Este libro está concebido para ser usado como texto universitario de Opinión Pública en la carrera de Comunicación Social que imparten varias de nuestras universidades. La rigurosidad y la riqueza de fuentes permiten que con esta obra el autor llene un vacío.

Lo anterior, sin embargo, no es el único mérito de este texto. A la reflexión y la abundancia de fuentes consultadas que se concentran en los tres primeros capítulos (en los cuales se trata de la formación de las opiniones, el fenómeno de la opinión pública y el espacio público, y los principales modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación social en el dominio de estudio), se añade un capítulo que resume los hallazgo más relevantes de una investigación de campo efectuada en Caracas, que ofrece interesante material para la discusión. En esta tercera edición se ha añadido un capítulo en el cual se examina el estado del arte en el dominio de estudio de la opinión pública, sugiriendo las principales líneas de investigación y de reflexión teórica para los tiempos actuales.

Esta obra será de interés no sólo para los estudiantes de Comunicación Social sino para estudiosos de disciplinas afines como Ciencias Políticas, Psicología y Sociología, así como para quienes se desempeñan en el terreno del periodismo, la política y el gobierno.

Los Editores

vadell hermanos EDITORES

ISBN 980-212-233-5

9789802122332

IVÁN ABREU SOJO

EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

vadell hermanos EDITORES

IVÁN ABREU SOJO

EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Espacio Público y Medios de Comunicación Social

Tercera Edición

vadell hermanos EDITORES

IVÁN ABREU SOJO

- (Caracas, 1952) egresó de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela en 1978. Profesor titular en esa Escuela, se desempeñó durante diez años como Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación.

- El autor es egresado de la especialización en Análisis de datos en Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UCV (1988) y es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de la Laguna-Tenerife (España, 1995).

- Fue profesor en la Escuela de Estudios Políticos de la UCV y en la Especialización en Televisión de la Universidad "José María Vargas", así como docente de Investigación de Mercados en el nivel Técnico Superior. Su experiencia profesional ha sido básicamente como consultor y asesor de encuestas de opinión pública.

Iván Abreu Sojo

EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Espacio Público y Medios de Comunicación Social

3ra. Edición
Revisada y aumentada

vadell hermanos EDITORES

Valencia - Venezuela - Caracas
2006

1era. edición 1997 (1.000 ejemplares)
2da. edición 2001 (1.000 ejemplares)
3era. edición 2006 (1.000 ejemplares)

EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA
IVÁN ABREU SOJO

© Copyright 2001

Vadell Hermanos Editores, C.A.
Valencia: Calle Montes de Oca, Edif. Tacarigua, Piso 6
Teléfonos: (0241) 858.5969 - 858.5945 (Fax)
Caracas: Peligro a Pele el Ojo, Edif. Golden, Sótano
Teléfonos: (0212) 572.3108 - 572.5243

E-mail: edvadell1@cantv.net - edvadell@telcel.net
Pág. Web: www.vadellhermanos.com

ISBN: 980-212-233-5

Diagramación:
Mireya Roso de Pérez

Corrección:
Lic. Duilio Medero

Diseño de Portada:
Janet Salgado M.

Impresión:
Editorial Melvin, C.A.

Impreso en Venezuela - *Printed in Venezuela*

A mi madre Carmen y a la memoria de mi padre Eduardo

A Dhamelys y Albany, mi soporte

A Venezuela, patria buena y necesitada de hijos agradecidos

A Tenerife

A Federico Álvarez, IN MEMORIAM

A Jesús Rosas Marcano, IN MEMORIAM

los pioneros de los estudios de Comunicación Social en mi país

¿Qué son todas las ideas y opiniones de los hombres sino peces sueltos?

Herman Melville
Moby Dick

... si hubiésemos demostrado por nuestro proceder que habíamos superado el asunto, lo mismo daba de qué forma la opinión pública hubiese ganado el convencimiento de que el asunto, de cualquier índole que hubiese sido, no volvería a ser comentado...

Franz Kafka
El Castillo

Nuestros ciudadanos no eran más culpables que otros, se olvidaban de ser modestos, eso es todo, y pensaban que todavía todo era posible para ellos, lo cual daba por supuesto que las plagas eran imposibles. Continuaban haciendo negocios, planeando viajes y teniendo opiniones. ¿Cómo hubieran podido pensar en la peste que suprime el porvenir, los desplazamientos y las discusiones?

Albert Camus
La peste

Questions surrounding public opinion –normative, theoretical, and empirical– have persisted for two centuries and will no doubt continue.

Vincent Price
Public Opinion

...todo cambio de opinión es la base de cualquier cambio social.

Antonio Sánchez-Bravo
Manual de estructura de la información

ÍNDICE

Agradecimientos 11
Nota del autor a la segunda edición 13
Prólogo 15

Capítulo I

1. El estudio de las opiniones 19
   1.1. Las actitudes y las opiniones 19
      1.1.1. Componentes de la opinión 26
      1.1.2. Bases psicológicas de las opiniones 28
      1.1.3. Formación de las opiniones 34
Citas y notas del Primer Capítulo 36

Capítulo II

2. El estudio de la opinión pública 39
   2.1. El concepto de opinión pública 39
      2.1.1. Integración de las principales conceptualizaciones y visiones sobre la opinión pública. 39
      2.1.2. La noción de espacio público 44
      2.1.3. Una definición de la opinión pública y conceptualización de los estados posibles de la opinión pública 48
   2.2. Problemas asociados con la idea de la opinión pública 61
   2.3. Sobre los conceptos de multitud, masa y público 69
   2.4. Aspectos de comunicación política, consenso, conflicto y participación 80
Citas y notas del Segundo Capítulo 87

Capítulo III

3. Los efectos de los medios de comunicación social en el contexto de estudio de la opinión pública 99
3.1. El liderazgo de opinión 99
3.2. La teoría de la "brecha" en el conocimiento 102
3.3. La hipótesis de la espiral del silencio 106
3.3.1. Motivación 112
3.3.2. Algo más sobre la espiral del silencio 113
3.3.3 El estudio de Caracas 113
3.3.3.1. Resultados 114
3.3.3.2. Exposición a medios, búsqueda de información electoral e interés en las elecciones y conocimiento del asunto electoral 115
3.3.3.3. Factores señalados para decidir el voto 116
3.3.3.4. Presión a la conformidad, encuestas y medios de comunicación social 117
3.4. Discusión y conclusiones 120
3.5. La teoría de la "agenda-setting" o formación del temario 127
Citas y notas del Tercer Capítulo 132

Capítulo IV

4. Estudio en el Área Metropolitana de Caracas 137
4.1. Objetivo general del estudio 137
4.2. Metodología 137
4.3. Algunos resultados descriptivos relevantes 138
4.4. Lectura analítica adicional 141
4.4.1. Liderazgo de opinión, agenda y contaminación ambiental 141
4.4.2. El enjuiciamiento del Presidente de la República 142
4.4.3. La conversación social 143
4.4.4. Exposición a los contenidos de los medios de comunicación social 143
4.4.5. La participación cívica y comunitaria 144
4.4.6. Líderes de opinión de los medios de comunicación social 145

4.5. Discusión 145
4.6. Conclusiones 148
Citas y notas del Cuarto Capítulo 149

Capítulo V

5. Las encuestas de opinión pública 163
5.1. Un poco de historia 163
5.2. La gente contra las encuestas I: las encuestas afectan el ejercicio de la democracia 168
5.3. La gente contra las encuestas II: sus efectos sobre los resultados electorales 170
5.4. Conclusiones 175
Citas y notas del Quinto Capítulo 176

Capítulo VI

6.1. La opinión pública como reflexión teórica 181
6.2. Efectos de los medios: espiral del silencio (¿o espiral de la prudencia?) 184
6.3.Marketing político, imagen pública, liderazgos y otros aspectos para la investigación 185
6.4. Las siempre polémicas encuestas y otras metodologías 188
6.5. Conclusión: los muertos que vos matasteis gozan de buena salud 190
Citas y notas del Sexto Capítulo 191

Apéndice:
Diseño de Investigación de Opinión Pública 197
Diseño del Cuestionario 198
Tipos de pregunta del cuestionario 199
Las preguntas según su estructura 200
Otros aspectos metedológicos 204
Documentación 205

Agradecimientos

El autor quiere dejar constancia de su agradecimiento a las personas que contribuyeron a hacer realidad esta tesis.

Agradezco a Dhamelys Izquierdo y a Albany, por permitir que les robara su tiempo y a la primera por su ayuda en la elaboración de las tablas. A mis directores de tesis, en Tenerife, doctor José Manuel de Pablos Coello, por su invalorable condición humana y, en Venezuela, doctor Carlos Abreu, incondicional apoyo.

Quiero agradecer también a Mariela Fermín, quien procesó los datos de la encuesta y a Patricia Parra por su colaboración en la elaboración de las tablas estadísticas.

Mi agradecimiento al director de la Escuela de Comunicación Social para el momento de la selección efectuada de mi persona para el programa, profesor Guillermo López, por haberme brindado su confianza.

Expreso mi agradecimiento a la Universidad de San Cristóbal de La Laguna por la oportunidad y especialmente al doctor Ricardo Acirón Royo. Espero no haberlos defraudado.

Por último quiero agradecer, en la familia Carrillo Moreno, al pueblo canario por su hospitalidad y cariño.

Nota del autor a la tercera edición

Ha pasado casi una década desde la publicación de este libro y esta tercera edición puede considerarse como un logro, pues no abundan las reediciones en el ámbito de los libros académicos. Al interés suscitado por el estudio de la opinión pública, que se halla en momento estelar, se añade, desde la última edición, el hecho de haberse inaugurado carreras de Comunicación Social en varias universidades que hace cinco años no tenían en sus planes de estudio tal opción.

En vista de tal situación, hemos creído oportuno añadir un capítulo en el cual se revisa lo que han sido las líneas fundamentales de reflexión sobre el dominio de estudio en las últimas décadas, así como las principales líneas de investigación, apostando por la necesidad de una mayor intervención multidisciplinaria en el arte, que puede darse a través de los estudios de lo que genéricamente se conoce como comunicación política.

Sea oportuna esta nota para agradecer a los editores el esfuerzo de publicar esta tercera edición del libro, que esperamos tenga la acogida de las anteriores entre estudiantes y estudiosos.

El autor

Prólogo

El intercambio universitario entre nuestros pueblos se enriquece cuando existe la oportunidad de desarrollar trabajos de investigación como el que motiva estas líneas. Su autor, profesor de la asignatura sobre la cual ha trabajado su tesis doctoral, ha realizado su doctorado en Ciencias de la Información en la Universidad de La Laguna –ha defendido brillantemente dicha tesis, obteniendo la máxima calificación que otorga la Universidad española– habiendo planteado un riguroso estudio en el cual se hace un exhaustivo análisis de la disciplina de la opinión pública, aportando no sólo la reflexión de quienes se han ocupado de este dominio de estudio, sino de los datos del estudio de caso de la ciudad de Caracas, en la cual se efectuó la encuesta de la cual el autor extrae rica información para el análisis.

La reflexión sobre la así llamada "opinión pública" es antigua y el concepto de opinión pública ha sido objeto de múltiples lecturas, incluso siendo empleado para significar o bien el público que porta la opinión o el conjunto de opiniones que sobre un asunto público se tiene en un determinado momento. También, por momentos ha sido cuestionado por no corresponder a una realidad tangible. Lo cierto es que Abreu Sojo hace una importante puesta al día del estudio del fenómeno de la opinión pública.

El estudio de la opinión pública había derivado en las últimas décadas, con el desarrollo de las encuestas, a la aplicación en el terreno de la medición de las preferencias político-electorales, dividiendo prácticamente, por un lado, la referencia a una sociología de la comunicación de masas interesada en el desarrollo de la reflexión y la investigación sobre los medios y, por el otro, el así circunscrito estudio de la opinión pública, a los datos extraídos de las encuestas.

La investigación de Abreu, apoyada en una abundante bibliografía y en las recientes reflexiones de autores como el español Dader y el norteamericano Price, trabaja en la línea de la reinserción de la reflexión sobre la opinión pública en el estudio de los efectos de los medios de comunicación social. Su argumentación se basa no sólo en la teorización acostumbrada; es, también, un esfuerzo sistemático pocas veces observado, con tal minuciosidad, de incorporar la investigación de campo. Por lo menos en Hispanoamérica no es común encontrar este tipo de trabajo.

Es acertada la incorporación que hace el autor del concepto de espacio público en la línea de pensamiento que se propone desarrollar, pues apoyándose en los autores que han reflexionado sobre el concepto, analiza la importancia de la comunicación de masas en el contexto de la formación de ese nuevo espacio público.

La revisión teórica efectuada parte del estudio de las opiniones individuales, las actitudes y cómo se forman dichas opiniones. Luego se hace un repaso conceptual relativo a la opinión pública, al cual si algo se le puede criticar es el gran detalle con el cual se presentó este aparte. De particular interés es el concepto de opinión pública eficaz sobre el cual se hace un aporte, pues no se encuentra en los textos conocidos sobre la materia. El autor pasa revista a nociones familiares a los estudiosos de las ciencias sociales y políticas, como consenso, conflicto y participación y se detiene en una reflexión sobre las encuestas de opinión pública, instrumento de medición que puede ser paradójico en el sentido de haber disminuido la importancia de la teorización sobre el dominio de estudio pero que, a la vez, ha conservado el uso de la expresión.

Quizás la parte más importante de la presentación teórica, desde la perspectiva que Abreu intenta desarrollar, sea la relativa a las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación social que el autor expone. Hay una abundante información sobre las teorias del liderazgo de opinión, la "brecha" en el conocimiento, la hipótesis de la espiral del silencio y la formación del temario. Estas teorías que han sido dominantes en la investigación de los efectos de los medios de comunicación social, con excepción de la teoría de la profesora Noelle-Neumann –la espiral del silencio–, no fueron vinculadas de manera explícita con la teoría de la opinión pública. Por lo que se refiere a la espiral del silencio, ésta sí fue considerada por la investigadora alemana como la teoría que explica la formación de la opinión pública.

Dos son los aportes importantes de la tesis de Abreu Sojo. En primer lugar, la revisión bibliográfica efectuada permite recomendar el uso de este resumen que hoy es su libro como texto universitario de una asignatura de estudio de la Opinión Pública, sobre todo si consideramos que en Hispanoamérica no abundan, como lo demuestra el autor, las reflexiones y estudios sobre la materia. En segundo lugar, su investigación de campo es un ejemplo de rigurosidad en el tratamiento de un tema, pues existe el intento sistemático, dentro de las limitaciones metodológicas existentes, de hacer avanzar el dominio de estudio.

De particular interés han sido las reflexiones sobre el liderazgo de opinión, antigua teoría sobre los efectos de los medios de comunicación social que el autor ha retomado como una de las bases teóricas de su estudio empírico y sobre la cual hace interesantes consideraciones en vista de los hallazgos reportados. También el autor reporta, sobre la base de análisis estadísticos de

los datos de la investigación de Caracas, el hallazgo de un factor de involucramiento con la vida pública dominante, que así lo denomina, relacionado con las opiniones, hábitos de exposición a los medios de comunicación, conocimiento de asuntos públicos, temas de la agenda de asuntos públicos y liderazgo de opinión que él considera como relevante para intentar un replanteamiento del estudio de los efectos de los medios de comunicación social en el espacio público moderno. Desde luego, la validez de este concepto y su aplicabilidad para el diseño de investigaciones posteriores está por demostrarse, pero Abreu es convincente en la argumentación que usa. Vale la pena interrogarse si el modelo de la espiral del silencio no merece ser puesto a prueba con la incorporación de variables como las usadas por Abreu. En otras palabras, someter a prueba la existencia de la denominada espiral del silencio en el contexto del mayor o menor involucramiento con la vida pública, del conocimiento e interés por los asuntos públicos, del liderazgo de opinión y de la formación del temario.

El texto que hoy entrega Iván Abreu Sojo para su última evaluación, la del público lector, especialmente los universitarios, no dudamos pasará esa prueba, pues conocemos la capacidad y talento de este profesor, quien fuera aventajado alumno del doctorado para profesores iberoamericanos y sugiere con este libro que está en plena madurez, por lo cual se pueden esperar de él otros frutos importantes en el futuro.

Dr. José Manuel De Pablos.
Director del Departamento de Ciencias
de la Información
Universidad de La Laguna
La Laguna, Tenerife
Marzo de 1997.

