

Martínez Pastor, Juan Ignacio (2019). *Los datos sin tapujos: cómo interpretar y difundir las estadísticas sociales*. Madrid: Los libros de la Catarata, 157 páginas.

Lidia Valera-Ordaz¹

La obra *Los datos sin tapujo: cómo difundir e interpretar las estadísticas sociales*, a cargo del Profesor Titular de Sociología de la UNED y ex Director de Investigaciones del Centro de Investigaciones Sociológicas Juan Ignacio Martínez Pastor, constituye una excelente aproximación al universo de las estadísticas sociales y una extraordinaria guía para su divulgación precisa en los medios de comunicación. La vocación del libro queda muy clara desde el principio: se trata de proporcionar unas nociones básicas de conocimientos estadísticos —especialmente a aquellos colectivos caracterizados por dosis notables de analfabetismo numérico, como es el caso de los periodistas— para garantizar que la difusión de datos sociológicos se realice con un mínimo de rigor, evitando así la publicación de información descontextualizada e inexacta —en el mejor de los casos— y la difusión de auténticas aberraciones —en el peor—, como, de hecho, sucede cada cierto tiempo en los medios de comunicación de masas.

A lo largo de los siete capítulos que componen el libro, Martínez Pastor va desgranando con paciencia y acierto las confusiones y errores más habituales en las que incurren los periodistas cuando difunden datos de naturaleza sociológica —los no tan simples porcentajes, la utilización indistinta de datos de *stock* y de flujo, o la clásica confusión entre correlación y causalidad—, y proporcionando consejos valiosos sobre cómo interpretar y divulgar el conocimiento científico sin incurrir en imprecisiones o falsedades, mediante una combinación perfecta de claridad expositiva, capacidad de síntesis y rigor, que hacen de esta obra una lectura tan provechosa como placentera.

El capítulo 1 se inicia con una declaración de principios que sólo cabe situar en la estela de la mejor tradición ilustrada: ¡*sapere aude!* No hay que temer a la realidad, al contrario, debemos atrevernos a conocerla —pues sólo así podemos aspirar a transformarla—, pero para hacerlo con mínima solvencia necesitamos comprender el valor de los números, pues “una combinación de analfabetismo numérico y de sesgos psicológicos (...) nos predisponen a asumir acríticamente la información acorde con nuestras preferencias ideológicas” (p. 19). La advertencia contra el sesgo de confirmación es especialmente pertinente en el contexto de un sistema mediático como el español, en el que las alianzas de los medios de comunicación

con partidos e idearios específicos los hace particularmente susceptibles de difundir con alborozo los resultados que mejor encajan con sus prejuicios para legitimar así las reivindicaciones políticas de turno.

Le sigue un capítulo centrado en subrayar la necesidad de que los medios definan las estadísticas sociales que difunden, es decir, de que proporcionen descripciones precisas sobre qué se entiende por cada fenómeno sobre el que suministran información. La importancia de las definiciones —los conceptos y su traducción empírica u operacionalización, en jerga sociológica— es insoslayable cuando se trata de informar sobre fenómenos susceptibles de generar gran alarma social (el desempleo, la desigualdad económica, la pobreza, etc.), y, más en general, cuando contribuyen de forma decisiva a construir la percepción que tenemos sobre la realidad que nos rodea. No parece, por lo tanto, una exigencia desproporcionada aspirar a que los periodistas comprendan cómo se define exactamente cada dato que divulgan. Al fin y al cabo, de las definiciones no sólo dependen las mediciones, sino también la interpretación sustantiva que realizamos de las estadísticas.

