

V. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	47
1. RESULTADOS POLÍTICOS	47
2. RESULTADOS DE LA COMUNICACIÓN	48
3. EFECTOS SOCIALES	51

V. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

1. RESULTADOS POLÍTICOS

La evaluación es —debe ser— un trabajo permanente cuando se está inmerso en actividades de tipo político. No es posible imaginar el quehacer político al margen de la autoevaluación y de la evaluación sistemática de los principales actores e instituciones vinculados a nuestro espacio político.

El análisis de cualquier proceso de información política es, en primera instancia, de tipo político. Otorgarle esta dimensión obliga a no encasillar la revisión de las variables a los aspectos propios de la técnica comunicacional.

Si bien existen diversas metodologías y técnicas para llevar a cabo con gran profesionalismo el análisis político, no resulta posible ni apropiado exponerlas de manera superficial en unos cuantos párrafos. Lo que sí resulta pertinente, para cumplir con los objetivos propuestos para este ensayo, es destacar algunos elementos, entre muchos otros posibles, que puedan ser de utilidad para evaluar los resultados políticos que se desprenden de una acción (coyuntural, táctica o estratégica) o proceso político que tenga como fuente de análisis la información difundida por medios de comunicación masiva:

- Primero: Identificar si la acción que se está analizando busca, por ejemplo, mantener o modificar, ampliar o reducir, fortalecer o debilitar a un actor político o institución, y en qué medida la información política contribuye al cumplimiento de esa intención.
- Segundo: Establecer las causas y los factores del problema analizado; es importante considerar la magnitud y posibles efectos del hecho que se evalúa.
- Tercero: Procurar tener la mayor claridad posible sobre las formas y medios de acción más usuales del hecho analizado, sobre todo la de

aquellos actores o instituciones cuyos objetivos propios busquen afectar o vulnerar las metas que se tienen que cumplir.

- Cuarto: Delimitar el contexto en el que se desarrolla o se va a llevar a cabo la acción analizada.
- Quinto: Tratar de definir qué es lo que se quiere conseguir con la acción que se está analizando, cómo se piensa obtener y las posibilidades reales que existen de cumplir con el objetivo político.
- Sexto: Evaluar la importancia y posibles efectos (políticos, económicos y sociales) que serían resultado de las reacciones que el hecho está generando, y prever las que se podrían producir en caso de que no se tomen ciertas medidas para frenar, relajar, reducir o eliminar el conflicto en análisis.
- Séptimo: Hacer un balance de las tendencias más significativas que han caracterizado al hecho político analizado (semanal, quincenal, mensual, etcétera); recuerde que ningún acontecimiento está aislado y que, en muchas ocasiones, responde a ciertos patrones determinados previamente.
- Octavo: Detectar los principales puntos fuertes y vulnerables, tanto del sujeto como de la acción analizados; esto incluye considerar el tratamiento que se le da a la información por parte de los medios de comunicación.
- Noveno: Establecer si la postura política que los actores políticos están asumiendo a partir de la información analizada contribuye a tensar o relajar el conflicto político.
- Décimo: Analizar los posibles efectos colaterales que el hecho podría generar y estar siempre preparado para enfrentar cualquier contingencia (no debe olvidar que en política no existe problema pequeño y que siempre será mucho mejor estar prevenido que lamentar las consecuencias por el exceso de confianza).

2. RESULTADOS DE LA COMUNICACIÓN

La información política, vale la pena reiterarlo, es una actividad que sólo puede ser evaluada a través de la eficiencia en los resultados previstos. El hecho de que un mensaje político aparezca en un medio de comunicación masiva no es garantía de que va a cumplir en forma eficiente con el objetivo que le dio origen. Es necesario que la acción informativa se ubique en el marco de un proceso general que inicia con una decisión política y que desemboca en los

efectos y reacciones que modifican, reorientan o refuerzan actitudes y opiniones preexistentes.

La evaluación de los resultados obtenidos a través de las acciones de los procesos informativos se centra esencialmente en cuatro niveles de análisis:

- a) *Del contenido de la información*, que toma en consideración todos los elementos que conforman a la unidad analizada: datos, cifras, hechos consignados, declaraciones, opiniones, etcétera.
- b) *Del discurso político*, para conocer la posición que guarda el actor o institución frente al hecho, su posible influencia en los auditorios que son su objetivo, su nivel de claridad y precisión, su grado de congruencia política, etcétera.
- c) *Del comportamiento informativo*, con el propósito central de conocer los mecanismos a través de los cuales un medio o conjunto de medios apoya, afecta u obstaculiza, consciente o inconscientemente, a un actor o institución política.
- d) *De la difusión*, porque la forma en que se transmite una información es de gran relevancia para identificar su grado de efectividad.