CAPÍTULO I

1. El estudio de las opiniones

El punto de partida en el estudio sistemático del fenómeno denominado la *opinión pública* es el examen de la opinión, su componente fundamental. La opinión ha sido considerada a lo largo de la historia por muchos autores, que incluso actualmente son citados al considerar el proceso de la opinión pública, tal el caso de la teoría de la espiral del silencio.[1 y 2] En este capítulo nos referimos a las bases psicológicas de las opiniones como necesario punto de arranque para las posteriores consideraciones que se efectuarán sobre el dominio de estudio de la opinión pública.

1.1 Las actitudes y las opiniones

Brown[1] ha expresado que cada actitud tiene su origen en una o más de las siguientes fuentes: 1) en las experiencias del niño en los primeros años de vida en su relación con los padres; 2) en las asociaciones entre personas en cualquier momento posterior en la vida; 3) en experiencias únicas aisladas o en experiencias parecidas que acontecen a lo largo del tiempo.

Brown clasifica la socialización personal en *influencia socio-cultural mediatizada*, la que recibe el individuo involuntariamente, y en *influencia socio-cultural directa*, la recibida por la persona en desarrollo, por sí misma o a través de los grupos a los cuales pertenece. En el primer caso las familias forman al individuo de acuerdo con lo aprobado por la sociedad y sus subculturas; éste es un proceso bastante complejo que da como resultado la personalidad nuclear del individuo, actitudes muy resistentes al cambio, que le permitirán relacionarse con su medio social y que son la manera más segura de adaptación del individuo.

En el segundo caso, la influencia sociocultural directa, podemos observar la influencia de los grupos y conforma lo que Brown denomina *personalidad periférica o social*, ámbito en el cual se pueden producir cambios, siempre que no sean totalmente incompatibles con la personalidad nuclear. En el primer caso nos aproximamos a las creencias y en el segundo, siempre según Brown, estaríamos más en el dominio de las opiniones. Para este autor, la distinción entre los conceptos de opinión y actitud está dada porque las opiniones suelen

ser efímeras y reflejan el "sentimiento público" del momento, son fácilmente cambiables y se ven influidas por la propaganda y por la argumentación racional; las actitudes suelen ser duraderas y no reflejar necesariamente los "sentimientos" del público general, aunque reflejen los de los grupos de afiliación del individuo; se encuentran las actitudes enraizadas en los rasgos del carácter, lo que hace que el individuo seleccione los estímulos que están en consonancia con su visión de las cosas.

El término *creencia* sale de esta discusión terminológica, por ahora y sin dejar de tomar en cuenta su valor en la consideración del fenómeno de la opinión pública, por considerársele aquellas cuestiones acerca de las cuales no hay discusión en el seno de los grupos sociales en los cuales se aceptan, no estando su verdad o evidencia en cuestión y no necesitándose para compartirla la comprobación. La fe religiosa es el gran ejemplo, pero no el único. Por lo demás, como se verá posteriormente, las creencias están en la base de las opiniones y de las actitudes –véase especialmente el aparte dedicado a las bases psicológicas de la opinión–. El concepto de actitud es definido por Allport[4] como un estado mental y neurológico de vivacidad por medio de la experiencia, que ejerce un efecto directo o dinámico en las respuestas de la persona a cualquier objeto o situación con que ese estado se relaciona.

Siguiendo a Hartley, Hartley y Hart, quienes comentan la definición de Allport, tenemos: a) es un estado de vivacidad para habérselas con un objeto o clase de objetos –acciones, cosas, personas, otras actitudes ajenas, etc.–; b) la actitud se desarrolla a través de la experiencia y entra en las experiencias a posteriori como un factor predictivo; c) las actitudes son dinámicas y no están "aguardando" que el objeto esté presente, incluso pueden conducir al individuo a buscar los objetos alrededor de los cuales se organizan. Las actitudes y la percepción están estrechamente relacionadas a través del sistema conceptual/valorativo del individuo.

La actitud no es observable directamente y se expresa en lo que las personas hacen o dejan de hacer y en el modo en que lo hacen así como en lo que dicen. Expone Stoetzel[5]:

> "En el trato social común, las otras personas que se encuentran en la misma situación, conjeturan lo que una persona siente, lo que piensa y lo que trata de hacer y con qué objeto, por la expresión facial de esa persona, por la entonación de su voz, por las posturas y movimientos de su cuerpo y por sus *declaraciones verbales*". [El uso de las cursivas es nuestro].

Stoetzel expone que el concepto tiene la connotación de la noción de una disposición generalmente permanente, adaptada a condiciones específicas, que sería la fuente de una gran cantidad de comportamientos particulares. Para este autor la actitud es una cierta disposición mental, una preparación para la acción, con respecto a objetos y situaciones definidas, comportando

esencialmente, dos elementos: por un lado implica un estado de preparación más o menos permanente; por otra parte, se vincula con un objeto determinado.

Katz[6] expresa que la actitud es la predisposición de la persona para evaluar algún símbolo o aspecto del mundo perceptivo de una manera favorable o desfavorable y la opinión es la *expresión verbal de una actitud*, aunque las actitudes pueden ser expresadas también mediante expresiones no verbalizadas. Blake y Haroldsen[7] exponen que una actitud es "un conjunto permanente de elementos que se entrelazan que comprenden creencias y evaluaciones (componente cognitivo), sentimientos y emociones (componente afectivo) y disposición al comportamiento (componente de acción) con respecto a algún objeto social". Monzón[8] explica un poco más los tres componentes actitudinales:

a) El componente cognoscitivo o perceptivo, el conjunto de opiniones, ideas, juicios de valor, creencias, categorías, utilizados por el ser humano al pensar. Monzón acude a Triandis para explicar que este componente está definido por las categorías (que auxilian la percepción e interpretación del mundo), los atributos y un tercer elemento que autores como Rokeach han denominado "centralidad" (proximidad respecto a la estructura del yo).

b) El componente afectivo, referido al aspecto emocional y emotivo que implican las ideas, juicios y valoraciones al referirse la persona a los objetos de la actitud.

c) El componente conativo, de acción o comportamental, o la predisposición que tienen los individuos a actuar y a manifestarse de una manera concreta.

Según explica Monzón estos tres componentes, más o menos intensamente, siempre pueden ser percibidos en toda actitud.

Stoetzel[9] expone que si se supone que una persona posee ciertas actitudes en relación con algunos objetos, se puede explicar la conducta favorable o desfavorable de ese sujeto con respecto a los objetos. Para el autor, conviene poner aparte las reacciones verbales ante los problemas de opinión, pues las opiniones aparecen como un caso particular de las acciones que tienen su origen en las actitudes.

De acuerdo con esto, la existencia de *grupos de opiniones* coherentes e integradas deriva de una actitud. Por esto, cuando se realiza una investigación y se usan proposiciones tipo escala de Likert lo que se supone evalúa el conjunto de la prueba es una actitud hacia el objeto de estudio. Stoetzel señala que muchas investigaciones coinciden en suponer la existencia de actitudes generales que explican la tendencia a opinar de una u otra forma; en otras palabras, la actitud sería el principio hipotético de la convergencia de opiniones. Maletzke[10] hace énfasis en el carácter interno de las actitudes y su arraigo en la personalidad y fuerza motivadora de la acción, siendo más estable que la opinión, aunque implicando, al igual que ésta, una toma de posición, una valoración del objeto de controversia.

Price[11] hace importantes consideraciones que detallamos a continuación. Expone que la historia de la investigación de la opinión pública probablemente

es inseparable de la historia de la investigación en actitudes. De hecho, los dos términos han sido usados frecuentemente en forma intercambiable. Por ejemplo, según relata Price, Doob igualó directamente opiniones y actitudes en su definición de la opinión pública.

Para Price, aunque estos términos tienden a ser usados de manera intercambiable, ocupan de alguna manera "nichos" conceptuales diferentes. Opiniones y actitudes son frecuentemente contrastados en la literatura de opinión pública y diferirían conceptualmente en por lo menos tres vías. En primer lugar, las opiniones usualmente son consideradas como observables, como respuestas verbales a un tema, tópico o pregunta, mientras que una actitud es una predisposición o tendencia psicológica encubierta.

En segundo lugar, para Price, aunque ambas –opinión y actitud– implican aprobación o desaprobación, el término actitud se acerca más a lo afectivo y el término opinión más hacia lo cognitivo.

En tercer término, y quizás lo más importante, una actitud es tradicionalmente conceptualizada como una orientación global y duradera hacia una clase general de estímulo, mientras que la opinión es vista de una manera más situacional, como perteneciente a un específico tema en una situación conductual particular.

Las primeras concepciones de la opinión, expone el mismo autor, puntualizan dos sentidos discernibles de la palabra. El primer sentido es esencialmente epistemológico y distingue una cuestión de juicio de una cuestión de hecho o algo incierto de algo conocido como verdadero, por demostración o por fe.

Esta noción se refleja en el uso general hoy en día, como cuando alguien se refiere a una aserción como una "cuestión de opinión" más que a un punto de hecho. Cuando se vincula esta acepción con la sociedad como un todo, el término a veces toma una cualidad peyorativa, reflejada en expresiones tales como la "opinión común" o la "opinión vulgar". A pesar de sus ocasionales connotaciones negativas, según Price, *opinión* usada en este modo epistemológico esencialmente se relaciona con un estado cognitivo, con una forma menor de conocimiento. Este carácter de la opinión lo subraya Platón[12], al señalar que es una facultad que reside en los hombres de juzgar por la apariencia y que está ubicada entre el *ser* y el *no ser*, pues si la ciencia tiene por objeto el ser y la ignorancia el no ser hay que buscar una manera de conocer que sea intermedia entre ambas, siendo esta manera de conocer la opinión, que es "la facultad que tenemos de juzgar por la apariencia" y que "tiene menos claridad que la ciencia y menos oscuridad que la ignorancia".

Un segundo sentido del término lo iguala con maneras y costumbres, estando el énfasis sobre el rol de la opinión popular como una clase de presión social informal y de control social. La opinión se iguala con reputación, aprecio

y la consideración general de los otros. Esta acepción de la opinión cristalizó en los escritos de Locke[13], quien identificó tres leyes que rigen a los hombres: la *ley divina*, la *ley civil* y la *ley de la opinión o la reputación*, llamada por él también *ley de la pasión o censura privada*. Si los hombres juzgan la rectitud de sus acciones de acuerdo con esas tres leyes, Locke pone énfasis en la importancia de la ley de la opinión, pues el hombre teme las sanciones y la antipatía y "mala opinión". El desprecio y la desgracia para los violadores de la ley obliga a los hombres a someterse al conformismo[14]. Esta ley es juez de virtudes y vicios; la virtud se mide en función de la consideración pública. Habermas[15] señala cómo Locke restaura la significación de la opinión en el sentido de idea que de uno tienen los demás:

> "Opinión denota aquí la malla informal de los *folkways*, cuyo control social indirecto es más eficaz que la censura formal bajo amenaza de sanciones eclesiásticas o estatales. Por eso aquella ley recibe al nombre de *Law of Private Censure*".

Generalmente se resume la cuestión diciendo que la opinión es una "expresión verbal de una actitud". Se puede asumir, entonces, que la opinión se basa en las actitudes, tal como lo explican Haroldsen y Blake[16], al definir la opinión:

> "Es el producto de las actitudes de un individuo que, ante ciertas condiciones de su ambiente social, ordena sus actitudes en jerarquías. Cuando el individuo escribe o habla, expresa su jerarquía de actitudes: expresa una opinión. Cuando la situación externa se modifica, también se producen variaciones en la jerarquía de actitudes y surgen nuevas ordenaciones que conducen a nuevas opiniones. Una opinión es, por lo tanto, la expresión de una actitud en palabras".

Otros autores señalan que las opiniones son habitualmente expresadas sin tener una certeza completa acerca de su verdad, o le otorgan un carácter más bien secundario, como Brown[17], para quien son "meras declaraciones" hechas en "ocasiones aisladas" que pueden o no reflejar los verdaderos sentimientos del individuo con respecto a alguna cuestión, o en el mejor de los casos, reflejan un interés puramente pasajero. Dovifat[18] describe la opinión como

> "... el sostenimiento de una aseveración objetivamente insuficiente pero susceptible de confirmación, y por eso busca testimonios y confirmaciones por medio del convencimiento".

Para Girard[19], la opinión es una clase de aserción, con un *carácter aproximativo* y no siempre susceptible de una verificación racional. Gomis[20] expresa que la opinión tiene al propio tiempo algo de juicio lógico y racional y algo de respuesta a condicionamientos socioculturales reflejados en estereotipos, mitos y leyendas, formándose en la elección ante alternativas que dependen no sólo de la razón sino también de hábitos sociales.

Hartley, Hartley y Hart[21] exponen que la opinión nace en el momento y en la medida que las actitudes no son adecuadas para permitir que el individuo o

el grupo se enfrenten a una determinada situación problemática y/o extraña. Los autores discrepan, en su definición, de autores que plantean la opinión como algo voluble, pues para ellos es una entidad más "racional" y nace cuando hay situaciones problemáticas que exigen que los participantes "lo piensen bien". La opinión, para estos autores, siempre tiene que ver con los elementos dudosos de una situación, con conflictos e incertidumbres, con problemas o dificultades.

La racionalidad de la opinión será siempre discutible y a ella nos volveremos a referir. De lo expresado por Hartley, Hartley y Hart es muy útil la consideración de la opinión como fenómeno presente *ante los acontecimientos*, esto es, reacciones verbales, tomas de posición expresadas, mediante el lenguaje, ante un objeto psicológico presente –en la conversación y aun en el pensamiento–. Como se expresó párrafos arriba, una de las concepciones tradicionales de la opinión la vincula con la reputación y, según Key[22], la concepción actual regresa un poco a lo tradicional, pues no habría necesidad de un concepto restringido. "Puntos de vista mantenidos sin mucho fundamento, así como ansiedades, prejuicios, preferencias, exigencias y convicciones transitorias..." estarán para Key en el dominio de las opiniones.

Lane y Sears[23] añaden otra dimensión a la discusión al exponer que la opinión puede estar expresada abiertamente o no. Esto es, la persona puede manifestarse oralmente o puede esconder su opinión. Precisamente, éste es uno de los problemas que más ha preocupado a los expertos en medición de la opinión: ¿hasta qué punto reflejan la presencia o ausencia de una real opinión o la opinión verdadera del entrevistado las respuestas dadas a un cuestionario estructurado? Hovland, Janis y Kelley definen la opinión tomando en cuenta lo expresado en este párrafo[24]:

> "... una respuesta verbal implícita que una persona da como contestación a una situación particularmente estimulante en la que de alguna manera surge una "pregunta" en general. Puede estar expresada de manera abierta o no".

Para resumir la discusión, podemos acudir nuevamente a Price[25], quien discute las opiniones como *expresiones*, como *pensamientos* y como *adaptaciones de actitudes a temas específicos*.

a) *Opiniones como expresiones:* Se le ha dado el crédito a Thurstone por haber sido el primer autor en dar una distinción conceptual precisa entre las opiniones y las actitudes. Al tratar el problema de la medición de las actitudes notó que nunca eran directamente accesibles al investigador, sino tenían que ser inferidas de "opiniones" verbalizadas o de alguna otra conducta explícita. Él concibió la actitud como una predisposición latente a responder a una situación de una manera determinada y la opinión como la respuesta misma. Las opiniones son, en pocas palabras, indicadores manifiestos de inobservadas actitudes.

Según apunta Price, la manera de distinguir las opiniones de las actitudes de Thurstone fue más metodológica que sustantiva y este autor repetidamente ignoró la distinción que había deducido e instintivamente hablaba de actitud cuando según sus propios preceptos debía hablar de opinión. Sin embargo, la restricción explícita se incorporó rápidamente a la literatura sobre el tema: las opiniones tenían que ser *verbalizadas* oralmente o mediante otra clase de declaración expresada de apoyo u oposición a alguna acción.

