



## Looking to vain hopes to decode reality

In this article we deal with the debate, manifest in the printed press, concerning the pliable and accommodating use of figures and numbers during President Uribe's administration. The vulnerability of the Colombian statistical system, subjected as it is to a policy which demands favorable figures, is proved via authorized opinions, and analyzed based on a theory of argumentation.

**Key Words:** statistics, credibility, argumentation.

Se aborda el debate que han dado los medios impresos al manejo acomodaticio de las cifras en el gobierno del presidente Uribe. La vulnerabilidad del sistema colombiano de estadística, sujeto a una política que exige guarismos favorables, se demuestra con voces autorizadas de la opinión y se analiza desde la perspectiva de la *teoría de la argumentación*.

**Palabras clave:** estadísticas, credibilidad, argumentación.

# Cifrar

## vanas esperanzas para descifrar la realidad

"**P**ablo ardila. La verdad". Con este titular en cuerpo gigantesco y un aviso de página completa en *El Tiempo* del 18 de marzo de 2007, el gobernador de Cundinamarca quiso demostrar "con hechos" los resultados de su gestión. Para ello, y a instancias del diario de su propiedad, *El Espacio*, encargó una encuesta al Centro Nacional de Consultoría, que realizó 2.000 entrevistas personales en hogares, a hombres y mujeres mayores de 18 años, residentes en municipios de Cundinamarca, entre el 24 de febrero y el 5 de marzo de 2007.

Tras indagar la opinión de los encuestados sobre inversiones en educación, agua potable y saneamiento, acueductos regionales, vías, salud, turismo y cultura, con los gráficos a la vista, se concluye en tipografía resaltada que: "PESE AL ATAQUE DE LOS MEDIOS, LA OPINIÓN PÚBLICA VIVE LA GESTIÓN Y NO SE ENGAÑA": el 59% tiene una opinión favorable del gobernador de Cundinamarca; el 58% aprueba la gestión y el 52% cree que las cosas están mejorando en el departamento.

Como se ve, unos cuantos millones de pesos —que seguramente salieron del erario público— pueden producir un cambio extre-

mo de imagen. Faltaría contratar el estudio para saber qué porcentaje de lectores de *El Tiempo* que vieron el aviso cambiaron su percepción sobre el personaje. Y si se quisiera llegar al hueso de la verdad en esta exploración, habría que hacer una entrevista en profundidad a cada entrevistado para saber qué tanto conocía sobre el personaje antes de la encuesta, con preguntas neutrales, despojadas de todo sesgo. Mejor dicho, con un cuestionario elaborado por ángeles.

Este caso viene a cuento para demostrar una vieja hipótesis: en la construcción de opinión pública las cifras tienen un poder arrollador y se prestan para toda clase de acomodados. Y ese informe de opinión pública es arcilla húmeda en manos de los estrategas de *marketing* y de los legitimadores de marcas y de ideas.

### El censo de la discordia

El pensamiento positivista nos enseñó a confiar en las cifras como argumento probatorio. Las estadísticas científicamente obtenidas se constituían en prueba de peso indiscutible. Ayudaban a contrarrestar los efectos de la pura especulación al momento de interpretar un hecho.

.....

\* **Mariluz Vallejo Mejía.** Colombiana. Comunicadora social-periodista, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Doctora en Ciencias de la Información, de la Universidad de Navarra (España). Profesora asociada del campo de Periodismo de la Pontificia Universidad Javeriana, directora de la revista *Directo Bogotá*. Autora de los libros *La crítica literaria como género periodístico* (Navarra, Eunsá, 1993), *La crónica en Colombia, medio siglo de oro* (Bogotá, Presidencia de la República, 1997) y *A plomo herido, una crónica del periodismo en Colombia 1880-1980* (Bogotá, Planeta, 2006). **Correo electrónico:** maryluz.vallejo@javeriana.edu.co.

Pero en las lógicas productivas del mundo contemporáneo, los hacedores de cifras terminaron por desvirtuar la “prueba reina”, al diseñar los estudios estadísticos al amañó de los intereses del cliente. Eso se infiere de la polémica que desde el último censo de población del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2005-2006) comenzó a ventilarse en los medios de comunicación, a partir de las críticas y cuestionamientos de académicos y expertos.

Dicho censo —que tomó un año para aplicarse y tomará otro tanto para arrojar resultados consolidados— dejó malestar entre los especialistas por su forma de aplicación y metodología. No olvidemos que todo comenzó con la renuncia, en septiembre de 2004, del director del DANE, César Caballero, quien, pese a su cercanía con el presidente Uribe Vélez, estuvo en desacuerdo con la drástica modificación de la metodología del censo de 1993.