El libro prosigue con una de las aportaciones probablemente más relevantes de la obra, a saber, la invitación a utilizar las comparaciones —a lo largo del tiempo y entre grupos— como estrategia fundamental para comprender e interpretar los datos sociológicos. A menudo, los medios de comunicación recurren a abrir telediarios y encabezar portadas con las últimas estadísticas publicadas por el INE o el CIS, especialmente si son impactantes y pueden captar fácilmente la atención de la audiencia, pero rara vez nos ofrecen una comparativa lo suficientemente profunda o sostenida en el tiempo para comprender su significado. Pese a que el periodismo de datos es una apuesta creciente de muchos medios de comunicación y, cada vez más, hallamos productos informativos basados en la explotación de bases de datos de diversa naturaleza, lo cierto es que la mayoría de medios de comunicación publican de forma recurrente información sobre cuestiones como la intención de voto, el desempleo o la desigualdad sin prestar la más mínima atención a su evolución histórica.

Algo similar sucede con cuestiones relacionadas con la desigualdad entre hombres y mujeres en España. La creciente importancia de la agenda feminista

¹ Universida de Valencia (España)
E-mail: lidia.valera@uv.es

en el espacio público y su adopción por parte de la inmensa mayoría de medios los conduce a interpretar cualquier dato relacionado con la desigualdad entre hombres y mujeres con vocación moralizante y enormes dosis de alarmismo. Cabría, sin embargo, ofrecer esas cifras recurriendo a la evolución temporal (cuando hay datos disponibles), y también hacerlo en comparación con países vecinos –a los que se les presupone mayor igualdad-. Ello nos ofrecería, sin duda, una descripción más profunda y ponderada del fenómeno –y probablemente más operativa para legislar–, pero como insiste el autor, “el propio progreso aumenta la preocupación por los problemas sociales” (p. 56, parafraseando a Best, 2001), hasta el punto de distorsionar nuestra percepción sobre el mismo.

En este sentido, Martínez Pastor nos recuerda que lo importante no son ni las variaciones puntuales ni un único caso de análisis, sino comprender cuál es la tendencia acumulada en la evolución de un problema social o cuál es su alcance en comparación con grupos similares de análisis. En otras palabras, nos invita a educar la mirada como científicos sociales, o, cuanto menos, como divulgadores honrados, poniendo el foco en las grandes tendencias. De lo contrario, los sesgos cognitivos e ideológicos –de los que, por cierto, ni académicos ni periodistas estamos a salvo– corren el riesgo de oscurecer un hecho tan obvio como frecuentemente denostado, y que Steven Pinker nos recuerda con magistral brillantez, a saber, que, pese a sus innumerables imperfecciones, la humanidad ha experimentado un extraordinario progreso en los últimos cientos de años.

La comparación como estrategia interpretativa da paso al cuarto capítulo, dedicado a abordar las confusiones más habituales al manejar porcentajes en las noticias. “Con las estadísticas, la claridad significa honestidad” (p. 62), insiste el autor, y esa obligación se traduce en la necesidad de expresar los datos de forma que sean lo más fácilmente comprensibles para cualquiera. Así, Martínez-Pastor propone, por ejemplo, que los porcentajes sean contextualizados, y que incluyan: a) los números absolutos de referencia para calibrar qué significa el valor relativo al que se refiere el porcentaje; b) la cifra total para poder interpretar correctamente la magnitud de cualquier incremento o disminución porcentual. Además, el capítulo introduce al lector neófito en la utilidad de diversas medidas de centralidad (media, mediana, etc.) y de dispersión (desviación estándar, varianza) que describen las características de una distribución y que cualquier periodista necesita comprender a la hora de divulgar información cuantitativa.

Avanza el libro hacia capítulos de naturaleza más técnica. El quinto está dedicado casi por entero a distinguir desde el punto de vista lógico entre correlación y causalidad –la clásica confusión–, y a prevenir al lector contra la existencia de relaciones espurias (a saber, falsas correlaciones entre variables producidas por otras variables ocultas no contempladas en los análisis). Pero también nos introduce con lenguaje

asequible en una de las técnicas más comunes de la investigación cuantitativa, y que cualquier periodista con vocación divulgativa debería conocer al menos en sus fundamentos: el análisis de regresión, o, en sus palabras, “un parche para paliar la dificultad de realizar experimentos sociales” (p. 84). Martínez Pastor nos describe esta técnica sin exagerar su utilidad y subrayando con gran honradez sus limitaciones, dando incluso consejos valiosos para el investigador social en formación que trate de aplicarla, como el uso de datos longitudinales.

