

¿Quién teme a la información?

Edmundo Berumen

Este País
Enero 2002
Número 130

DESDE LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS del fin del segundo milenio la información cobró su estatus como un bien público y privado altamente cotizado. Del manejo de la "información como poder", accesible sólo a un grupo de iluminados o élite privilegiada, se transitó a convertirla en un bien más del libre mercado, auspiciando con ello la consolidación de una floreciente industria de investigadores de mercado y opinión pública, el establecimiento de mejores sistemas nacionales de estadística pública, y más recientemente, la incorporación de importantes desarrollos en telemática que facilitan su acceso, consulta y oportunidad.

A inicios de este mes, el Ejecutivo ha enviado al Congreso su Iniciativa de Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información; en ella se asevera que "toda información en posesión del Estado es pública. Lo anterior significa que la regla es la apertura y la reserva la excepción"; tan sólo "se protegerán los datos personales en posesión del Estado, para garantizar que no se afecte la vida de los particulares". Con ella se piensa avanzar en la consolidación de nuestra democracia, en el combate a la corrupción, en el ahorro de recursos públicos, en la confianza de la sociedad en sus instituciones, y en apuntalar la actividad productiva del país.

En este contexto, todo ciudadano debe tener el derecho a sustentar una opinión sin interferencia alguna, la libertad para expresar su opinión si así lo desea, y la libertad y el derecho para conocer la opinión de otros que la han hecho pública.

Sin embargo, en contrasentido, hay quienes le temen a la información. En particular, en el terreno de la investigación preelectoral, sobre el seguimiento de las preferencias electorales de la ciudadanía a lo largo de una campaña, hay quienes arguyen que la divulgación de los resultados de encuestas preelectorales puede tener un efecto en la votación, y en el comportamiento del votante. Hay quienes "piensan" que esta divulgación acarrea simpatizantes al líder momentáneo de las encuestas; y otros que hace lo contrario, que induce votos tácticos en contra del líder; otros más, que reduce la participación ciudadana en la elección al generar desencanto ante resultados anunciados; que se fortalece al partido fuerte, al débil, etcétera.

Surge entonces la censura, con distinta intensidad y matices, pero siempre censura, siempre nociva. Se enjuicia sin juicio. Se condena sin la mínima evidencia empírica. Se coartan libertades y derechos fundamentales. En los albores del tercer milenio se retrocede un siglo.

El festejo al que invita un evento como el de hoy, donde el CIDE pone a disposición de investigadores, y de la sociedad en general, el acopio de una vasta y rica colección de encuestas preelectorales, se ve empañado por negros nubarrones. Entidades como Aguascalientes, Coahuila, Hidalgo y Tamaulipas, pasan leyes o toman "acuerdos" en el seno de sus Consejos Electorales, que buscan regular la divulgación, o incluso la realización de encuestas electorales con argumentos simplistas, por llamarlos de manera benévola. Otros se entusiasman con el ejemplo y preparan lo propio.

Para la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, la AMAI, es muy preocupante la tendencia. Hoy son cuatro estados, un tema y una herramienta de investigación,

¿cuántos serán mañana?

Nuestra industria, la academia, los medios, la sociedad, los candidatos, los partidos, la democracia y la libertad se ven afectados por estos signos de intolerancia. Invito a que hagamos un frente común:

- A los investigadores, a que investiguemos y aportemos evidencias sólidas y robustas sobre el tema.
- A los medios, a que divulguen ampliamente los riesgos que se corren al coartar derechos y libertades esenciales, así como los resultados de las investigaciones que se realicen.
- A los partidos y candidatos, a combatir con tenacidad en el seno de los Consejos Electorales iniciativas retrógradas.
- A los ciudadanos, a externar su opinión sobre estas medidas contestando encuestas sobre el tema, y con sus representantes locales y federales.
- A los líderes de opinión, a que organicen foros de discusión para esclarecer los argumentos en pro y en contra.

Si no actuamos hoy, somos cómplices del mañana que venga

El autor es presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, AMAI.

Texto leído el 6 de diciembre en el CIDE, donde se celebró que esta institución pone a disposición de investigadores, y de la sociedad en general, el acopio de una vasta y rica colección de encuestas preelectorales.