La decisión de Caballero dejó en evidencia la vulnerabilidad del sistema colombiano de estadística, sujeto a una política gubernamental que exige guarismos favorables a la gestión, para efectos propagandísticos.

Ante las dudas y controversias que ha suscitado el censo, el director del DANE, Ernesto Rojas Morales, exclamó: “El país debe confiar en nuestras cifras”, como pidiendo un acto de fe. Y no dudó en hacer una gráfica comparación: “Es un asunto tan grave como si el paciente no confiara en el laboratorio que va a analizar su sangre para diagnosticar si está bien de salud o si padece algún tipo de enfermedad”, declaración doblemente falaz porque incurre en falsa analogía y apela a la ignorancia, puesto que, según el funcionario, el proceso censal es tan tecnificado, científico y controlado que resulta imposible manipular las cifras. Ante la dificultad de probar lo contrario (que no imposibilidad para los organismos de con-

trol) se pide, al menos, el beneficio de la duda.

Los primeros en poner el grito en el cielo fueron los editorialistas, los columnistas de opinión y los expertos del ámbito académico que recogieron ese sentimiento de los compatriotas perplejos de vivir en un país donde aparecen vírgenes en las paredes y desaparecen personas; donde la economía crece a un ritmo de país desarrollado (6,8%) y el empleo baja; donde el nivel de pobreza decrece sustancialmente en varias ciudades, pero hay niños que mueren de hambre en el Chocó. Cuando suponíamos que éramos 44 millones de colombianos, aparecieron 3 millones menos en el censo (quienes, supuestamente, están en el exterior), y cuando creíamos que había 3 millones

de desplazados, el censo sólo arrojó menos de medio millón. Paradojas que le han dado un tinte tragicómico al debate.

Con el último censo se ha hecho más visible la cadena de infortunadas encuestas que confeccionan realidades cada vez más inverosímiles, tanto así que algunos medios se resisten a tragar entero y comienzan a preguntarse por el rigor metodológico del estudio: la representatividad de la muestra, la recolección de la información, el tiempo de ejecución y, sobre todo, quién lo financia.

### La influencia del **realismo mágico**

Según Olga L. González, colaboradora de *El Tiempo*, Invamer Gallup se sumó a los homenajes al Nobel de Literatura García Márquez en marzo, con la encuesta sobre la favorabilidad del presidente Álvaro Uribe, que arrojó un triunfal 65% de apoyo. González cuestionó la representatividad de la muestra considerando que se aplicó telefónicamente: “¿Qué porcentaje de desplazados, campesinos, desempleados y pobres de las grandes ciudades tienen una línea de teléfono personal?”, además de mencionar ese

**“en la construcción de opinión pública las cifras tienen un poder arrollador y se prestan para toda clase de acomodados”**

19% de estratos altos, porcentaje que no existe ni en los países europeos más pujantes.

Tanto González como el columnista de *Semana* Daniel Coronel cuestionaron, además, la independencia de Jorge Londoño, gerente de la firma encuestadora y simpatizante declarado del presidente. Londoño tuvo la oportunidad de responder a los detractores en su columna de *El Tiempo*, pero, como su habilidad para las cifras es inversamente proporcional a su capacidad retórica, no convenció. Y es que sus explicaciones suenan tan peregrinas como las cifras que dio en el pasado marzo, declaraciones sobre el incremento de hogares colombianos con capacidad de ahorro o, la tapa, cuando aclaró que la subida de la tasa del desempleo se debía a que más colombianos habían dejado de trabajar porque gozaban de mayor poder adquisitivo y se podían quedar tranquilos en sus casas o irse a estudiar.

Sí convenció, en cambio, el ex director del DANE, César Caballero, cuando se le preguntó en un artículo: “¿Qué tanta credibilidad podemos darle a las alentadoras cifras a las que nos está acostumbrando el gobierno nacional?, ¿qué tan cierto es que ‘20 millones de compatriotas’ recorrieron las carreteras del país en diciembre de 2003?, ¿cómo explicar la cifra de aumento en [el] PIB que tanto desconcierto produjo entre los analistas?”, para concluir: “Siempre existe la tentación, por parte de los gobernantes, de intentar obtener cifras que contribuyan a realzar su gestión de gobierno” (2006).

