante una cruz o equis la respuesta dada por el encuestado puede ser percibido por éste como algo devaluativo en tanto que un "tache" significa que es incorrecta "está mal, como en la escuela" su respuesta.

Estos no son más que unos ejemplos para llamar la atención acerca de los problemas de validez que pueden tener las encuestas construidas sólo a base de preguntas cerradas cuando se aplican a población en general.

Esta técnica de medición de la opinión pública se defiende en razón de las ventajas que ofrece en cuanto a la rapidez con que puede recogerse la información y en consecuencia la oportunidad de la misma. No obstante es mi convicción que su aplicación sólo es sustentable cuando se dirige a grupos específicos de alta escolaridad, cuando se diseña con base en un estudio cualitativo previo (grupos focales) que generó

las categorías y las formas lingüísticas a utilizar y cuando se complementa con preguntas abiertas de cuyas respuestas es posible obtener criterios para la validación de los reactivos cerrados.

En la técnica de la encuesta cerrada no se agota la investigación de la opinión pública. Existen otras entre las que cabe destacar los grupos focales y las entrevistas individuales a profundidad orientadas precisamente a la obtención de una información integral y más profunda, pero que tienen también sus ámbitos de aplicabilidad y sus limitaciones.

En todo caso, la reflexión que finalmente quisiera dejar asentada es sobre la necesidad de promover la creatividad de los investigadores para la adaptación, revisión o innovación de métodos y técnicas. Sólo así podremos generar investigación de la opinión pública válida y relevante a las condiciones de nuestro país y población.