A pesar del refinamiento de la medición, el concepto de opinión continuó siendo aplicado de una manera más o menos consistente con la actitud, refiriéndose tanto a estados psicológicos internos como a conductas. Por ejemplo, aunque Allport[26] insistió que las opiniones tenían que ser expresadas, sugirió que el análisis de la opinión pública no debería descuidar las opiniones que la gente podría mantener pero no expresar. Claramente, esto implicaba que las opiniones pueden ser juicios mentales encubiertos tanto como conductas explícitas. De hecho, a pesar del acuerdo en la definición de la opinión como expresiones abiertas, los análisis de la opinión pública continúan hablando de opiniones no expresadas, privadas, internas o latentes. Esto tiene alguna importancia teórica porque es frecuente el argumento de que sólo opiniones "públicas" o expresadas tienen fuerza política, aunque como ha notado Key[27], los gobernantes frecuentemente le dan peso a las opiniones latentes, pues para tomar decisiones ellos tienen que estimar las clases de opinión que *pueden* ser expresadas si una manera determinada de hacer las cosas es propuesta o seguida. Aunque la literatura sobre opinión pública con frecuencia define la opinión como expresión verbal hay que admitir que en la explicación del fenómeno de la opinión pública se emplea una acepción mucho menos restrictiva del término.

b) *Opiniones como pensamientos:* Tan importante como los aportes primarios de Thurstone fue el hecho de que las opiniones fueran observadas como juicios conscientes, vistos generalmente como más "racionales" y menos afectivos en su formación que las actitudes. Este postulado señala que uno decide una opinión, mientras que una actitud generalmente no es comprendida como algo conscientemente resuelto o decidido completamente de la misma manera. En su lugar, una actitud es *sentida* como un impulso afectivo, una inclinación a responder positiva o negativamente a algo.

En este aparte la conexión entre la opinión y el debate razonado que fue establecida durante el Iluminismo muestra su persistencia, al decir de Price. Aun si no se mantiene que las opiniones necesitan ser puestas en escena durante la discusión (que las haría "opiniones públicas" según el sentido tradicional) permanece una tendencia a considerarlas como más "pensadas" que las actitudes. En pocas palabras, las opiniones serían juicios, y actitudes serían los crudos "amores y odios" que alimentan esos juicios.

Una vez más se tiene que admitir, y así lo hace Price, que la distinción no es particularmente firme. Los analistas frecuentemente están poco dispuestos a reconocer que haya mucho cálculo y raciocinio en las opiniones, que a veces parecen reflejar intensos sentimientos más que una fría deliberación. Así, como se señaló anteriormente, el término opinión, aun en sus usos más tempranos en la historia, connotó lo no racional y afectivo tanto como lo racional. Además, los psicólogos han conceptualizado las actitudes en ambos sentidos, tanto cognitivas como afectivas en su composición, y esta tendencia se ha intensificado con la reciente influencia de la perspectiva cognitiva en la psicología social. Así, aunque ambos términos han sido analizados como diferentes en cuanto a su balance relativo de afecto versus cognición, ninguno de los dos está identificado completamente con un extremo u otro.

c) *Opiniones como adaptaciones de actitudes a temas específicos:* Señala Price que la tercera distinción general entre ambos términos proviene de ver las actitudes como parte del material "crudo", del "bloque" que forma opiniones. Una vez que el término "opinión" fue adoptado por los encuestadores, en lugar del término "actitud", llegó a ser la forma comúnmente aceptada para expresarse *pro* o *contra* en temas políticos. Así, las opiniones fueron el fenómeno conductual inmediato a ser explicado, mientras que el término actitud fue reservado para referirse a los más profundos y subyacentes motivos de esas acciones. La opinión dejó de ser tan sólo una manera de medir actitudes; era ya considerada un producto conceptualmente distinto de las actitudes.

En este sentido, y como raro ejemplo del poco esfuerzo consciente hecho para deslindar los términos, Price cita a Wiebe, quien intentó analizar la relación detalladamente. Una actitud representa una predisposición estructural, una orientación duradera a responder a algo favorable o desfavorablemente. Una opinión, por otra parte, es una respuesta consciente dada en respuesta a una cuestión particular en una situación específica, es una decisión que adapta actitudes relacionadas al tema a la percepción individual de la realidad en la cual

> "... the behavior must transpire".[28]

En consecuencia, opiniones y actitudes muy bien pueden divergir cuando un problema tiene dos o más actitudes potencialmente conflictivas entre sí. Como Wiebe vio la relación, la actitud es una inmediata e intuitiva orientación y la opinión es una elección pensada entre opciones específicas hecha en una situación particular dada.

1.1.1. *Componentes de la opinión*

Toda opinión está conformada por una materia y una forma. Expresa Stoetzel[29], que en relación con la *materia*, no es imprescindible hacer clasificaciones, porque el campo de los objetos de opinión es prácticamente

infinito y porque una tal clasificación no tendría ninguna utilidad práctica ya que, además,

> "...las diversas opiniones de un individuo no son totalmente independientes las unas de las otras, así como sólo las actitudes comunes son comparables de un individuo a otro, y ello solamente a grandes rasgos".[30]

Tal vez una clasificación de las opiniones según su tema o materia sería útil cuando se efectúa un análisis de contenido de, por ejemplo, los artículos de opinión de un periódico.

En relación con la *forma* de las opiniones, ésta describe la manera como opina el individuo, en relación con la *dirección* de la opinión y su *intensidad*. Una manera en la cual se puede ejemplificar adecuadamente las dos dimensiones de la forma de las opiniones es acudiendo a la escala de Likert. Así, el componente de la *dirección* de la opinión es la toma de posición favorable o desfavorable hacia el objeto de la opinión. Podemos decir que, generalizando, cuando opinamos evaluamos positiva o negativamente un objeto de opinión –favorable o desfavorablemente–. Nos pronunciamos, en un primer acercamiento, con un "sí" o con un "no" acerca del tema u objeto de opinión o permanecemos indiferentes, o "no tenemos opinión", o no queremos expresarla o estamos indecisos. Si nuestra materia de opinión es, para poner un ejemplo, la aplicación del impuesto a las ventas, si yo opino que *sí* debe ser aplicado el denominado IVA mantengo una toma de posición favorable a esta posibilidad. Por lo contrario, si digo que *no* debe aplicarse el IVA estoy en una posición desfavorable.

El segundo componente, la *intensidad* de la opinión, complementa al anterior y completa la forma de la opinión, dándole un sentido operacional a su medición. Usualmente cuando opinamos –y lo hacemos de una manera favorable o desfavorable– nos pronunciamos con una intensidad dada, es decir, podemos estar de acuerdo con algo, pero puede ser que seamos extremadamente favorables o simplemente favorables, o que nos acerquemos a la indiferencia. La intensidad de la opinión puede estar relacionada con la personalidad del individuo, con la ideología que profesa, con la magnitud del acontecimiento o con la importancia percibida de un problema en un momento determinado –su actualidad noticiosa– o la importancia subjetiva que le concede el individuo. Por ejemplo, un individuo "radical" tenderá a ser más intenso en sus opiniones que uno "moderado"; uno de "izquierda" o de "derecha" más intenso en la escala que un indefinido ideológicamente; un incidente fronterizo hará que las opiniones sobre la controversia limítrofe entre Venezuela y Colombia sean mucho más intensas; un líder de opinión en temas geopolíticos tenderá a tener opiniones más intensas que un lego –ojo, sin tomar en cuenta las otras variables–. De todas maneras hay que considerar que esta relación no siempre estará claramente establecida, porque una persona puede tener una opinión intensa

sobre algún problema o tema, pero puede ser que el área donde se manifiesta esa opinión no sea prominente para él. En otras palabras, que no sea importante y esto es algo que en la práctica no se mide en las encuestas de opinión pública, y es un factor que habría que tomar en cuenta con mayor énfasis al hacer evaluaciones de la opinión pública.

Como medición, la mejor pregunta no es precisamente la que plantea un "sí" o un "no", sino la que intenta registrar los diversos grados de intensidad que hay en la forma de una opinión. Así, se utilizan los grados de acuerdo-desacuerdo con una proposición, las escalas de excelente-pésimo, escalas de importancia muy importante-nada importante[31].

Lane y Sears[32] consideran que es fundamental al investigar la opinión hacer especificar la intensidad de ésta, pues las personas a veces se sienten seguras respecto a algunas cuestiones pero otras veces no. Además, observan que la intensidad de la opinión está en función de la lealtad a los grupos.

1.1.2. *Bases psicológicas de las opiniones*

Price[33] ha añadido importantes consideraciones acerca de la inferencia sobre las bases psicológicas de formación de las opiniones. Este autor, a quien desde la perspectiva anglosajona podemos considerar como uno de los que más han aportado para refocalizar la importancia del estudio de la opinión pública[34], expone que se puede hablar, en primer término, de *opiniones abiertas*, que son juicios expresados acerca de acciones particulares o acciones propuestas sobre preocupaciones colectivas, hechas en situaciones conductuales específicas. Éstos son los datos principales recogidos en las encuestas de opinión pública. De todas maneras, las opiniones, de manera tajante, también pueden ser expresadas en discusiones informales, cartas dirigidas a periódicos o a gobernantes, participación en marchas, huelgas, etc.

En segundo término, podemos hablar de *opiniones encubiertas*, que son juicios formados en la mente sobre acciones particulares o acciones propuestas sobre preocupaciones colectivas. Aunque, como señala Price, esas clases de opiniones son frecuentemente inferidas de las respuestas a las encuestas, debería señalarse algunas razones por las cuales tales interpretaciones no son tan poco complicadas como podría parecer en una primera mirada. Como las opiniones expresadas, estos juicios encubiertos son conceptualizados como respuestas a temas específicos, esto es, como respuestas a políticas en relación con determinado problema compartido.

Opiniones expresadas, juicios encubiertos y actitudes pueden, según Price, estar relacionados, pero hay importantes razones por las cuales merecen ser distinguidos conceptualmente. Primero, la gente puede expresar opiniones que difieren marcadamente de sus puntos de vista mantenidos en privado, especialmente cuando están expuestos a presión social, como ya lo señalara

Asch[35]. Por ejemplo, en algunas de las últimas elecciones en Estados Unidos, en las cuales candidatos negros han competido contra oponentes blancos, las encuestas han mostrado considerable movilidad en los resultados, dependiendo de la raza del encuestador[36].

Encuestados blancos interrogados por negros con mayor probabilidad dirán que apoyan a candidatos negros que los entrevistados blancos que le responden a un encuestador blanco. Cuando una oposición es esperada, algunas personas pueden alterar su opinión expresada o no contestar, a pesar de tener puntos de vista claramente formados o actitudes fuertes[37].

Detrás de los problemas de medición para las encuestas que esto supone hay un aún más fundamental problema, refiere Price. Una persona no necesita tener desarrollado ningún juicio subyacente o preferencia, y mucho menos mantener una predisposición duradera, para expresar una opinión. La investigación claramente ha demostrado que la gente está dispuesta a ofrecer opiniones sobre cuestiones aún cuando no existan ni juicios ocultos ni actitudes. Price denomina este fenómeno como de *pseudo-opiniones*.

Converse[38] encontró que la mayoría de las respuestas de los entrevistados en las encuestas eran muy inestables. Los encuestados también fueron considerablemente inconsistentes en sus opiniones políticas, pues muchos individuos que en una encuesta tomaban una posición "liberal", en la siguiente expresaban puntos de vista conservadores. Converse concluyó que las opiniones políticas medidas en la mayoría de las encuestas, lejos de reflejar puntos de vista cristalizados, podrían simplemente estar reflejando "lanzamientos de moneda". No obstante, otros investigadores han refutado la interpretación de Converse, adscribiendo la inestabilidad de la medición a errores de medida más que a la ausencia de opiniones bien formadas o argumentando que la intensidad de la actividad política durante los años 60 era responsable de los cambios registrados en las encuestas.

La investigación sugiere que las opiniones expresadas deberían ser tomadas sólo como lo que manifiestamente son, acciones de nivel superficial que no necesariamente implican una actitud o decisión subyacente. Las opiniones pueden reflejar solamente respuestas efímeras.

Vale la pena observar la clasificación que hace Mucchielli[39] de las *zonas de opinión*. Una primera zona está compuesta de las opiniones sistematizadas que forman entre ellas un conjunto organizado de actitudes *clave* a las cuales el individuo adhiere totalmente. Este sistema trabaja como un filtro para las nuevas informaciones. Un poco menos al centro de compromiso hay espacios que se van alejando, en que las opiniones que primero se hallan unidas por *cadenas temáticas*, se vuelven cada vez más aisladas, ocasionales y flotantes y son menos importantes para el individuo. La segunda zona es de "aceptación" de opiniones, región mucho más amplia en las personas débiles y en los no

extremistas, tolerantes. Es una zona muy estrecha en los fanáticos, los extremistas y los sectarios.

Vincent Price[40] ha señalado que en el estudio de la opinión pública se han incorporado una serie de conceptos teóricos en relación con la formación y cambio de opinión. Como las actitudes, comparten las características de ser: a) inferidos, más que directamente observables; b) más básicos que las opiniones, las cuales son situacionales y superficiales; c) usados como explicaciones teóricas sobre las expresiones encubiertas de las opiniones. Aunque los significados de esos conceptos están tan poco definidos y asentados como el concepto de opinión mismo, son muy útiles para indicar el pensamiento actual sobre la naturaleza de las opiniones. Estos "constructos" teóricos son el *esquema*, los *valores* y las *identificaciones de grupo*.

A)El *esquema*: la evidencia encontrada por Converse acerca de que la mayoría de los norteamericanos no poseen un sistema de actitudes hacia la política bien integrado, esto es, una posición ideológica central liberal o conservadora –lo que en otra terminología podríamos denominar de izquierdas o derechas– ha encontrado bastante soporte empírico y es aceptado como cierto. Se pregunta Price:

> "If political views are not commonly organized into a single overarching system or ideology, then how are they organized?".[41]

Una respuesta común a esa pregunta implica *otro concepto*, actualmente muy popular en la psicología social y cognitiva, denominado *esquema*. Fiske y Taylor[42] lo definen como una estructura cognitiva que representa el conocimiento general propio sobre un concepto dado o dominio de estímulo y que incluye los atributos de un concepto y las relaciones entre los atributos. En palabras de Price, un esquema puede relacionarse con cualquier estructura de información. Puede ser visto como un sistema inferido de ideas relacionadas acerca de algún concepto particular –si el concepto es una persona, un grupo, un acontecimiento o aun alguna noción abstracta, como "libertad"–. Los investigadores han planteado hipótesis sobre una variedad de formas estructurales para los esquemas. Algunos proponen sistemas jerárquicos de proposiciones interconectadas (equivalentes a teorías), mientras que otras propuestas son más simples: estructuras asociativas como secuencia de acontecimientos.

La investigación psicológica ilustra que un esquema, una vez activado, provee una especie de "taquigrafía mental" en el pensamiento y en la percepción. Dirige la atención hacia ciertas características del ambiente, forma una base para las inferencias acerca de acontecimientos y personas y también suministra catálogo personal de información en la memoria.

Teóricamente, el esquema afecta la formación de la opinión en varias vías. Primero, los esquemas constituyen filtros perceptuales a través de los cuales la información relevante sobre un asunto público tiene que pasar. Graber[43] aplicó esta noción en una serie de entrevistas en profundidad con un grupo de residentes de Chicago, centrándose en cómo ellos procesaban las noticias. Los entrevistados parecían emplear esquemas simples sobre los asuntos públicos –pequeñas pero organizadas nubes de creencias acerca de la gente y la política– para observar determinados ítems de noticias del chorro de información presentado por los medios. Graber argumenta que la gente activamente da sentido de diferentes asuntos públicos pero mayoritariamente interpretan cada tema separadamente, ayudados por una variedad de esquemas, sin aproximarse a una ideología completa o a una filosofía que sea política en su construcción.

Para Price, en segundo lugar, los esquemas pueden formar la base para inferencias hechas en respuesta a la información acerca de los asuntos públicos. Un esquema activado trae a la mente una serie de ideas interrelacionadas y, así, altera las asociaciones que la gente hace al considerar nuevas informaciones. Gillovich[44] ha provisto un ejemplo particularmente claro. Los sujetos en su estudio leyeron sobre escenarios que describían una hipotética crisis militar involucrando una nación extranjera; el experimento estaba preparado para que los sujetos "dispararan" un "esquema Vietnam" o un esquema "II Guerra Mundial". El investigador halló mayor apoyo para una hipotética intervención norteamericana en la ficticia crisis entre aquellos que leyeron la versión "II Guerra Mundial", presumiblemente porque ellos dedujeron asociaciones más favorables al conflicto e infirieron un resultado positivo. De ninguna manera es sorprendente: el modo en que la cobertura de las noticias esquemáticamente construye los asuntos públicos está ganando interés entre los investigadores de la opinión pública.

