



La Academia Mexicana de la Comunicación AC, cuerpo colegiado conformado por profesionales de esta disciplina y cuya misión institucional es el estudio de modelos de comunicación para que estos se alineen a las condicionantes del nuevo contexto social, político y cultural, que hoy tenemos, manifiesta su preocupación por la tendencia gubernamental de realizar consultas públicas que no reúnen las condiciones metodológicas para garantizar la representatividad estadística de las opiniones recolectadas y peor aún, que se pretenda tomar decisiones trascendentales para nuestro país sustentadas en las conclusiones de estos sondeos de opinión.

Ahora tocó verse afectada por esta práctica a una empresa privada que ha creído y confiado en el futuro de nuestro país y llevaba un alto avance de inversión en una planta productora de cerveza.

Constellation Brands, contando con todos los permisos y licencias locales y federales inició en Mexicali la construcción de una planta que tendrá una inversión de 1,400 millones de dólares. Para no impactar negativamente al Valle de Mexicali esta empresa invirtió en un modelo piloto innovador, encabezado por el gobierno federal, junto con el distrito de riego, para recuperar y regresar a la comunidad la totalidad del agua que utilizará en su proceso industrial.

Esta empresa recibió del gobierno federal, a través de Semarnat y del gobierno estatal, un resolutivo que aprueba el uso de 5.8 millones de metros cúbicos de agua al año, lo cual representa el 0.2 por ciento del agua de la región. A su vez esta empresa donó a Mexicali una expansión de la red hídrica pública, de la cual a su vez recibirá el agua que consumirá.

Es evidente que la sociedad bajacaliforniana no ha sido informada de estos datos antes de opinar. Es más, realizar la consulta en tiempos de contingencia sanitaria puede haber frenado la participación ciudadana en sectores que podrían tener opinión favorable a este proyecto industrial, modificando así el resultado.

La representatividad estadística del sentir de una comunidad exige la conformación de una muestra representativa del “universo a encuestar”, o sea, del total de la población de dicha comunidad, seleccionando aleatoriamente a quienes habría que buscar en sus domicilios para entrevistar y aplicar los cuestionarios.

En contraste, dejar abierta la participación en esta consulta a quienes acepten acudir a un módulo a dejar su opinión, nos da la visión sólo de una parte de la comunidad. Por tanto, como consulta puede estar viciada de origen. Esta práctica pone en riesgo el futuro de nuestro país.

Las decisiones importantes para México deben ser tomadas con sustento en estudios técnicos y argumentos presentados por especialistas y no con base en percepciones subjetivas y emocionales de la población, que pueden ser inducidas. Esto lanza un mensaje de falta de credibilidad, de certeza jurídica y de respeto a la propiedad privada que impactará las decisiones de los inversionistas de todo el mundo, que hasta hoy han visto en México un destino confiable y rentable.

Exhortamos a las autoridades a que dejen de hacerse estos sondeos de opinión vinculantes, que más que pretender conocer el sentir de los mexicanos frente a temas relevantes para el futuro de México, claramente muestran el objetivo de legitimar decisiones previamente tomadas.

EL CONSEJO DIRECTIVO
ACADEMIA MEXICANA DE LA COMUNICACIÓN AC

Heriberto Frías 1145 PB, Colonia Del Valle, Alcaldía Benito Juárez, CDMX