En el mismo sentido, afirma el economista Eduardo Sarmiento (2007): “Las autoridades económicas están dando una pobre demostración de profesionalismo. Cuando las cifras favorecen al Gobierno, hacen toda clase de despliegues, y cuando lo desfavorecen, las atribuyen a los errores del DANE”. Cuando las cifras parecen reflejar al país real, entonces, el gobierno cues-

tiona el procedimiento. Así ocurrió cuando el DANE reportó un millón de empleos perdidos en el segundo semestre de 2006. La perturbadora cifra sólo se vino a aclarar en abril de 2007, cuando Planeación Nacional, por arte de birlibirloque estadístico, demostró que el desempleo bajó y subió la ocupación, así, entonces, no teníamos de qué preocuparnos.

Según Planeación Nacional, el error radicó en que la Encuesta de Hogares que se aplicaba antes le preguntaba a la población discapacitada por su ocupación, en cambio, en la Encuesta de Hogares de 2006 se dio por hecho que el discapacitado no trabajaba. En suma, un cuestionario mal formulado deformó la realidad del empleo. O del desempleo. Para no hablar de otras categorías que puso a circular el DANE, de “subempleo subjetivo” y “subempleo objetivo”, que, por ser exclusivas de Colombia, suenan a eufemismos.

Como lúcidamente aclara Sarmiento (2007), en lugar de avanzar en las soluciones para el desempleo, el gobierno se empeña en buscar los errores en seis encuestas que siempre dan el mismo resultado, porque el problema no está en la metodología estadística, sino en el modelo económico de libre comercio que adoptó el país.

Tal es el caos que pueden ocasionar las cifras —supuestamente llamadas a ordenar la realidad—, que sobre la suerte del Instituto de los Seguros Sociales (ISS) se realizaron dos encuestas, en las mismas fechas y ciudades, que arrojaron resultados diferentes sobre la opinión de los colombianos. En

la encuesta del Opinómetro (contratada por *El Tiempo* y *La W*) y realizada en las 13 principales ciudades del país sobre una muestra de 700 personas, el 24 de enero de 2007, el 66,4% se mostró en desacuerdo con la liquidación del ISS. En la encuesta encargada por la Presidencia de la República, con un universo de

**“las cifras pueden afirmar una cosa, o todo lo contrario según su manejo”**

1.200 personas en nueve ciudades principales del país, el 24 y 25 de enero, el 48,6% consideró acertada la decisión del gobierno. Como hemos dicho, encuestas confeccionadas a la medida de los intereses del cliente.

## Lecciones de los guarismos

Con esta cátedra permanente de aritmética democrática y teniendo en cuenta que las cifras pueden afirmar una cosa o todo lo contrario según su manejo, los medios tendrían que aprender varias lecciones, toda vez que las encuestas son el material informativo predilecto para desplegar en sus agendas informativas.

Primera, buscar otros estudios para poder comparar estadísticas y, en caso de no existir, exigirlos al gobierno (cuando se trate de sondeos sobre políticas públicas o de sondeos electorales). Segunda, sospechar en principio de todas las encuestas oficiales hasta que el análisis del diseño metodológico ofrezca plena confianza, empezando por la representatividad de la muestra. Como se hace en otros países, los medios de comunicación podrían contratar veedurías y asesorías académicas para preparar mejor a los periodistas en la lectura de estadísticas.

Según lo visto en los ejemplos, el diario *El Tiempo* está cumpliendo una eficaz labor

editorial al profundizar en la información sobre encuestas y dar cabida a los analistas de la talla de Stefano Farné (director del Observatorio del Mercado de Trabajo y de la Seguridad Social de la Universidad Externado de Colombia) y contar con un destacado equipo de columnistas politólogos, interesados en el fenómeno de las cifras.

**“los medios tendrían que aprender varias lecciones, toda vez que las encuestas son el material informativo predilecto para desplegar en sus agendas informativas”**

Finalmente, los ciudadanos, consumidores permanentes de encuestas (a la vez que “carne de encuestadores”), deberían convertirse en veedores de esa herramienta democrática y pedir más explicaciones cuando las cifras pinten una dudosa realidad. Porque aunque muchos sostengan que para el debate público es indispensable hablar con cifras, éstas cada vez son más engañosas y nos llevan a cifrar vanas esperanzas en el futuro.

## Referencias

- Caballero, C. (2006), “Sobre estadísticas imaginarias y credibilidad” [en línea], disponible en <http://www.voltairenet.org>, recuperado: 20 de febrero de 2006.
- Sarmiento, E. (2007), “¿Cambio de cifras de empleo o cambio de modelo?” [en línea], disponible en <http://Colombia.indymedia.org/news>, recuperado: 11 de febrero de 2007.