Las teorías acerca del procesamiento esquemático de la información han tenido un profundo impacto en la investigación de la opinión pública. Aun el concepto de actitud ha sido recientemente redefinido como una subclase especial de esquema. Según esta concepción, las actitudes son "paquetes" de creencias interconectadas acerca de un objeto particular fundido con el afecto global –bueno o malo– hacia él. Pratkanis y Greenwald[45] proponen que una actitud está representada en la memoria por: a) una etiqueta del objeto y reglas para aplicarlo (por ejemplo, "un abogado es alguien que estudió derecho"); b) un sumario evaluativo de ese objeto (por ejemplo, "no me gustan los abogados"); c) una estructura de conocimiento que apoya la evaluación (por ejemplo, una serie integrada de creencias acerca de los abogados).

Como todo esquema, las actitudes sirven como recursos perceptuales y cognitivos para ayudar en la organización del pensamiento acerca de los objetos. Su principal función, de todas maneras, es heurística; simplifican la tarea de evaluar objetos. Las actitudes también, teóricamente, cumplen otras funciones para la personalidad. Pueden ser una defensa del ego, por ejemplo, jugando un

rol en el establecimiento, mantenimiento y reforzamiento de la autoestima personal.

En casos en los cuales tales estructuras actitudinales realmente existen, su función heurística reduciría dramáticamente la necesidad de evaluación constante y molesta de nueva información. Smith, Brunet y White[46] sugieren que las actitudes permiten a la gente calibrar una situación e interpretar un juicio, bueno o malo. Cuando una actitud sobre un objeto particular fuertemente mantenida es evocada, un juicio puede formarse rápidamente en la mente; así, la información subsecuente es sujeto de interpretación selectiva. Recientes ejemplos del posible rol de las actitudes en la formación de la opinión, por ejemplo acerca de la respuesta pública al SIDA (enfermedad identificada estrechamente con el homosexualismo), indican que la gente con predisposición hacia los homosexuales ha sido menos receptiva que los demás a la información científica acerca de cómo se transmite la enfermedad. También están más dispuestos a apoyar políticas severas en el trato con pacientes de SIDA.

B)*Valores*: Señala Price que, como las actitudes, los valores son conceptualizados como creencias, pero tienen una cualidad prescriptiva. Los valores son creencias acerca de lo que es deseable, bien como un estado final, a los que Rokeach[47] denomina valores terminales (por ejemplo, "todos deberían tener una oportunidad de progresar") o bien como un medio hacia un fin, valores que Rokeach ha denominado instrumentales (por ejemplo, "la gente debería progresar basada en su propio trabajo"). Los valores teóricamente funcionan como *estándares* para evaluar la conducta social y la individual y como planes generales para guiar la acción personal. Rokeach los ha distinguido de las actitudes de varias maneras. Primero, mientras una actitud se refiere a una organización de varias creencias centradas sobre un objeto sencillo, un valor es una creencia simple concerniente a un estado final ideal o modo preferido de conducta.

En lugar de estar vinculado con un objeto, un valor está vinculado con una meta. Según esta concepción, los objetos particulares llegan a ser evaluados en situaciones particulares cuando afectan la ejecución de metas valiosas. Los valores sirven como *estándares* para juzgar estados y conductas, mientras que las actitudes meramente implican gustos o disgustos generales. A causa de que la gente tiene sólo tantos valores como ellos hacen creencias acerca de estados finales o modos de conducta, es probable que haya unas pocas decenas de valores, mientras que el número de actitudes sea mucho mayor. Los valores son mucho más importantes para la personalidad que la mayoría de las actitudes.

Price señala que los valores han sido incorporados en la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación y son empleados en estudios de

opinión pública más generalmente. Recientemente se ha encontrado evidencia de que el apoyo para algunos valores políticos clásicos podría explicar una cantidad apreciable de la variación en las opiniones sobre políticas públicas específicas. Darle crédito al valor de la igualdad de oportunidades, por ejemplo, fue un valor estrechamente relacionado con posiciones políticas en una variedad de temas domésticos, tanto como en un ancho rango de evaluaciones sobre la actuación de Reagan como presidente.

C)*Identificaciones de grupo:* Otro concepto teórico que a veces es considerado como subyacente en la formación de la opinión es el propio *auto-concepto* individual, que está basado en gran parte en las varias identificaciones de grupo. Turner[48] define el *auto-concepto* como un sistema cognitivo integrado que incluye dos subsistemas primarios, la identidad personal o creencias acerca de las características psicológicas personales, gustos personales y atributos (por ejemplo, "yo soy honesto"), y la identidad social, compuesta de creencias acerca de la pertenencia personal a varios grupos formales e informales o categorías (por ejemplo, "yo soy católico"). En otras palabras, el concepto de sí mismo es un sistema personal organizado de creencias acerca de las propias características personales o sociales.

Aunque es considerado como una estructura cognitiva simple y organizada el auto-concepto se adapta a situaciones específicas; en su operación son evocados en una situación dada. Una situación conductual, especialmente involucrando conflictos entre grupos o competencia, puede disparar la identificación personal como miembro de un grupo dado. La perspectiva del grupo es, entonces, adoptada en la percepción y respuesta al ambiente. En la formulación de Turner, las identidades de grupos activadas funcionan como *esquemas de grupo* que pueden dirigir los procesos perceptivos e inferenciales. Los investigadores de la opinión pública, al decir de Price, han encontrado evidencia empírica para estas proposiciones. En casos de conflictos de grupo o competencia los miembros interactuantes de los grupos contendientes desarrollan exageradas o "extremistas" percepciones de los patrones de opinión en competencia. La investigación también indica que el incremento de la relevancia de un grupo particular hace a la gente expresar opiniones de grupo más estereotipadas.

Como sugiere Price, la identificación social puede estar centralmente implicada en la formación de las opiniones sobre temas públicos, dado que los miembros del público espectador de tales asuntos son llamados a tomar partido con uno u otro de los grupos activos dentro del "sistema de conflicto" de las élites políticas. En otras palabras, las identidades de grupo de la gente son con frecuencia relevantes en conexión con los asuntos públicos debido a la naturaleza basada en el grupo de una buena parte del debate político.

1.1.3. *Formación de las Opiniones*

Para Price, autor al que hemos dedicado un importante espacio por la novedad de sus planteamientos, no hay dudas del solapamiento entre los términos esquema, actitud, valor e identificación de grupo; todos se refieren a *estructuras de información*, reflejando diferentes aspectos del procesamiento de información que puede influir en el cálculo y expresión de las opiniones. El grado en el cual esos diferentes conceptos y procesos pueden ser claramente delineados operacionalmente permanece dudoso. Lo que es cierto es que los que se acerquen al estudio de la opinión pública encontrarán cada uno de ellos citado en los esfuerzos por explicar cómo y por qué las personas expresan opiniones particulares.

Teóricamente, prosigue Price, cuando cualquier tema simple se presenta, sólo esquemas, actitudes, valores e identificaciones de grupo selectos son activados. Una vez activados, de todos modos, esos materiales "crudos" son los principales factores que dan forma a los juicios internos y opiniones expresadas. Sin embargo, sólo ellos no determinan completamente la respuesta. La información nueva acerca del problema a mano (por ejemplo, creencias todavía no integradas con las estructuras existentes) y las percepciones de cómo los amigos y grupos valiosos para el individuo podrían responder al problema, también juegan un rol. Las opiniones están basadas parcialmente en el sistema propio establecido de creencias y particularmente en un esfuerzo de dar sentido a una nueva situación, a un tema público.

Durante el curso del proceso de pensar en un problema particular, las creencias y actitudes son evocadas por la mente y combinadas con cualquier nueva información disponible. En cualquier situación propia, como una encuesta, una fiesta, una discusión después del almuerzo, etc., esas ideas son mezcladas en una opinión expresada. Esta combinacion podría lucir como lo que Abelson[40], denominó una *molécula de opinión*, compuesta de tres átomos: a) una creencia ("esta propuesta requerirá de más impuestos"); b) una actitud ("odio los impuestos"); c) una percepcion de alguna clase de apoyo social ("todo el mundo odia los impuestos").

Así, una opinión expresada teóricamente resulta de cierta clase de calculo mental. Pero unos pocos aspectos importantes de este cálculo deberían hacer en la mente. Primero, no tiene por qué ser un proceso complicado. La investigación sobre la "heurística de la opinión" que la gente emplea para tomar decisiones en condiciones de incertidumbre ha establecido que las opiniones están fuertemente determinadas por muy pocas piezas –aun una sola– de información altamente relevante. Debido a que la opinión calculada depende fuertemente de cuáles creencias, actitudes, valores o identificaciones de grupo particulares son evocadas por la mente, las diferencias entre situaciones

específicas frecuentemente producen opiniones muy diferentes, aun en la misma persona.

En segundo lugar, la expresión abierta de las opiniones puede tener mucho que ver con la formación de estructuras cognitivas internas. Las personas pueden hacer uso activo de diferentes oportunidades de expresar varias opiniones, como una manera de formar su sistema conceptual/valorativo[41].

Esto es lo que el modelo discursivo de la opinión pública implicaría en el nivel individual. Así como el público se toma su tiempo para responder colectivamente a un problema, así un juicio individual encubierto acerca de un tema puede también tomar algún tiempo para desarrollarse, ganar coherencia y estabilidad en respuesta al razonamiento acerca del problema, buscar información, considerar los varios lados del tema y hablar con otras personas.

En el curso de la formación de un juicio interno coherente, una persona puede muy bien expresar un abanico de opiniones diferentes a través de una variedad de situaciones conductuales. Tal patrón puede reflejar no tanto una serie de pseudo-opiniones sino, en su lugar, el natural juego de interrelaciones entre cognición y conducta sobre el tiempo. Cuando se discute un tema, los individuos presumiblemente hacen una serie de intentos de expresar su punto de vista. Al mismo tiempo, la gente puede activamente inferir sus ideas y opiniones dando fe de su propia conducta. Las opiniones expresadas pueden de esta forma constituir "tests" conductuales que ayudan a la persona en la vía de lograr un juicio bien formado sobre la cuestión.

Price finaliza señalando que el proceso discursivo de formación de la opinión no es sólo un fenómeno de nivel interpersonal o colectivo sino que se da en el nivel individual también. Un primer encuentro verdadero con un problema nuevo probablemente producirá opiniones relativamente impulsivas e irreflexivas. Pero cada oportunidad de pensar acerca del tema y de expresar una opinión sobre la materia puede ser otro paso hacia una opinión más cristalizada o decidida. Sólo cuando una opinión latente ha cristalizado deberían las opiniones manifiestas exhibir altos niveles de consistencia a través del desarrollo de la situación. La lección de la investigación sobre pseudo-opiniones es que tales opiniones cristalizadas pueden ser demasiado raras dentro de la población general, al menos en los temas de preocupación típicos de los analistas políticos.

CITAS Y NOTAS DEL PRIMER CAPÍTULO

1. Monzón, Cándido. (1987) *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*, Ed. Tecnos, Madrid.
2. Muñoz Alonso, Alejandro y otros. (1990) *Opinión Pública y Comunicación Política*, Eudema, Madrid.
3. Brown, J.A.C. (1978) *Técnicas de Persuasión*, Ed. Alianza, Madrid.
4. Citado por Hartley, Hartley & Hart. "Actitudes y opiniones", en Wilbur Schramm (1969) *Proceso y efectos de la Comunicación Colectiva*, Ed. Ciespal, Quito.
5. Stoetzel, Jean. (1972) *Teoría de las opiniones*, EBUC, Caracas.
6. Citado por Reed Blake y Edwin Haroldsen. (1975) *Taxonomía de conceptos de la comunicación*, Ed. Nuevo Mar, México.
7. Reed Blake y Edwin Haroldsen. *Op. cit.*
8. Monzón, Cándido. *Op. cit.*
9. Stoetzel, Jean. *Op. cit.*
10. Citado por Luis Aníbal Gómez. (1982) *Opinión Pública y medios de difusión*, Ed. Ciespal, Quito.
11. Price, Vincent. (1992) *Communication Concepts 4: Public Opinion*, Sage Publications, Newbury Park.
12. Platón. *La República o el Estado*. (1982) Ed. Espasa-Calpe, Madrid.
13. Citado por Jürgen Habermas. (1981) *Historia y crítica de la opinión pública*, Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
14. Esta concepción es la base histórica de las teorías de la investigadora alemana Elisabeth Noelle-Neumann a las cuales nos referiremos en otro capítulo.
15. Habermas, Jürgen. *Op. cit.*, p. 126.
16. Blake, Reed & Edwin Haroldsen. *Op. cit.*
17. Brown, J.A.C. *Op. cit.*
18. Citado por Luis Aníbal Gómez. *Op. cit.*, p. 68
19. Citado por Lorenzo Gomis. (1974) *El Medio Media*, Seminarios y ediciones, Madrid.
20. Gomis, Lorenzo. *Op. cit.*
21. *Idem.*
22. Key, V.O. (1967) *Opinión pública y democracia*, Ed.Bibliogrática Argentina, Buenos Aires, pp. 30-31.
23. Lane, Roberto & David Sears. (1967) *La opinión pública*, Edit. Fontanella, Barcelona.
24. Citado por Robert Lane & David Sears. *Op. cit.*, p. 20.
25. Price, Vincent. *Op. cit.*
26. Citado por Hartley, Hartley & Hart. *Op. cit.*

27. Key, V.O. *Op. cit.*
28. "La conducta tiene que transpirar".
29. Stoetzel, Jean. *Op. cit.*, p. 28.
30. *Idem.*
31. El problema de la medición no es de carácter sencillo y puede considerárselo un problema central de las ciencias sociales. Sin obviar posteriores consideraciones es oportuno señalar que a veces el costo y el tiempo tendrán que hacer pasar por alto el importante tópico de la intensidad de la opinión, o sacar conclusiones con base en los resultados a una pregunta medida en escala nominal. Por ejemplo, si se realiza una pregunta acerca del problema más importante para el entrevistado, podría formularse de manera abierta o presentando una lista de problemas para que la persona escoja uno o varios. Si el nivel de medición fuera más exigente, *cada problema* sería medido en una escala de, digamos, "muy importante", "bastante importante", "poco importante" y "nada importante". Como se puede apreciar, un tal nivel de detalle haría cualquier cuestionario interminable. Tomándonos una licencia, podríamos considerar que aquellos problemas más mencionados en la pregunta más simple son evaluados más intensamente como importantes. Una segunda observación puede realizarse, ya sobre esta última escala de importancia del problema. Si consideramos que cuando decimos "muy importante" estamos expresando una posición "muy favorable" a la importancia de la cuestión, podemos deducir que se cumple en esta escala lo dicho sobre la toma de posición a favor o en contra, o positiva o negativa frente al objeto de opinión.
32. Lane, Robert & David Sears. *Op. cit.*
33. Price, Vincent. *Op. cit.*
34. Papel que entre los hispanoamericanos podríamos otorgar a Muñoz, Monzón y, especialmente, Dader. Nos referimos más adelante a las puntualizaciones que aporta este autor.
35. Citado por Vincent Price. *Op.cit.*
36. Así, Price cita investigaciones como la de Edelman y Mitofsky, la de Keeter y la de Finkel.
37. Estas cuestiones se discuten ampliamente cuando se citen los trabajos de Elisabeth Noelle-Neumann.
38. Citado por Vincent Price. *Op. cit.*
39. Mucchielli, Roger. (1980) *Las leyes generales del cambio de opinión*, Escuela de Comunicación Social, UCV, Caracas.
40. Price, Vincent. *Op. cit.*
41. Price Vincent. *Op. cit.*, p. 52. "Si los puntos de vista políticos comunmente no están organizados en un sistema global simple o ideología, entonces, ¿cómo están organizados?".
42. Citados por Price. *Op. cit.*

43. *Ibid.*
44. *Ibid.*
45. *Ibid.*
46. *Ibid.*
47. Rokeach, M. (1973) *The nature of human values*, Free Press, New York.
48. Citado por Price. *Op. cit.*
49. *Ibid.*
50. Esta última construcción pertenece a Lee Thayer. (1985) *Comunicación y sistemas de comunicación*, Ed. Península, Barcelona.