La lectura da paso al sexto capítulo, el más claramente dedicado a lectores con cierta formación metodológica. En él, el autor transita con soltura a través de diversos problemas asociados a la interpretación de los análisis de regresión, como los niveles de significatividad de las correlaciones entre variables, la importancia de tener presentes no sólo los falsos positivos sino también los falsos negativos, y la cuestión de la multicolinealidad. También incide en dos asuntos con los que los medios tropiezan con mucha frecuencia: la falacia ecológica, es decir, la engañosa tendencia a “deducir un comportamiento individual a partir de correlaciones de datos agregados” (p. 116), y la confusión entre datos de stock y datos de flujo en las noticias.

Finalmente, el libro concluye con la tasación ponderada del valor y las limitaciones de la encuesta como herramienta de investigación social, un terreno que el autor domina y en el que se desenvuelve con eficacia. Tanto es así que además de fundamentar la fiabilidad de las encuestas mediante algunas nociones básicas de probabilidad, proporciona una explicación razonada de lo que significa realmente el margen de error y el nivel de confianza, poniendo diversos ejemplos que facilitan la comprensión. Además, nos familiariza de manera sencilla con los procedimientos más habituales de muestreo que utilizan los principales institutos españoles de investigación (INE, CIS), y, como broche final, nos ofrece una guía detallada sobre cómo leer la ficha técnica de una encuesta con el fin de ser capaces de comprenderla y divulgarla correctamente.

Pese al indudable valor de la obra, cabe reprocharle al autor que a lo largo del libro no recurra lo suficiente a algunas de las barbaridades que suelen aparecer en la prensa. Es decir, que no se detenga a deconstruir –con la misma paciencia que exhibe en la explicación de conceptos– por qué son inexactas o directamente falsas algunas de las noticias que aparecen publicadas, y cómo deberían haberse presentado los datos para ser correctos. Si bien hay que admitir que sí lo hace de forma puntual (por ejemplo, con motivo de la confusión entre datos de flujo y datos de stock en relación con el desempleo), en general el lector se queda con el apetito no satisfecho de ver cómo Martínez Pastor disecciona los errores que cometen los periodistas cotidianamente en la divulgación de conocimiento social. Y es una pena no solo por el afán morboso de la crítica, sino porque sería

realmente útil y didáctico para muchos de los lectores asistir al proceso de disección de los patinazos que cometen los medios cuando divulgan estadísticas sociales, para así comprender de forma concreta cuáles fueron los errores de interpretación y cuán fácil es cometerlos cuando no se han interiorizado algunas cuestiones estadísticas.

Sin embargo, esta omisión no deslucen el resultado final, pues estamos ante una obra de extraordinaria calidad divulgativa, concebida para periodistas (en formación o en ejercicio), doctorandos y académicos del ámbito de las ciencias sociales con voluntad de comprender y manejar con solvencia las estadísti-

cas sociales. Un libro sintético, claro y riguroso que bien podría ser lectura obligatoria para estudiantes de ciencias sociales (por ejemplo, de sociología, ciencias políticas, periodismo y comunicación audiovisual), especialmente para aquellos que cursan estudios en comunicación o periodismo y que generalmente carecen de formación metodológica básica. *Los datos sin tapujos* se inscribe, en definitiva, en la mejor tradición ilustrada, cuya vocación es tratar de contribuir a formar una esfera pública en la que ciudadanos y actores políticos puedan basar sus decisiones en hechos sociales objetivos, no en prejuicios ni en sesgos cognitivos o ideológicos.