

ción inexcusable, la eliminación de las limitaciones. Esto era patente en el orden sindical, político y cultural. El mercado, en simples palabras, necesitaba la explosión de las eficiencias competitivas. Lo que Ortega llama, en orden a la lingüística, «el choque fecundo del decir con el hablar». Pero quien decía la última palabra, en ese caso concreto, era quien había acumulado capitales —o saberes— y controlaba, a su vez, los medios de producción. El optimismo, en la fase de desarrollo rápido, se comprendía. Se dominaba la naturaleza —García Bacca, esa mente poderosa en el campo de la filosofía española infortunadamente desoido y alejado de España desde hace muchos años, ha recordado que los griegos entendían por *physis*, por naturaleza, a lo viviente o, cuando menos, con sus palabras, «a la realidad espontánea, a la realidad animada»— y se precisaban, desde ese observatorio, nuevas categorías de progreso. Pero, en su esencia, la moral instintiva predominó. El resultado final no está determinado sólo por el pesimismo —pasivo, desearía la tecnocracia—, sino por un hecho mayor: por la crisis de la teoría del mercado libre en el cuadro de las confrontaciones libres —verdadero arranque inicial del optimismo—, crisis ejemplificada ya, en la etapa posindustrial y monopolística, por una ley que Galbraith ha definido claramente: por la necesidad —originada en la autonomía tecnológica y financiera de las grandes corporaciones— de adaptar el mercado a la producción y no al revés. Ello conduce a un acondicionamiento constante, autoritario, del consumidor. Acondicionamiento en el que juegan, como antes se dijo, un papel confluyente la publicidad y los medios de comunicación social de masas. El sistema homologa los intereses. La cultura se coloniza. El otro, sin identificación ni autonomía, pasa a ser el consumidor.

Pero el acondicionamiento, asegura Galbraith, aun manejándose esos poderosos medios de compulsión psicológica, no sería suficiente. Por ello mismo, esas grandes empresas multinacionales tienen soluciones fuera del mercado. «En particular —dice Galbraith— las derivadas de la hipertrofia del armamentismo y de la exploración espacial». Estamos, pues, ante una inversión de las relaciones entre producción y mercado, inversión que, seguramente, posibilita o abre caminos teóricos del más variado signo. Una ideación, no obstante, se impone: los valores están transmutados, pero en su sentido más negativo, es decir, invertidos a tenor de las necesidades de los grupos monopolísticos dominantes. ■ E. R. G.

UN 15 POR 100 DE APROXIMACION

Falsas o tendenciosas, ¿son las estadísticas el arma secreta de los Gobiernos?

Todo el mundo cree en las estadísticas menos los estadísticos. Por lo menos, algunos de éstos: Oscar Morgenstern, por ejemplo. En toda discusión política, social, económica o incluso científica, una de las dos partes pone en aprietos a su adversario esgrimiendo una estadística o un gráfico. Se suele olvidar que la estadística es un método de cálculo que dista bastante de ser perfecto. Y que la economía no es una ciencia exacta.

Uno de los primeros en haberlo constatado con precisión es un economista americano de origen alemán, Oscar Morgenstern, en una obra fundamental, *On the accuracy of economy observations*, publicada en 1950.

Oscar Morgenstern, que si bien no tiene aún el premio Nobel de economía podría recibir muy pronto dicho galardón, es conocido sobre todo como inventor, con el matemático Von Neumann, de la teoría de los juegos, que ha revolucionado la reflexión económica.

Su libro ha permitido restituir a sus justas proporciones los resultados del método estadístico. Según Morgenstern, todo dato económico contiene un error (por exceso o por defecto) de un 15 por 100. Otros economistas hablan de un mínimo del 20 por 100. Con lo cual se pone en tela de juicio todo el trabajo llevado a cabo por los especialistas de la estadística y se reduce considerablemente el impacto psicológico de los gráficos que a veces esgrimen los estadistas en sus conferencias de prensa.

En apoyo de estos trabajos, Morgenstern cita numerosos ejemplos, todos ellos desconcertantes. En Bulgaria, según el censo de 1 de enero de 1910, había 527.311 cerdos. Diez años después, el 1 de enero de 1920, se contaron 1.089.699. En buena lógica podríamos deducir de todo ello que la cría del cerdo registró entonces un rápido desarrollo. Sin embargo, la explicación es muy distinta: según una vieja tradición del país, la mitad de los cerdos es sacrificada antes de Navidad. Ahora bien, después de la primera guerra mundial el país adoptó el nuevo calendario gregoriano en sustitución del juliano, aunque se siguieron celebrando las fiestas religiosas al modo antiguo con cierto adelanto respecto del calendario anterior. De hecho, el 1 de enero de 1910 caía después de Navidad, mientras que el 1 de enero de 1920 se situaba antes de esta fiesta, por lo que los animales, aunque condenados, seguían aún vivos. El error no fue advertido hasta 1935.

En el censo de la población norteamericana llevado a cabo en 1950 se pudo comprobar que se habían «olvidado» más de cinco millones de personas y dos millones de casas: el equivalente

de una ciudad como Chicago. También se llegó a la extraña conclusión de que el número de maridos que vivían con sus esposas bajo un mismo techo era diferente del número de esposas que vivían con sus maridos en idénticas circunstancias.

Los errores estadísticos se producen a diferentes niveles: cosecha de datos, integridad de los observadores, competencia de los encuestadores, buen planteamiento de los cuestionarios.

En el caso de un país como los Estados Unidos, si tomamos como base un producto nacional bruto de un billón de dólares, un error (por exceso o defecto) de un 15 por 100 representa 150.000 millones de dólares, es decir, el producto nacional bruto de la República Federal Alemana en 1969.

No obstante, como muy bien subraya Morgenstern, la principal dificultad radica en la «mentira deliberada». Las sociedades particulares, por ejemplo, que por razones fiscales o de estrategia comercial falsean los datos referentes a los «stocks», los beneficios, la capacidad real de la empresa. Ciertos servicios, esencialmente secretos, como la CIA no se tienen en cuenta. Otros se cuentan repetidas veces.

Cuando se lanzó el Plan Marshall, una importante personalidad europea le dijo a Morgenstern: «Facilitaremos cualquier estadística que nos ayude a conseguir de los Estados Unidos tanto dinero como sea posible; fabricaremos aquellas estadísticas que sean necesarias para justificar nuestras exigencias...».

Y esto es lo que hicieron las sociedades petrolíferas internacionales durante la crisis de 1971, cuando afirmaron que sus beneficios iban a menguar considerablemente con respecto a años anteriores. En realidad, los beneficios realizados en 1971 batieron todos los records.

«Hace algunos años, en Alemania —escribe Morgenstern—, un órgano consultivo del Gobierno, especie de consejo económico, trató de publicar estadísticas acompañadas del margen de error en la medida en que éste podía calcularse. El Gobierno decidió prohibir tan indecente exhibición de datos». En los países del Este, ciertos datos relativos al comercio exterior son considerados como secretos de Estado, y su divulgación puede ser castigada con la máxima pena.

No debe, pues, sorprendernos el que las previsiones económicas sean casi siempre falsas. Para Morgenstern: «Absolutamente todo puede demostrarse mediante estadísticas. Estas no son sino una versión más elaborada de la mentira». ■ ABDELGHANI MAHENNI.