CAPÍTULO II

2. El estudio de la opinión pública

En este capítulo se examinan algunos de los tópicos más relevantes del estudio de la opinión pública como disciplina. La concepción de la opinión pública puede variar, como se observará en este capítulo que intenta presentar una visión integral de las aristas de un fenómeno que ha interesado por igual a reyes, sabios, filósofos y periodistas a lo largo de la historia y que, contra los pronósticos que consideraban el concepto como no aplicable por no corresponder a una realidad tangible, se ha demostrado vital y presente en los tiempos que corren.

2.1. El concepto de opinión pública

La opinión pública es considerada a veces como un poder intangible, como un poder dormido que ocasionalmente despierta, no definible pero que hay que escuchar en su pronunciamiento acerca de la actividad de los hombres. Puede decirse que el concepto se relaciona a lo largo de la historia con la política; no obstante no debe dejar de reconocerse algunas de las citas de autores antiguos sobre la "opinión" –todavía no pública– en relación con la cotidianidad de las relaciones entre los hombres y cómo, aún en los siglos XIX y XX, la opinión pública es examinada no solamente como la opinión que influye directamente en el gobierno.

2.1.1. *Integración de las principales conceptualizaciones y visiones sobre la opinión pública*

Dader, autor de uno de los principales trabajos recientes sobre la opinión pública[1] considera que hay tres perspectivas que, aunque excluyentes entre sí en una primera aproximación, pueden integrarse en una visión global sobre el tópico en estudio: a) la *político valorativa* de Habermas; b) la *antropológica social* de Noelle-Neumann; c) la *sociopolítica funcionalista* de Luhmann.

La crítica de la opinión pública como categoría sociológica la emprendió, rigurosamente, Habermas[2]. Habermas expresa que la opinión pública puede significar una *instancia crítica* en relación con la notoriedad pública del ejercicio del poder político y social o una *instancia receptiva* de personas, instituciones, bienes de consumo y programas. Habermas indica que la opinión pública ha

llegado a ser una *ficción institucionalizada* que no puede identificarse en el comportamiento ciudadano con una magnitud real. Ante estas situaciones, según Habermas, hay dos caminos para definir la opinión pública. El primero retrotrae a posiciones liberales, que quieren salvar un público raciocinante dentro de un público meramente aclamativo (que se puede equiparar con la masa). El segundo presenta una opinión pública que prescinde de los criterios de racionalidad o aun de representación del público más informado y se limita a criterios institucionales, como la opinión pública dominante en el Parlamento que se hace obligatoria para el gobierno. Así, lo que Habermas llama "opinión no pública" adquiere sus credenciales de "opinión pública" por la mediación de los partidos políticos. Habermas considera que ambas versiones hay que observarlas dentro del hecho de que en el proceso de formación de la opinión en las democracias de masas la opinión popular apenas conserva una función política relevante, pues no puede apreciarse en esta opinión pública si procede de la comunicación pública o de la mediatización, por lo cual prosigue la cuestión de si bajo esa denominación hay que entender nada más la intervención de una tendencia masiva que no puede siquiera autoarticularse o, en el otro caso, la degradación de una opinión ilustrada pero indefectiblemente integrada a la voz dominante.

Habermas señala que al final la opinión pública termina por no necesitar ni aun la verbalización, comprendiendo no sólo hábitos y costumbres, sino también modos de conducta. Consigue el ámbito de la vida pública en los procesos de grupo.

Por otro lado, las encuestas de opinión pública no pueden calificarse como opinión pública por el hecho de que sean materia de reflexión, decisión y disposiciones políticamente importantes. Habermas considera que hay que medir empíricamente las opiniones según su relación con la vida pública, como medio más seguro de obtener enunciados sólidos y contrastables. Resulta así un modelo en el cual se contraponen dos ámbitos de comunicación "políticamente relevantes". Uno, el sistema de opiniones informales, personales "no públicas" y el otro, el de las opiniones formales, institucionalmente autorizadas.

En el primer ámbito, el de las opiniones informales, podemos distinguir varios planos, según su grado de "obligatoriedad". En un primer plano se verbalizan las evidencias culturales no discutidas, los resultados profundos del proceso de culturación, proceso éste casi siempre abstraído de la reflexión –actitudes frente a la moral sexual, por ejemplo–. En un segundo plano se verbalizan las experiencias básicas de la propia historia individual, la socialización del sujeto, también al margen de la reflexión –como ejemplos Habermas señala la actitud hacia la guerra y la paz–. En tercer término, las opiniones, frecuentemente discutidas, de la cultura industrial y que tienen un

carácter más fugaz, formadas, al decir del autor, en un contexto de "intercambio de gustos e inclinaciones".[3]

> "De ordinario son la familia, las grupos de amigos y compañeros de la misma generación, de conocidos de barrio o del trabajo –con sus peculiares estructuras de la orientación de la información y del prestigio de la opinión, que aseguran las obligatoriedades de las opiniones de grupo– quienes constituyen el foco de este tipo de opiniones exteriormente gobernadas(...). Los contenidos de opinión producidos por la cultura industrial tematizan el amplio campo de relaciones que se dan entre los hombres y dentro de la psique de cada hombre".

El segundo ámbito, que Habermas denomina de las "opiniones cuasi públicas" está constituido por las opiniones formales dentro de instituciones tangibles, oficial u oficiosamente autorizadas como comunicados, notificaciones, declaraciones y discursos, por lo cual serán, principalmente, opiniones que circulan en un plano diferente al de la masa poblacional, en círculos reducidos de la gran prensa y de los órganos consultivos con influencia en las decisiones, como el gobierno ejecutivo, las comisiones gubernamentales, entidades administrativas, comités parlamentarios y direcciones de partidos políticos, organizaciones sociales, empresa privada y dirigencia sindical. Según Habermas, aun aceptando que esas opiniones están destinadas a la colectividad en general, no llenan los requisitos del raciocinio público según el modelo liberal. Como opiniones institucionalmente autorizadas, gozan de privilegios y no tienen una correspondencia recíproca con la masa no organizada.

Habermas señala que existe una conexión constante entre ambos ámbitos, a través de los medios de comunicación social. Bockelmann[4], en tal sentido, apunta que los medios de difusión permiten una expansión sin límites de la esfera de la opinión pública política pero, al mismo tiempo, la colectividad y la opinión pública quedan reducidas a espectros que los comentaristas y relacionistas públicos evocan periódicamente y sacan a la luz.

Dader[5] explica que Habermas ha llegado a admitir que la opinión pública tiene derivaciones distintas a las estrictamente políticas y, según Dader, una prueba de esto es el hecho de que en trabajos más recientes usa repetidamente la expresión "opinión pública política" para ceñirse a la vertiente de fundamentación teórica en la cual está interesado.

La concepción de Noelle-Neumann, como explica Dader, es diferente, pues aunque no cede a la tentación de identificar opinión pública y encuestas, toma parte en el bando de los que se ubican como "realistas" o pragmáticos, quienes reducen la opinión pública a un hecho social que merece ser descrito y analizado tal como se muestra o es. Consecuencialmente, quiere evitar todo tipo de valoraciones sobre el "deber ser" de una visión ideológica dada, por extendida que pueda estar, como la idea democrática.

Los análisis de la investigadora alemana, prosigue Dader, pueden catalogarse como "psicosociológicos" cuando consideran la opinión pública como el conjunto de las manifestaciones comportamentales o simbólicas que reflejan la mentalidad y los sistemas conceptual/valorativos de una población, sean cuales fueran las cuestiones.

Noelle, según el análisis de Dader, plantea los fenómenos del opinar como mucho más compenetrados con las tradiciones, prejuicios, valores y modas de la vida cotidiana, que con relación a grandes polémicas racionales de orden político. Para la investigadora alemana, la opinión pública sería la corriente central que en cada asunto polémico es percibida por la población como lo mejor visto o más dominante, independientemente de la discrepancia probable de cada persona. Para Noelle, cada persona tiene una especie de "sexto sentido" que le permite detectar en cada momento cuál es la opinión más valorada en la sociedad en asuntos de controversia[6].

Para Dader, la tercera concepción fundamental es la de Luhman. Para este autor, la opinión pública es "la estructura temática de la comunicación pública"[7], siendo la "estructura común de sentido" que permite una acción intersubjetiva en un sistema social, es el acuerdo más preliminar sobre el reconocimiento de unos temas como de interés general. Si unos temas son reconocidos por "todos"[8] como relevantes (o interesantes, agregaríamos) y "todos" los integrados a un sistema social saben a qué se refieren y saben que los demás se refieren a lo mismo, aunque luego no compartan los mismos puntos de vista, entonces eso es la opinión pública [9]:

> "La opinión pública no es por tanto una colección de opiniones individuales en el sentido de costumbres, memorias, estructuras psíquicas, etc., sino por encima de eso, un tipo especial de comunicación pública".

Luhman hará el símil, según Dader, entre el lenguaje como "medio" compartido por una comunidad de hablantes y la opinión pública como "medio": la tematización común que permite el diálogo político-social. La característica más resaltante de la sociedad actual es su creciente complejidad, la cual es el precio de la especialización consustancial con el crecimiento del sistema social, el cual se puede equiparar al universo en constante expansión; esto podría resolverse en la ruptura del sistema y, sometidos a la necesaria especialización funcional, las personas perciben cada vez menos la globalidad y tienden a regirse por criterios personales estrechos y asociales.

El sistema social, por tanto, requiere de algunos mecanismos que reduzcan la complejidad permitiendo una centrifugación psicosocial, con la puesta en común de algunas simplificaciones globalizantes y ése es el contenido funcional de la opinión pública[10].

Luhman, prosigue Dader, identifica recientemente este fenómeno con la imagen de un espejo que es la imagen reflejada de los propios observadores. El medio y las formas de la opinión pública son la mirada autorreferencial que los actores de la comunicación pública se dirigen a sí mismos y a sus actos. Ese "espejo social" podría compararse, según Dader, con un "haz de luz" que focaliza y concentra la atención en un escenario. Según este aporte de Dader en la explicación del pensamiento de Luhman, la heterogeneidad y lo diverso de los participantes en el teatro social, con sus intercambios de papeles, adicionalmente, no permite a ninguna persona la percepción simultánea de todos los cambios de situación. El "haz de luz", prosigue Dader, simplifica la realidad por cuanto la mirada se concentra en un solo asunto –quizás no el más importante, pero con ese efecto de concentración–[11]:

> "Ese punto de confluencia de observadores es lo único que en cada momento permite a todos ellos compartir un tema común. Es la estructura de la comunicación pública posible, como se ha dicho antes".

La opinión pública cumple además, según Luhman, una función eminentemente política siendo un sostén fundamental de la democracia aunque, como apunta Dader, por razones distintas a las argumentadas por Habermas. En Luhman, la vinculación entre opinión pública y democracia no se plantea en términos de la necesidad de respeto a un valor de pluralidad, ético-político de racionalidad, etc., sino como una condición pragmática, sin ninguna consideración de valor.

Para Luhman, la democracia es un sistema político basado en la integración comunicativa de todos sus miembros, independientemente de la manipulación, calidad o justicia de las relaciones. La función política que cumple el fenómeno de la opinión pública en las democracias –como mera simplificación de lo complejo–, es permitir que al menos en unos aspectos básicos, todos los miembros que están relacionados posean un nexo de unión.

El hecho de que las instituciones políticas y la colectividad –vistos como individuos o como grupos– tengan en cada instante temas de preocupación común –sean o no los más importantes y sean o no comprendidos en toda su complejidad– hace que la idea de estructura social tenga sentido y no suceda que cada sector se sienta motivado por asuntos que el resto de la sociedad ni siquiera percibe. Dader cita a Luhman señalando que la opinión pública, aún siendo en gran medida un producto estereotipado, cambiante y caprichoso del reduccionismo de los medios de comunicación social, es un elemento clave de la democracia y de todo sistema social complejo.

Resume Dader a los tres autores, expresando que sus visiones discrepantes suministran una posibilidad de síntesis sobre el concepto. Luhman, como Habermas, pone casi todo su interés en el sistema político y coincide con él en la descripción de la pérdida de la discusión racional que la visión liberal clásica suponía en la formación de la opinión pública. Como Habermas, Luhman, según Dader, pone el acento en los medios de comunicación social como los principales

constructores del espacio público y ambos ponen su atención en la opinión pública de una sociedad industrial, con repercusión política. Luhman coincide con Noelle, para Dader, en el señalamiento de los mecanismos de carácter psicosocial básicos en la aparición de procesos de opinión pública; también en la actitud pragmática de descripción de situaciones factuales, en lugar de contraponer un ideal normativo sobre el fenómeno, como es el caso de Habermas.

2.1.2. *La noción de espacio público*

Según explica Ferry[12], en el contexto clásico griego, lo que hoy se conoce como espacio público se refería a la plaza pública, el sitio en el cual los ciudadanos debían reunirse para debatir sobre los asuntos relativos al gobierno de la ciudad. Para el mismo autor, el espacio público moderno es una creación de la Ilustración. Las personas, reunidas en clubes, salones y cafés en Europa constituyen las primeras "esferas públicas" burguesas para intercambiar experiencias y puntos de vista. A pesar de sus diferencias[13] los dos modelos, al decir de Ferry, aceptan un principio argumentativo y ambos remiten a un contexto de "Ilustración" en sentido lato, favorable al desarrollo de la idea de democracia.

Para Ferry, el nuevo espacio público, en el contexto de una "sociedad de medios" que sustituye a la sociedad de masas, es el "marco mediático" por el cual el dispositivo institucional y tecnológico de las sociedades postindustriales está capacitado para presentar al "público" los variados aspectos de la vida en sociedad, entendiendo por "mediático" lo que mediatiza la comunicación de las sociedades consigo mismas y entre sí; por ejemplo, si un grupo social participa de una manifestación respecto a temas de interés comunitario, tal situación no participa del espacio público si sólo los participantes son el público, pero, desde el instante en que esa manifestación se refleja y difunde a un público más amplio, diríase que prácticamente indefinido, a través de cualquier medio de comunicación, participa del espacio público.

El público, prosigue Ferry, del cual se habla son todas las personas que son capaces de percibir y entender los mensajes difundidos en todo el mundo, virtualmente toda la humanidad y el espacio público es el medio en el cual el mundo entero se "entrega a sí mismo como espectáculo"[14], aunque no sólo se reduce a lo espectacular, pues lo compone también elementos del discurso, de la discusión y del comentario. El espacio público no obedece a las fronteras nacionales de cada sociedad civil.

A esta extensión que Ferry denomina "horizontal" se añade una extensión "vertical" del espacio público relacionado con la escenificación y tematización de episodios relativamente privados de la intimidad profesional, familiar y conyugal.

Dader[15] aporta importantes consideraciones complementarias que glosamos a continuación. Para este autor, la referencia a un *espacio* posee la ventaja de superar la fragmentación de las definiciones contradictorias sobre el fenómeno de la opinión pública, cuestión que ya queda establecida con Habermas. Para Dader, la idea de espacio público requiere precisar el sentido de lo público. A tal efecto cita a Noelle-Neumann, quien puntualiza que el término ha venido siendo asociado con los asuntos del Estado, el bien común y con el libre acceso de la comunidad. Menos usada es la acepción psicosocial, que para Noelle será el ámbito de enjuiciamiento anónimo pero general de las conductas individuales. Según Dader, la noción de espacio público requiere una interpretación de "lo público" como todo aquello que produce o recibe una observación potencialmente generalizada y simultánea de todos los miembros de la comunidad. Por tanto, lo público se puede identificar con todas las interrelaciones sociales que acontecen o son proyectadas desde o en la perspectiva de la difusión de masas, esto es, potencialmente perceptibles por la colectividad que puede adoptar actitudes y conductas en respuesta.

Para posteriores consideraciones podemos citar a Lippmann [16] y a Núñez Ladeveze[17]. En principio, interés público puede considerarse lo que resulta beneficioso para la sociedad en su conjunto. No obstante, el interés público que marcan los medios de comunicación puede no estar empapado de importancia. Así, Lippmann llamará "asuntos públicos" a los rasgos del mundo exterior que tienen algo que ver con el comportamiento de otras personas, en la medida en que esa conducta se cruza con la de otros individuos, depende de otros o nos resulta interesante. Núñez distingue entre interés público e interés general, pues es equívoco bastante usual el presentar lo que es de "interés general" como de "interés público", en otras palabras, confundir lo que le interesa de hecho a muchos y lo que es de naturaleza pública. El interés general es trivializador y alimenta gran parte del espacio de los medios de comunicación social; el interés público concierne a la comunidad y tiene que ver con sus condiciones de vida. En general, podemos acotar que el espacio público está definido tanto por lo trascendente como por lo trivial, pues la opinión pública, como hemos visto, se refiere a todos los temas que alcanzan el espacio público.