Cada una de las cuatro técnicas básicas para analizar información política difundida por los medios de comunicación masiva cumple con objetivos concretos y precisos.

La utilización de una o de otra va a depender de varios factores:

- a) La magnitud y trascendencia política del hecho analizado (no todos los análisis requieren el mismo grado de profundidad).
- b) La urgencia con la que se requieren los primeros resultados (ello obligará a establecer prioridades sin sacrificar el verdadero alcance de la investigación, ya que en varias ocasiones se pueden detectar con posterioridad algunas fallas que obliguen a corregir decisiones ya tomadas).
- c) Los recursos humanos, materiales y financieros disponibles (a mayor grado de detalle, el análisis requerirá de más tiempo, dinero y esfuerzo).

Además, para hacer la selección de una técnica u otra, o la combinación de varias, es necesario que se determine previamente:

- a) Su utilidad mediata e inmediata.
- b) El objetivo en el que está enmarcada la acción política.
- c) Los resultados que se esperan obtener.

Así, por ejemplo, el *análisis del contenido de la información* puede ser útil para:

- Identificar el grado de precisión o tergiversación de una declaración o acontecimiento.
- Evaluar el grado de eficacia política que podría alcanzarse, como resultado de la adecuada articulación de los diferentes elementos que conforman la unidad informativa.

El *análisis del discurso* puede orientar decisiones para:

- Reforzar, mantener o reorientar una posición política.
- Anticipar el nivel de credibilidad que podría generar el discurso, aspecto fundamental para medir la eficacia de la información.

Por lo que respecta al *análisis del comportamiento* es posible, entre otras cosas:

- Determinar el grado de relevancia que el medio otorga a la información del hecho; ello permitirá conocer la importancia política que se le está concediendo y si ésta corresponde con su magnitud política.
- Precisar la relevancia política del hecho en comparación con otros asuntos de la agenda política nacional.
- Detectar la forma en que el medio de comunicación favorece o no el cumplimiento del objetivo político.

Por último, el *análisis de la difusión* reviste una enorme importancia para:

- Tener absoluta claridad sobre los problemas de tipo conceptual y técnico que pudieron existir en el medio en el momento de su difusión (falta de sonido en una nota de radio, imagen borrosa en una nota de televisión, un pie de foto equivocado en una nota de prensa, etcétera).

La evaluación de la información política es una labor que requiere disciplina, constancia y amplia capacidad para manejar cotidianamente grandes

volúmenes de información. No es un trabajo en el que se deba permitir la improvisación y mucho menos para que sea menospreciado o minimizado para apoyar procesos de toma de decisiones políticas.

3. EFECTOS SOCIALES

La mejor herramienta para evaluar los efectos sociales de un proceso de información política es el estudio de opinión. Su uso se ha extendido y popularizado tanto que incluso para muchos medios de comunicación es ya parte de su actividad cotidiana de difusión.

Desde el punto de vista técnico existen dos tipos de estudios:

- a) *Cuantitativos*: los que con base en muestras predeterminadas de la población nos permiten evaluar grandes tendencias de actitudes y opiniones en torno a ciertos hechos o acontecimientos (como ejemplos tenemos las encuestas, sondeos y *exit polls*).
- b) *Cualitativos*: los que permiten, también con base en muestras pero muy pequeñas y selectivas, entrar *a profundidad* en el análisis de variables que permitan conocer con detalle las razones principales por las que un individuo o un grupo actúa u opina de cierta manera (el *focus group* o sesión de grupo es el estudio más usual).

No obstante la utilidad que estos estudios ofrecen para apoyar procesos de toma de decisiones políticas, todavía hay quien pone en tela de juicio sus resultados. Las razones, en algunas ocasiones, encuentran su origen en que éstos son desfavorables a las instituciones que representan. En otras, las causas se justifican porque los estudios adolecen de fallas metodológicas. Ambos aspectos no han permitido un uso más extendido y confiable de estas herramientas. Hasta este momento, los estudios de opinión se realizan con mayor frecuencia en los periodos que giran en torno a los procesos electorales.