Dader considera que el espacio público es un ámbito característico de lo social en el que se da una representación convencional que tiene la peculiaridad de ofrecerse potencialmente a la vista de toda la sociedad –planteamiento que coincide con Ferry–, lo que puede generar acciones y comentarios de todo sujeto individual o colectivo de la comunidad. Dader expone que una asamblea de accionistas es un acto social no perteneciente al espacio público, aun siendo una manifestación social, porque es un acto restringido de interacción. Si el mismo acontecimiento se plantea con la injerencia de los medios de comunicación alcanza el espacio público.

Por tanto, la posibilidad de que toda la colectividad pueda percibir y juzgar un acontecimiento, prosigue Dader, es lo que convierte un determinado hecho en público, no el número de participantes involucrados. Expone Dader que hay muchos actos que pueden ser conocidos, comentados y tener consecuencias sobre un gran número de personas y que alcanzan una significación distinta cuando todos saben que todos pueden saberlo. Dader habla de lo que él denomina "secreto a voces" y que nosotros preferimos denominar por su nombre, los rumores[18], esto es, situaciones en las cuales gran parte de la sociedad conoce pero que son valoradas privadamente, alcanzándose un enjuiciamiento de intensidad muy diferente cuando ese rumor se ha hecho público. Dader cita el ejemplo de las primeras deportaciones de judíos por los nazis y el ejemplo de los "desaparecidos" en la dictadura argentina. Muchas personas, individualmente o en ámbitos colectivos restringidos, sabían de los hechos pero la ausencia de una discusión pública reducía la credibilidad de tales hechos[19].

Para Dader, la cuestión no es difícil de explicar, pues cada persona, por poco informada que esté, puede ser consciente de cuándo actúa en "público" y cuándo lo hace en "privado", así sea ante un grupo numeroso. Dader distingue, y he aquí su gran aporte, tres estadios claros, con una infinita gama de matices intermedios: las relaciones privadas interpersonales, las relaciones sociales o participaciones en comunidad más o menos numerosas –ya sometidas, apunta Dader, a cierto grado de convencionalismo social o de actuación en público, en el sentido que le da Sennet[20]– y el espacio público de conciencia de exposición al enjuiciamiento colectivo.

Así, se puede concebir, en la interesante e importante consideración de Dader, el territorio social con una imagen de tres anillos concéntricos, en oposición a la distinción microgrupo-macrogrupo: a) el anillo interno es el ámbito de lo privado e individual de cada sujeto social, y en él se incluyen sus interacciones con familiares, de trabajo o de amistad; este ámbito, apunta Dader, ha constituido el objeto de estudio de la psicología, el derecho privado, la ética, etc.; b) el anillo externo ha sido siempre el ámbito social, en el cual la persona rebasa sus pequeños círculos de relaciones para interactuar en colectividades más numerosas, más organizadas o institucionales; este ámbito ha sido el objeto de estudio de ciencias sociales como la sociología, la psicología social, la ética social y la politología, el derecho público y parte del derecho privado, etc.; c) siempre ha existido, anota Dader, aun cuando muy ocasionalmente se haya señalado y ninguna ciencia social autónoma se haya encargado de su estudio, un anillo intermedio, ajeno a lo privado y dentro de lo social, pero que no puede confundirse con éste, el *espacio público*.

Así, las interacciones del individuo tienen una dimensión *interna* (privada o interpersonal), otra *externa* (relacion social indeterminada) y otra *pública* (de respuesta a expectativas macrosociales). Para Dader, el tercer anillo, que él

asegura existente hasta en las sociedades más primitivas, adquiere un ensanchamiento notable en desmedro de los otros dos anillos en la sociedad postindustrial. La "elefantiasis de lo público" es, para el autor citado, una transformación constante de acontecimientos privados y hechos sociales restringidos en *hechos públicos*, debido a los medios de comunicación social. Se ha generado un nuevo campo de conflictividad social que reclama, al decir de Dader, respuestas aún no logradas.

Algunas interrogantes que plantea Dader son: cuándo debe prevalecer el "interés público" frente a lo íntimo y a lo privado de los particulares, cuándo un individuo o un grupo podría reclamar entrada al espacio público para tratar un asunto hasta ese momento individual o comunitario-social, y cuáles conflictos de prioridades se dan entre asuntos que los medios hacen "públicos" y asuntos que el gobierno sabe importantes aunque son sólo conocidos por especialistas y personas directamente involucradas.

El espacio público, concluye Dader, es el objeto material de estudio de la "Opinión Pública", comprendida como la disciplina de las ciencias sociales que debe realizar la dualidad complementaria que en el Derecho hay entre el derecho público y el derecho privado. El espacio público quedaría definido, entonces, como [21]:

> "... el espacio de concurrencia de cuantos se sienten o se ven afectados en "asuntos públicos", de realización también de todo tipo de intercambios de opinión sobre cuestiones de trascendencia pública potencial, sean éstas de preocupación general, mayoritaria, o de minorías significativas y con capacidad de reclamar atención. Y sean éstas también de contenido estrictamente político o cultural, de usos y costumbres, modas, etc.".

Nos permitimos añadir la dimensión de la evasión y el entretenimiento como integrantes del espacio público y que, además, según posiciones críticas, contribuye a la alienación social pero que, en cualquier caso genera comentarios y conversaciones. Por ejemplo, consideremos el fenómeno deportivo, especialmente como generador de conversaciones en los hombres, y las telenovelas, que cumplen la misma función entre las mujeres. En este sentido, el espacio público se trivializa. De todas maneras, una visión menos extrema considera este amplio abanico de contenidos de los medios de comunicación social como cumplidores de una importante función de entretenimiento que genera gratificaciones en la audiencia[22].

Para finalizar estas consideraciones sobre el espacio público, podemos expresar, con Dader, que la opinión pública y el espacio público quedan unidos en un mismo objeto de estudio que este autor delimita en dos vertientes, una especial, el ámbito de lo público, y otra objetual, los contenidos de las opiniones que ocupan dicho espacio.

2.1.3. *Una definición de la opinión pública y conceptualización de los estados posibles de la opinión pública*

Sobre la base de reflexión acerca de lo que hasta ahora se ha expuesto y posteriores consideraciones, se presenta la siguiente definición de la opinión pública:

"Conjunto de procesos psicosociales que comprenden actitudes, verbalizaciones y aun conductas manifiestas, cuya base está en la historia, tradiciones y modos de socialización de una sociedad determinada, en un sistema político y económico, que, refiriéndose al espacio público, suponen como mecanismos básicos de activación asuntos actuales de interés general o de interés público, caracterizándose en ciertos momentos por la interacción en grupos sociales y estando bajo la influencia de los medios de comunicación social que usualmente marcarán su agenda de interés. Este conjunto de procesos estará determinado por elementos de razón y de sentimiento o emoción y se manifestará en algunas ocasiones en conflictos o consensos, y podrá tener, eventualmente, consecuencias directas o indirectas, a corto o largo plazo, para el sistema político y económico".

Es un conjunto de procesos psicosociales porque lejos de ser un fenómeno unidimensional o estático es dinámico y supone procesos porque estará determinada la opinión pública por mecanismos de formación y evolución. Es psicosocial por su relación con problemas de origen psicológico y de interacción social; comprende actitudes, verbalizaciones y aun conductas manifiestas porque teniendo su origen en las actitudes más estables de los individuos, valores y esquemas psicológicos, se plasmará en conversaciones y verbalizaciones de opiniones y llegará a tener componentes de acción o conductuales; en otras palabras, la opinión pública puede tener manifestaciones en conductas específicas, como multitudes, cartas de protesta, comunicación con gobernantes para búsqueda de soluciones, movilizaciones, etc. Su base está en la historia, tradiciones y modos de socialización porque la formación de las actitudes profundas que pueden determinar los procesos de opinión pública se debe a la historia de una sociedad particular, a sus tradiciones que son transmitidas de una a otra generación y a las normas y pautas que resultan de la socialización "promedio" en una cultura determinada, así como esa formación está influida por la permeabilidad o impermeabilidad de la cultura al cambio y la innovación. Los procesos de opinión pública dependen del sistema político y económico porque en última instancia se dan en un contexto político y económico estructural, cuya forma específica y estado actual influyen en la formación y manifestación de las corrientes de opinión. La opinión pública se refiere a temas del espacio público y será activada por los asuntos de interés general o público que usualmente estarán en la agenda de los medios de comunicación social, activación que en algunos momentos supondrá la discusión o, por lo menos, la conversación sobre el tema, la interacción en grupos sociales bajo la influencia de líderes de opinión y de la "presión a la conformidad". La influencia de los medios se reflejará en la tematización sobre la cual se conversará en sociedad y en la manipulación y formación o cambio de las opiniones, tanto de los temas *trascendentes* o importantes como de los temas *triviales*. Por último, los procesos de opinión pública, activos o pasivos, trascendentes o triviales, pueden terminar afectando al sistema político y económico , como mecanismos de manipulación o evasión o de participación en los asuntos públicos, por lo cual deberán ser seguidos por quienes ocupan puestos jerárquicos en un sistema político y económico dado.

Cuando se habla de opinión pública, puede estarse mencionando uno de los siguientes estados posibles que hemos encontrado en nuestra reflexión sobre lo escrito hasta ahora sobre el fenómeno:

1. *Opinión pública matriz o clima de opinión:* El primer estado que vamos a considerar es lo definido por Rovigatti[23] como opinión pública matriz. Son las condiciones culturales y psicológicas concurrentes para determinar un juicio colectivo. La matriz de la opinión está en relación con la evolución sociopolítica, económica y cultural de una sociedad dada. Es el modo presumible como se organizan las ideas y actitudes en los grupos sociales y en las clases sociales, no existiendo una matriz única de opinión pública, aunque puede existir una dominante. La "opinión pública de una época" no es estática, tiene una historia y evoluciona, pero es posible examinarla a la luz de las actitudes y comportamientos aceptados en un momento determinado. La opinión pública matriz es producto de la herencia cultural, de los modos típicos de socialización, de las tradiciones, de la organización económica y política de la sociedad y hasta de la influencia de los grandes líderes. Rovigatti la define con el concepto de opinión pública de Morlion[24]:

> "...conjunto de ideas, de los sentimientos, de las tendencias que de acuerdo con determinaciones especiales de las facultades superiores mueve a un considerable grupo de hombres a reaccionar y actuar de manera idéntica frente a ciertos hechos de actualidad relacionados con los problemas de la vida social".

Señala Rovigatti que en la opinión pública matriz es posible hallar sedimentaciones culturales, religiosas, políticas, supersticiones, tradiciones, instituciones políticas, educación. A la objeción probable sobre la inexistencia de la opinión pública matriz, Rovigatti expone que las ideas, los sentimientos, las tendencias difusas, las actitudes, tomados en conjunto constituyen un *quid unitario* que, en unión con las juicios colectivos asumidos frente a un hecho, es lo que normalmente se llama "opinión pública". Para no confundir este *quid* con las opiniones específicas él prefiere denominarlo opinión pública matriz.

Pongamos un ejemplo. Si interrogamos sobre el uso de anticonceptivos en dos períodos históricos diferentes podremos notar cómo las respuestas difieren considerablemente, porque ha evolucionado la matriz de opinión pública

progresivamente, más que porque haya habido un cambio violento de opinión debido a algún acontecimiento noticioso actual. Las orientaciones psicológicas dominantes son influidas por multitud de factores, por ejemplo, para el caso señalado, el cambio social producto de la difusión de innovaciones. No obstante, ciertos elementos de la herencia cultural actúan como freno al constante cambio de la matriz de opinión en una época. Silva Michelena[25] denomina *orientaciones normativas* y estados psicológicos o prismas psicológicos a lo que hemos aproximado con el nombre de opinión pública matriz, generándose estos estados a partir de la experiencia social y pueden considerarse como un producto histórico, o sea, la manera específica como las personas han resuelto sus problemas en el pasado y las formas como enfocaron los asuntos públicos y privados contribuye a la cultura política del país. Para Silva Michelena, en esta herencia cultural también se incluye la manera como la gente transmite su historia y los modos de verse a sí mismos. Al mismo tiempo, los problemas y asuntos que una sociedad confronta en un momento dado son también singulares históricamente y, a su vez, generan una presión permanente para cambiar los estados normativos; el cambio probablemente será bastante lento, aunque en ocasiones, por movimientos sociales o revolucionarios, pueda acelerarse.

A nuestro entender, la opinión pública matriz es el modo dominante de organización de los pensamientos en una época determinada, influyente en la dirección e intensidad tomadas por las opiniones específicas. Para decirlo con palabras de Dicey[26]:

> "Existe en cualquier época dada ...un cuerpo de creencias, convicciones, sentimientos, principios aceptados y prejuicios fuertemente enraizados, que tomados en conjunto conforman la opinión pública de una época particular".

Hay muchos autores que han reservado el término clima de opinion para lo que hemos denominado con Rovigatti como opinión pública matriz, como es el caso de Lazarsfeld que lo sitúa en su origen histórico en el siglo XVII –Glanwill lo formuló en 1661–, para señalar cómo debe concederse especial atención a los descubrimientos que pueden ser observados a través de los cambios en el medio histórico. Noelle-Neumann proporciona una definición similar que será desarrollada por Baumhauer[27]:

> "Donde no existe una causa real que suscita la opinión pública, las corrientes del tiempo, actitudes, normas, sistemas de valores forman un "clima de opinión" desde el cual puede desarrollarse muy rapidamente una opinión pública muy exigente en el caso de vulneración".

Baumhauer, quien analiza el problema desde la perspectiva de la teoria general de los sistemas, propone que el "sistema abierto de clima de opinión" es la sociedad y, por tanto, habrá climas de opinión en lo relativo a la política, la

moral, la economía, la religión, las artes, las ciencias, etc. Denominará opinión pública al *output* de ese clima de opinión.

2. *Opinión pública latente:* Como se señaló en la sección 1.1.2. (bases psicológicas de las opiniones) existe el concepto de *opinión encubierta*, como aquella opinión existente pero no revelada, por distintas causas, una de las cuales puede ser simplemente el no haber tenido oportunidad de hacerlo –no confundir con el concepto de *pseudo opiniones* que podría ser producto de la respuesta a una encuesta–. A las opiniones específicas sobre las cuales la gente se pronuncia cuando se le evocan en una encuesta de opinión pública sobre un tema determinado, y que pueden ser producto en primer lugar de la opinión pública matriz, las denominamos *opinión pública latente*. Algunos autores definen la opinión pública latente como aquella que se prevé antes de que surja el hecho y a opiniones no cristalizadas. Así, Doob denomina opinión latente

> "...las actitudes de la gente frente a un tema o asunto cuando estas actitudes no han cristalizado todavía, o cuando no han sido evocadas o no han afectado la conducta".[28]

La opinión pública latente es el conjunto de opiniones que tienen las personas sobre la diversidad de temas del espacio público, opiniones que se forman de acuerdo con la opinión pública matriz de la época y de acuerdo con la experiencia diaria y la influencia del medio ambiente comunicativo cotidiano. Como señala Key[29]:

> "El ciudadano está equipado con series de valores inculcados, criterios de juicio, actitudes, preferencias, antipatías –imágenes todas ellas en su mente–, que entran en juego tan pronto como se presenta la ocasión, un acontecimiento o hasta una simple propuesta pertinente".

Aun reconociendo la pertinencia del fenómeno de las pseudo opiniones al cual nos referimos, no deja de ser importante lo señalado por Key. La opinión pública latente son los juicios internos acerca de temas específicos, que pueden ser o no de la agenda de los medios de comunicación, que se prevé están en la mente de los individuos, aunque sea superficialmente, en tanto personas sociales y que pueden ser verbalizados de manera oral ante acontecimientos noticiosos, ante una encuesta de opinión pública o como parte de la conversación cotidiana que puede ser trascendente para la persona o simplemente para intercambiar puntos de vista con un interlocutor sin ningún afán o necesidad de lograr alguna meta, sino para pasar el tiempo. El hombre contemporáneo está equipado de esquemas e imágenes mentales que, de acuerdo al cúmulo de información circundante, le permiten opinar sobre una gran cantidad de temas, independientemente del compromiso que se mantenga con un punto de vista. Tal vez un control adecuado, cuando de encuestas se trate, es observar cómo se opina de acuerdo con el nivel de conocimiento sobre el asunto.

Estas opiniones encubiertas o latentes son frecuentemente reflejadas en las encuestas y podría decirse que al publicarse los resultados pasan a ser opinión pública manifiesta –ver punto más adelante–. Key plantea el problema en términos de cuáles sectores de la sociedad tendrán opiniones o no y cuál grado de influencia pueden tener esos sectores. Considera que son muy reducidos los tópicos públicos que despiertan la atención de la mayoría de la gente, lo que plantea el problema de la "activación" de la opinión pública –se refiere, sin duda, a los temas complejos de la acción gubernamental–[30]:

> "La opinión latente puede ser considerada desde el punto de vista de quien mantiene la opinión o desde el de la clase de problemas, cuestión o acontecimiento que puede despertar la opinión latente... Las cuestiones varían en su capacidad para despertar la atención pública. Evidentemente, si un asunto no despierta la atención, no activará una opinión latente. Algunas cuestiones implican una amenaza o una impresión tan universal, que se atraen la atención general. Otras son percibidas solamente por un número reducido de personas. Además, dada la competencia por la atención del público, una cuestión que despierta el interés en un momento dado puede pasar inadvertida en otro por la desviación de la atención determinada por otros acontecimientos más importantes".

O interesantes, añadimos. La opinión pública latente existe por la experiencia del individuo y del grupo social, teniendo su base en la matriz de opinión aunque se refiera a temas concretos y sea discutible su conocimiento de los asuntos y su racionalidad. La opinión pública latente se puede descomponer según la clase social, las edades, el sexo y cualquier otro criterio de clasificación que suministran las encuestas de opinión pública, cuestión que también tiene su utilidad.

3. *Opinión pública activada*: Como se ha observado, no siempre habrá una manifestación ostensible de la opinión pública. Con el término de *opinión pública activada* nos referimos a la reacción de parte o toda la colectividad ante el acontecimiento o cadena de acontecimientos que conducen a las personas a intercambiar profusamente puntos de vista sobre un hecho determinado. Este estado de la opinión pública, como se observa, se caracteriza por la conversación; el interés por mantenerse informado es una variable importante y la apatía e indiferencia pueden lograr que no todo el mundo intercambie puntos de vista sobre el acontecimiento que haya activado la opinión. Key[31] expone:

> "Son pocos los problemas de cualquier tipo que activan la atención de grandes proporciones de la población. Sin embargo, de tiempo en tiempo surgen cuestiones que atraen la atención general y provocan una amplia discusión..."

Estas situaciones de opinión pública activada pueden surgir de los problemas diarios que afectan a grandes colectividades y que, encadenándose en una serie de acontecimientos, provocan la conversación constante entre las personas o pueden surgir por un hecho violento, o de gran interés, magnitud o

impacto; incluso pueden ser situaciones manipuladas por los medios de comunicación social. Insistimos, lo que caracteriza a la opinión pública activada no es la acción, sino el comentario, como diría Habermas, "incapaz siquiera de autoarticularse". En palabras de Key[32]:

> "...la opinión activada puede considerarse que es tan inestable y poco permanente, que suscite discursos y pronunciamientos conciliatorios por parte del gobierno sin ningún otro efecto perceptible sobre la realidad del asunto que el de esperar a que la preocupación pública se aplaque. Con el transcurso del tiempo, la crisis se disipará tal vez y la opinión activada se tornará de nuevo latente. Al desarrollarse nuevos acontecimientos y circunstancias el foco de atención pública se desplaza".

La opinión pública activada no implica la acción y sigue el ritmo que le marcan los medios de comunicación social en su diaria búsqueda de informaciones de "interés". Éste podría ser uno de los defectos de la opinión pública en los sistemas democráticos occidentales, aun cuando no siempre es así, como se verá más adelante. Hay que admitir, con nuestra ampliación de los temas de opinión pública a todo aquel que ocupe el espacio público, que los temas más triviales provocan la aparición de la opinión pública activada –como la vida de los artistas o los deportes, por ejemplo, cuestión imputable a los medios de comunicación social–. Aproximadamente, podemos afirmar que el fenómeno de la opinión pública activada sobre asuntos trascendentes es más probable de encontrar entre los hombres con un alto status socioeconómico, mientras que la opinión pública activada sobre temas triviales es más probable hallarla en mujeres de condición socioeconómica baja –aunque para un tema como los deportes esta regla no se cumple–. Esta situación es el reflejo de la manera como están estructurados los status y roles sociales.

Para ejemplificar la situación podemos acudir a Abreu[33] quien en una encuesta realizada en varias regiones de Venezuela encontró que más de la mitad de los entrevistados comentaban por lo menos ocasionalmente los hechos políticos, regionales y nacionales con sus familiares, amigos y vecinos, con lo que se puede notar que aunque la política, en abstracto, es tema de conversación, una porción importante se mantenía al margen del comentario sobre el tópico –la interrogación en abstracto puede incidir en que casi la mitad de los entrevistados dijeran que nunca comentaban los hechos políticos–. En 1980, una encuesta realizada por al autor[34] encontró que 55 por ciento de los habitantes del Area Metropolitana de Caracas habían comentado el problema del diferendo colombo-venezolano sobre el Golfo de Venezuela con otras personas. Esto nos indicaría que, en general, cuando la opinión pública es activada por lo menos un porcentaje que se acerca, según el tema y sus repercusiones, a la mitad de la población, participa en la red de comunicación pública. Incluso un estudio más reciente sobre los rumores[35], encontró que sólo 9,6 por ciento de los entrevistados

no había comentado la noticia de las últimas semanas que más le había llamado la atención, lo que indica el factor interés en la conversación social.

La frontera que separa la opinión pública latente de la opinión pública activada es el acontecimiento, o cadena de acontecimientos, usualmente definidos por los medios de comunicación social que provoca, o provocan, el comentario y la conversación interpersonal sobre los hechos, de lo cual, como hemos observado, quedan al margen porcentajes de individuos que varían de acuerdo con la resonancia del acontecimiento, con la importancia percibida para la sociedad o para el grupo de individuos, de acuerdo con la difusión que reciban de los medios de comunicación social y con el interés suscitado en la población, interés que varía según indicadores como el sexo, la edad, el nivel socioeconómico y variables de personalidad. A este respecto señala Romero Santos[36] que los hombres son significativamente más activos que las mujeres en la difusión de información sobre sucesos internacionales y en la medida que se eleva el status socioeconómico y el conocimiento previo de asuntos públicos, la proporción de personas enteradas de los hechos se eleva también. Investigaciones como las de Silva Michelena[37] apoyan asimismo la idea de que a más elevado nivel socioeconómico, mayor probabilidad de establecer "contactos personales", aunque ser *líder de opinión* implica también alta frecuencia de contactos personales.

Tarde[38] hizo importantes consideraciones sobre el rol de los medios de comunicación social en la formación de la conversación social moderna. Para este autor la "pequeña fuente invisible" de la opinión es la conversación, pues si no se hablase, por mucho que apareciesen los periódicos no ejercerían un efecto profundo y duradero. La conversación es todo diálogo sin utilidad directa e inmediata en el cual se habla por hablar, por el placer que implica, por juego o por cortesía. Tarde considera a la conversación como el apogeo de la atención espontánea que los hombres se prestan unos a otros y mediante la cual se compenetran mucho más que en ninguna otra relación social, siendo un poderoso instrumento de imitación y propagación de ideas y sentimientos; un buen conversador es *encantador* en el sentido mágico de la palabra.

Tarde, en sus consideraciones sobre la conversación, expone que ésta difiere de acuerdo con la naturaleza de los participantes, su cultura, su situación social, su origen rural o urbano, su profesión, su religión, etc. Difiere también de acuerdo con los temas, el tono, la rapidez, la duración.

Según escribe Tarde, la conversación tiene un tono muy diferente y una rapidez distinta entre superior e inferior o entre iguales, entre parientes o entre extraños, entre personas del mismo sexo o entre hombres y mujeres. Las conversaciones de un poblado rural entre vecinos unidos por amistades generacionales son muy diferentes a las conversaciones en las grandes ciudades entre personas con elevado nivel de instrucción y que se conocen poco. Unos y

otros, al decir de Tarde, hablan de lo que más de común hay, de lo más conocido; sucede que en el caso de los citadinos lo que les es común lo es para una gran cantidad de gente, de allí su tendencia a hablar de temas generales. Las conversaciones rurales son acerca de ideas que les son muy comunes a los habitantes, de allí su propensión a la murmuración. Tarde resalta el hecho de que este fenómeno tiende a referirse en las urbes a lo que se hace a menudo, sobre los personajes políticos y sobre las celebridades. Él los denomina *públicos chismorreos*, interesando a mayor número de personas.

En cualquier tiempo los interlocutores conversan de lo que sus profesores, sacerdotes, jefes, amos, oradores, padres o periodistas les han enseñado, por lo cual Tarde esboza la hipótesis del liderazgo de opinión, al cual nos referiremos con mayor amplitud en el tercer capítulo como tópico importante. No hay aspecto de la actividad social que no esté en franca relación con la conversación y cuyos cambios no la modifiquen.

Entre los aspectos a considerar está el tiempo que se puede dedicar a conversar, número y cualidad de las personas con quienes conversar, cantidad y cualidad de los temas de conversación. Para Tarde, el tiempo durante el cual se puede hablar se acrecienta con el tiempo libre que da la riqueza y el perfeccionamiento de los procesos de producción. La cantidad de temas de conversación aumenta con el progreso y especialmente con la multiplicación y aceleramiento de las informaciones, por lo que se puede afirmar el papel de los medios en la conversación social.

Tarde también señala que al aumentar las relaciones democráticas no sólo se acrecienta el número posible de interlocutores sino que las diversas clases sociales entran más libremente en conversación. Este autor no vio el desarrollo de los modernos medios electrónicos, pero hizo consideraciones sobre el periódico que están en la línea que queremos plantear. Para este adelantado, antes del crecimiento de la edición de libros y periódicos nada era más diferente que una ciudad de otra, que un país de otro, que los temas, el tono y la marcha de las conversaciones. La prensa –y los modernos medios electrónicos– uniforma las conversaciones y las unifica en el espacio, y simultáneamente las unifica en el tiempo.

> "Todas las mañanas los periódicos sirven a su público el tema de conversación para toda la jornada".[39]

En cada momento casi se puede estar seguro del tema del día, pero la conversación en sus temas cambia casi todos los días o por lo menos semanalmente.

Lo señalado por el escritor francés se puede relacionar con el concepto de *opinión pública activada*. Además, hay una relación muy marcada entre la frecuencia de la práctica de la conversación y los cambios de opinión de los

que dependen las vicisitudes del poder. Allí donde la opinión cambia lentamente o permanece prácticamente inmutable es donde las conversaciones son tímidas, ocasionales y en círculos pequeños. Donde la opinión es móvil y agitada es porque se conversa con frecuencia, de manera osada y liberada. Puntualiza Tarde que los actos mismos del poder "triturados" por la prensa y "rumiados y digeridos" por la conversación contribuyen en gran medida a la transformación del poder, que habría tenido ocasión de obrar si sus actos no fuesen difundidos por los medios y comentados en las conversaciones. En cualquier lugar en el cual el poder permanece estable por mucho tiempo, se puede tener la seguridad de que la conversación ha sido limitada y restringida en alto grado y muy cerrada.

Si resumimos a Tarde, podremos decir que los medios de comunicación social son una conversación pública que, teniendo su origen en el caso concreto del periódico en la conversación privada, pasaron a transformarse en el regulador principal de la conversación y en su suministrador de contenidos más importante, con tendencia a una uniformidad universal y con cambios profundos de un día a otro. El periódico comenzó siendo un eco prolongado de las conversaciones y los medios han terminado por ser –Tarde *dixit*– la fuente "casi única" que las alimenta.

En línea similar que nos sirve para explicar la relación entre los medios y el concepto de *opinión pública activada*, Gomis[40] afirma, tal vez extremando sus explicaciones, que no ha habido medios de comunicación hasta que ha habido gente dispuesta a pagar por disponer de hechos *que le sirvan para el comentario*. Cita a Varin, para quien el origen de la prensa no es simultáneo a los medios técnicos necesarios para su existencia. La prensa del siglo XVII era una prensa elitesca, para personas que podían pagar una suscripción y quienes sentían ya la necesidad de recibir una relación semanal de noticias que les permitían estar informados para el momento de la conversación en los salones. Para Varin[41] la separación de opinión e información en la prensa es un paso necesario para ampliar la difusión, pues la noticia sin comentario de prensa inspiraba mayor confianza y eran más los que comentaban. El mismo Gomis señala el hecho de tratar la noticia como mercancía como el otro paso: no era noticia la comunicación de un hecho lejano, importante o curioso, sino cualquier cosa con la condición de que diera qué hablar. Dana[42] dijo en el siglo XIX que, "noticia es cualquier cosa que hará que la gente hable".

Para Gomis la noticia, nacida como alimento de la conversación, deviene en lugar común, referencia general en los comentarios de todos. Lo que es más noticia provoca más comentarios. La expectativa de comentarios es un indicador de lo que es noticia. Una conversación sobre las noticias es un esfuerzo por entender lo que acontece. De manera que la información que transmiten los medios de comunicación social, según hemos demostrado siguiendo a los autores anteriores, es el mecanismo por excelencia de activar la opinión pública.

4. *Opinión pública manifiesta*: En el umbral de la opinión pública activada se produce la respuesta de la sociedad, los grupos y los individuos ante los acontecimientos del espacio público –manipulados o no, con mayor o menor cobertura de los medios de comunicación social–; podemos considerar que es pertinente hablar de *opinión pública manifiesta*. Es un tanto difícil hacer una separación entre la opinión pública activada y la opinión pública manifiesta: la primera, cuando se hace tan intensa, comienza a entrar en la esfera de la opinión pública manifiesta, pues quienes reciben, o deben recibir, su influencia no deberán ni pueden ser sordos a la conversación diaria en los cafés, en los transportes colectivos, en los taxis.

Expresamos que es difícil separar los estados de la opinión pública y esta subdivisión la hemos efectuado principalmente con fines didácticos. De hecho, *los diversos estados de la opinión pública* coexisten en la sociedad. La opinión pública manifiesta es el estado en el cual un fenómeno de opinión pública alcanza la difusión masiva, el *espacio público* como respuesta o *feed-back* de la sociedad o de algún grupo social ante los acontecimientos que emanan de la realidad política, económica, social o cultural, con la particularidad de que generalmente los gobiernos se ven afectados de una u otra manera frente al fenómeno al cual podemos hallar consustanciado con las peticiones y la protesta.

Podemos decir que la manifestación de opinión pública es *directa* en tanto se transforma en mensaje de un medio de comunicación cuando los interesados buscan el recurso del medio para expresarse, como por ejemplo acudiendo a un programa de televisión o a una emisora de radio, escribir una carta pública a un periódico. La manifestación de opinión pública en el espacio público puede ser *indirecta* [43], cuando se producen fenómenos multitudinarios de expresión de protesta o petición como manifestaciones callejeras, marchas pacíficas o violentas, pancartas en caminatas, que serían algunas de sus formas más características.