Sin embargo, las ventajas trascienden estos procesos y tienen múltiples contribuciones al proceso democrático en virtud de que:

- a) Ayudan a centrar la atención de los políticos en los asuntos que más preocupan al ciudadano.
- b) Permiten conocer el estado de ánimo de la sociedad, sus principales problemas y las expectativas que tienen sobre su futuro.
- c) Logran equilibrar o neutralizar las presiones que podrían ejercer ciertos grupos de interés, cuyos objetivos no representan necesariamente el interés de la mayoría.

- d) Contribuyen a descubrir el nivel de eficacia de una acción informativa (si el mensaje fue captado adecuadamente o si existen distorsiones sobre lo que se transmitió), lo que resulta de gran utilidad para la corrección o diseño de una estrategia de comunicación política.
- e) Ofrecen la posibilidad de conocer las preferencias de la sociedad frente a opciones políticas propias de la autoridad o de un partido cuando deben tomarse decisiones trascendentes y de interés general.
- f) Ayudan a medir la evolución que presentan las tendencias de los principales indicadores estadísticos, los que sólo se obtienen cuando se realizan censos (cada diez años).
- g) Describen con precisión los niveles de aprobación o desaprobación hacia la labor política desarrollada por actores, instituciones o grupos dentro de la sociedad, lo que ofrece la posibilidad de redefinir, ajustar o reforzar estrategias.
- h) Permiten anticipar diversos comportamientos del ciudadano ante acontecimientos políticos relevantes (como elecciones, plebiscitos o referéndums).

Para que un estudio de opinión ofrezca resultados confiables es requisito indispensable que sea aplicado, procesado e interpretado profesionalmente. El analista de información política no puede ni debe tomar a la ligera los resultados de un estudio de opinión. El costo podría ser muy alto si el estudio habrá de servir para apoyar decisiones políticas.

Todo estudio de opinión es resultado de un proceso complejo que exige poner especial cuidado en cada una de sus fases. Esto es mucho más importante si se considera, por ejemplo, que un buen cuestionario puede perder su eficacia si el diseño muestral fue impreciso o equivocado. De la misma manera, una buena muestra no sirve de nada frente a un levantamiento de información descuidado y sin la supervisión requerida. Incrementar la seguridad en la interpretación de un estudio de opinión requiere atender, por lo menos, los siguientes puntos:

Primero: Tener absoluta claridad sobre los objetivos que persigue el estudio. Son muy distintas la metodología y la utilidad si la investigación debe servir para predecir resultados, alimentar procesos de toma de decisiones o difundirse en medios de comunicación masiva. La interpretación y uso político de las conclusiones varía significativamente entre uno y otro caso.

Segundo: Revisar con detalle el diseño del estudio: la secuencia del cuestionario, la relación entre preguntas y objetivos, o las bases

técnicas y metodológicas. Cada punto le indicará la seriedad y profesionalismo con que fue realizado y, por lo mismo, el grado de confiabilidad de sus resultados.

- Tercero:* Analizar cuidadosamente el cuestionario o guía de tópicos. El cuestionario no sólo es un conjunto de preguntas. La confiabilidad de los resultados depende de la transparencia con la que se presenta la empresa o institución en el momento de hacer el levantamiento de datos, de que ésta haga explícitos los objetivos de la investigación, de que se garantice la confidencialidad para el entrevistado y de que las preguntas estén redactadas en forma objetiva.
- Cuarto:* Cerciorarse de que los criterios para la construcción de la muestra estén bien especificados. En función de los criterios metodológicos se tienen que considerar los porcentajes de confianza y error que deben estimarse.
- Quinto:* Detectar la calidad del levantamiento. Se debe estar totalmente seguro sobre la capacidad y experiencia de los encuestadores. También es necesario que se verifique si hubo un control de tiempos durante el levantamiento (la sugerencia de los especialistas va en el sentido de que un cuestionario aplicado en domicilio no debe exceder de los 15 minutos y uno en la vía pública, de 10).
- Sexto:* Revisar la forma en que se procesó la información. Los programas estadísticos de cómputo cumplen diversas funciones y objetivos, sobre todo en cuanto a su capacidad para profundizar en los cruces de resultados. Los programas más recomendables para los estudios de opinión cuantitativos son los que tienen aplicaciones al terreno de las ciencias sociales.
- Séptimo:* Observar con cuidado si la interpretación de los resultados está acorde con los objetivos propuestos por la investigación y si el cumplimiento de los objetivos es consistente con los niveles de precisión estadística del estudio.
- Octavo:* Evaluar la calidad de la presentación de los resultados (contenido, datos, cuadros, gráficas, etcétera). Mientras más clara sea, habrá mayores posibilidades de cumplir con los objetivos y de apoyar con eficiencia la toma de decisiones políticas.