Entendemos que este estado de opinión pública no implica, de hecho la existencia de una sola "opinión pública", pues como se expuso antes, consideramos la opinión pública como un conjunto de procesos psicosociales. Una opinión pública manifiesta lo es esencialmente de algún grupo social que busca el espacio público como manera de llamar la atención del resto del "público" para tratar de influir sobre el gobierno o en la instancia a la cual se dirige la petición o la protesta. Es de hacer notar que las personas tienden a utilizar formas públicas de protesta o petición cuando se asocian a roles que los identifican como líderes de opinión. Ahora bien, ¿por qué escasea la opinión pública manifiesta? Existen varios motivos: lo complicado de la vida moderna,

el hombre de hoy no disfruta de tiempo "para esas cosas" que seguramente terminarán por resolverse, el estado de prosperidad relativa[44], la gente tiende a manifestar sólo cuando la situación le concierne muy directamente, las estructuras de la personalidad hacen proclives a la participación a unos y a otros a la pasividad, la posición de que no vale la pena movilizarse porque los gobiernos no toman en cuenta la opinión pública, en los grupos mas pobres la necesidad de resolver sus problemas más inmediatos y sus condiciones materiales de existencia que los condenan a la pasividad y la marginalidad, los mismos medios, en su continuo devenir de temas, pueden impedir la creación de conciencia acerca de un determinado tema o problema. Señala Lapierre[45]:

> "Lo que algunas veces se denomina "la intoxicación" consiste en introducir y hacer circular en un sistema político toda clase de falsas noticias que, o bien exageran la importancia de los apremios para así impedir que sean propuestas o tomadas en consideración ciertas decisiones posibles, o bien por el contrario propagan un optimismo mal fundado para así creer en unas posibilidades ficticias, es decir, en una variedad del sistema mayor de lo que es en realidad"

Todas éstas son hipotesis acerca del porqué de la escasez de la opinion pública manifiesta. Agreguemos el real problema que supondria un embotellamiento producto de una sociedad con total participación y en la cual todo fuera sometido al arbitrio del público y todo se discuta y se manifieste acerca de cualquier problema. Tal vez la palabra clave para descartar este como otro factor que constriñe el estado de opinion pública manifiesta sea *organización*[46]. Agrega otro punto Key[47]:

> "...en una multitud de cuestiones, que reconocemos no podemos definir con precision, los gobiernos disfrutan, en lo que a la opinion de la masa se refiere, de una gran libertad en la determinacion tanto de la acción que realizan como del sector del publico atento que habra de enterarse siquiera de ella. En tales cuestiones el gobierno solo necesita presentar su accion de manera tal, que parezca ha prevalecido la equidad. ."

Una interrogante importante es si constituye opinión pública manifiesta la petición o reclamo dirigido a un organismo gubernamental por un particular o grupo de interés. Se puede considerar comunicación política, en tanto es relacion entre gobernantes y gobernados, pero mientras no entre al espacio público, mientras no trascienda públicamente, no se puede hablar en sentido estricto de opinión pública manifiesta. Puede tratarse incluso del típico caso del grupo de presión que intenta hacer "lobby" privadamente para obtener algún beneficio sin que le interese, por lo menos momentáneamente, que su voz se haga pública, aunque no se descarte la utilización del espacio público si sus presiones privadas no consiguen los objetivos propuestos.

Observamos la tendencia a caer en la relación gobierno-gobernados, tentación a la que sucumben muchos autores. Ocurre que no todos los

fenómenos de opinión pública se generan como una lucha de conflictos entre el gobierno y algún grupo. De hecho, se generan muchas corrientes de opinión –opinión pública activada– en los conflictos entre grupos sociales que plantean una controversia sobre determinados problemas o sobre una idea[48]. De todas maneras, en la gran mayoría de las oportunidades los gobiernos, en representación del Estado, terminan por intervenir para mediar, para usar la represión o incluso para crear normativa jurídica.

Una última consideración acerca de la opinión pública manifiesta es el hecho de que originándose en el interés de los gobiernos, los sectores empresariales, profesionales y sindicales, comunitarios y en los medios de comunicación social, una manera típica en que se está manifestando la opinión pública es a través de las encuestas de opinión pública, sobre los temas que plantean los sondeadores de la opinión que, al convertir los datos en información que publican los medios de comunicación social y que pasa a ocupar el espacio público, transforman esa opinión pública latente, formada tal vez de opiniones no reveladas y *pseudo opiniones* en, quizás, la forma más característica de la opinión pública manifiesta[49].

5. *Opinión pública eficaz:* Se puede definir como el modo en que una opinión pública manifiesta logra influir en las decisiones, bien a través de una modificación de decisiones anteriores, bien a través de normativa jurídica o, como ocasionalmente ocurre, dando marcha atrás en una idea o "engavetando" un proyecto; en última instancia, a través del cambio de gobierno, como podria ser el caso de un resultado electoral, o el cambio del sistema político, como puede ser la caída de una dictadura, o el cambio de un sistema político-económico (caso de las antiguas revoluciones marxistas y de la reciente caída del socialismo real).

La opinión publica eficaz lo es en relación con el grupo social cuya manifestación en el espacio público logra sus propósitos en un momento dado. Incluso el logro de un fin puede hacerse en detrimento de algún otro grupo que manifestaba un punto de vista diferente. Recordemos que la opinión pública, tal cual la entendemos, es un entrelazamiento de fenomenos sociales, psicosociales y con alguna frecuencia de lucha de intereses comunitarios, grupales y particulares. Una interrogante válida es cuál opinión pública manifiesta tiene mayor probabilidad de convertirse en opinión pública eficaz. Antes de responder esta pregunta hay que aclarar que no toda opinión pública manifiesta - el ejemplo de las encuestas es claro–, busca satisfacer una demanda o petición o expresar una protesta "política". Incluso podria ser un reconocimiento a los gobernantes o puede referirse a otros ámbitos como el religioso, el artístico o el deportivo, para señalar tres casos importantes. No obstante, el ámbito más importante es el político. Sobre las posibilidades de lograr la opinión pública eficaz oigamos lo que apunta Lapierre[50]:

"Todos los grupos, todas las personas de una misma sociedad global no poseen las mismas posibilidades de hacer entrar en el sistema pòlitico las demandas que ellos formulan. La hipótesis aquí propuesta es que tales posibilidades son tanto más fuertes cuanto más alta es la posición ocupada en la estratificación social".

Estas ideas acerca de la opinión pública eficaz pueden resumirse en el concepto de *capacidad política*, definida por Bonilla y Silva Michelena[51], como la

"...habilidad potencial de los actores para transformar... las evaluaciones, y particularmente aquellas evaluaciones que parecen más estables, en acciones políticas efectivas".

En la investigación de Silva Michelena la correlación entre participación política y capacidad política fue de 0,83, altamente significativa. En otras palabras, la participación, tomada como variable independiente, predice la capacidad política. Es de observar que más participan aquellas personas que están cerca de los centros de decisión. En un trabajo nuestro[52] encontramos que es más probable que los hombres de nivel socioeconómico elevado tengan algún grado de comunicación política que los de nivel bajo y que las mujeres de cualquier nivel, siendo las mujeres de status bajo quienes probablemente participan menos.

A lo anterior agregaríamos que en la medida que una persona piensa que tiene menos probabilidades de influir en las decisiones, es menos probable que use esa posibilidad. Como señalan Almond y Verba, la importancia de sentirse subjetivamente competente reside en que

"...si un individuo cree que tiene influencia, es más probable que intente ejercerla".[53]

Esta autopercepción de la capacidad política, del poder ejercer una opinión pública eficaz, es muy probable que tenga su sustrato en experiencias anteriores del individuo. Esto es, existiría la posibilidad de que un individuo sufra una *alienación* de su capacidad política por experiencias negativas anteriores en participación de la opinión pública manifiesta.

La opinión pública eficaz se relaciona también con la capacidad del gobierno para darle entrada a las demandas del medio ambiente. En la realidad venezolana, la opinión pública eficaz es bastante esporádica[54], mucho más frecuente la opinión pública manifiesta, así como la opinión pública activada, porque el país goza de una relativamente estable libertad de expresión, eso sin contar el cúmulo de medios y variedad de contenidos, lo que permite una opinión pública latente acerca de una gran cantidad de temas, independientemente del grado de compromiso, el interés y el conocimiento acerca de los asuntos públicos. Por lo demás, el panorama venezolano no es muy diferente del reportado en otras latitudes. Señala Lapierre[55]:

"Si bien todo ciudadano tiene el derecho de formular demandas políticas no todos los ciudadanos tienen el poder de forzar la entrada del sistema y desencadenar un proceso de decisión. Las voces que, en la conversación o la discusión en pequeños grupos, expresan unas quejas o unas reivindicaciones son a menudo unas voces que –políticamente– claman en el desierto. E incluso las consignas vociferadas en una manifestación callejera son filtradas por los organizadores".

2.2. Problemas asociados con la idea de la opinión pública

En un análisis de las limitaciones más recurrentes que a lo largo del tiempo se han señalado al fenómeno de la opinión pública, Price[56] señala cinco problemas básicos, dos relativos a la potencial superficialidad de la opinión pública –falta de competencia y falta de recursos– y tres relativos a su potencial susceptibilidad –a la tiranía de la mayoría, a la propaganda y persuasión de masas[57] y al sutil dominio de las élites–:

1. *Falta de competencia*: Gastón Berger[58] dijo que la "opinión pública expresa el sentimiento de los incompetentes". Las reservas acerca de la habilidad de la gente para dirigir los asuntos públicos, expone Price, es antigua, remontándose a Platón y alcanzando una alta cota durante el Iluminismo. Pero quizás los más fuertes cuestionamientos vienen del presente siglo. Así, Lippmann[59] expuso como tesis principal que la teoría democrática pedía demasiado a los ciudadanos comunes, de quienes no debería esperarse que se comportaran como legisladores, o fueran activos y estuvieran totalmente involucrados en los asuntos públicos del día. Según estimaba Lippmann, parte del problema consistía en la falta de atención general y en la ausencia de preocupación acerca de los asuntos públicos. En tal sentido, Bryce había señalado que "public questions come in the third or fourth rank among the interests of life".[60] La gente invierte poco tiempo y energía para aprender las cuestiones imprescindibles del mundo político. Un factor a considerar fue la manera en que las opiniones, como "imágenes en nuestras mentes", según la descripción de Lippmann, fueron desarrolladas. El conocimiento cabal de los asuntos públicos sobre el cual las opiniones deben basarse, simplemente no está disponible para los ciudadanos comunes. En palabras del mismo Lippmann, el mundo político está fuera de alcance, fuera de perspectiva, fuera del entendimiento. La gente forma sus opiniones de relatos incompletos, y tiene poco o ningún contacto con los hechos reales, filtrando todo lo que ven y oyen a través de sus propios prejuicios y temores. El mundo moderno es demasiado complicado.

El periodismo, normalmente considerado una herramienta para la educación y el desarrollo del público, apunta Price, más bien contribuye, en la visión de Lippmann, a pervertir la opinión, si se considera la naturaleza no creíble de la mayoría de las noticias, y para Lippmann la situación no iba a

cambiar. Lippmann, apunta Price, no fue el primero en puntualizar la discrepancia entre la imagen de la participación pública en una democracia –heredada de los cafés y salones de la discusión racional del siglo XVIII– y la situación de las democracias de masas, pero sus escritos fueron notables, apunta Price, por su vigor y profundidad. Lippmann, quien abandonaba toda esperanza en el crecimiento de la competencia del público, creía que la opinión pública moderna no podría mejorarse, a menos que una organización experimentada, formada por científicos políticos pudiera hacer los "hechos ocultos" inteligibles para los encargados de tomar decisiones y pudiera organizar la opinión pública. Su visión era la de agencias con recursos independientes con garantía irrestricta para el acceso a los acontecimientos.

Una interesante consideración posterior es la de Skinner[61] quien en su novela utópica *Walden Dos* se interroga sobre el problema.

> "¿Es el pueblo un gobernante competente? No y cada vez es menos competente relativamente hablando, conforme avanza la ciencia política...
>
> Lo único que sabe el pueblo... y único sobre lo que se le debería escuchar es si le satisface la situación presente, y, quizás si le gustaría otro estado de cosas. Lo que manifiestamente el pueblo ignora es cómo conseguir lo que desea. Este es un asunto reservado a los especialistas".

Skinner proponía una comuna de tamaño pequeño en la cual, por métodos que no describimos pero que se basan en el conductismo, no aparece el liderazgo tal cual se entiende normalmente y la función de gobierno se reduce a la administración y planificación de los recursos materiales y a su justa distribución entre los miembros de la comuna, no perpetuándose los individuos en esas funciones. En vez de pensar en la "Gran Comunidad", simplemente la disgregación nacional en pequeñas comunidades autoabastecidas y autosostenidas. La figura del administrador recuerda a la agencia que Lippmann proponía macrosocialmente.

2. *Falta de recursos:* Otras críticas, no en desacuerdo con la visión de Lippmann, expone Price, sin embargo señalaron que el principal problema no era la incompetencia de una porción sustantiva del público sino más bien una falta de métodos suficientes para la comunicación pública. Contrario a Lippmann, quien pensaba que la "Gran Sociedad" nunca podría llegar a transformarse en la "Gran Comunidad", Dewey[62] pensaba que de veras esto era concebible, aun cuando nunca poseyera las cualidades de una comunidad local. Parte de la respuesta es la educación. No es necesario que la gente tenga el conocimiento y la destreza para llevar a cabo las investigaciones sistemáticas para cada preocupación común. Según refiere Price, Dewey sugería sólo que la gente tiene la habilidad de juzgar el conocimiento de los expertos sobre esas preocupaciones. Estaba de acuerdo con Lippmann en que las ciencias sociales jugarían un papel central en el mejoramiento del estado democrático, pero él

creía en un rol distinto al de la agenda de expertos; proponía una clase de comunidad basada en las ciencias sociales que difundiría sus interpretaciones al público a través de presentaciones ingeniosas en la prensa popular. Dice Dewey[63]:

> "The essential need, in other words, is the improvement of the methods and conditions of debate, discussion and persuasion. That is the problem of the public".

3. *Tiranía de la mayoría:* El peligro de que una opinión pública mediocre, creada y mantenida por la presión de la mayoría prevalezca, es una preocupación constante de los teóricos y analistas de la opinión pública. En otras palabras, apunta Price, el peligro consiste en que para las grandes mayorías los puntos de vista de importantes minorías, aun cuando sean válidos, no sean fuertemente defendidos. Este temor había sido expresado por Tocqueville[64] a quien preocupaba que en una sociedad de iguales los individuos en minoría serían dejados "solos y sin protección" contra la mayoría dominante. Tocqueville señalará que las masas crean ya sus propias opiniones no a través de dignatarios de la Iglesia o escritores sobresalientes, sino de hombres de "poco más o menos la misma catadura" que se dirigen a la masa a través de los periódicos[65]. Para Stuart Mill[66], esta opinión pública, aunque pueda errar a menudo, tiene buenas posibilidades de acertar, porque en tales cuestiones el público juzga no otra cosa que sus propios intereses[67]:

> "Pero la opinión de una tal mayoría impuesta como ley a la minoría, cuando se trata de la conducta personal, lo mismo puede ser errónea que justa; pues en tales casos, "opinión pública" significa, lo más, la opinión de unos cuantos sobre lo que es bueno o malo para otros; y muy a menudo ni siquiera eso significa, pasando el público con la mas perfecta indiferencia por encima del placer o la conveniencia de aquellos cuya conducta censura, no atendiendo más que a su exclusiva inclinación".

Señala Monzón[68] que tanto Mill como Tocqueville deploran el "yugo de la opinión pública" y su coacción moral, reconociendo que es una fuerza útil para limitar el poder, pero que deberá de ser sometida por la intransigencia que puede conllevar.

A través del siglo XX, apunta Price, el problema de la conformidad de la opinion mayoritaria ha sido un tema persistente, retomado por Noelle-Neumann en su tesis de la "espiral del silencio".

Muchos analistas han llamado la atencion sobre cómo el poder de la mayoría podría ser un gran problema. Según Price[69] la extensión del fenómeno de la opinion publica ha establecado que lo más absoluto es la autoridad probable que alcanzaría la mayoria, mientras que menos probable era el crecimiento de minorías enérgicas. Como el más desprevenido de los lectores se habrá dado cuenta, indudablemente que el desarrollo político mundial no ha desconocido

los derechos de todo tipo de minorías, por lo que el peligro de la tiranía de la mayoría no es tan cierto. El peligro real es el de los totalitarismos políticos y económicos de cualquier signo.

4. *Susceptibilidad a la persuasión:* Una cuarta preocupación está centrada en la susceptibilidad de la gente a la persuasión, y particularmente, a apelaciones altamente emocionales o irracionales. Como señala Price, esta preocupación parece estar garantizada. Lippmann[70] expresó que los líderes y políticos conocen bien el arte del uso de símbolos que convocan emociones después que han sido separados de sus ideas. El éxito de los fascistas entre las dos guerras mundiales es tomado como un ejemplo típico sobre la irracionalidad de las masas y fue punto de gran interés para los estudiosos de la propaganda y para los científicos sociales. La publicidad comercial también, en varias décadas de práctica e investigación sobre resultados, ha demostrado que los mensajes que apelan a lo emocional son, por regla general, más eficaces que aquellos destinados a lo racional. Dader[71] ha denominado a esta tendencia sobre la investigación de opinión pública, "visión irracionalista".

Plantea Dader que esta visión fue sostenida por autores como Maquiavelo, Locke o Stuart Mill, quienes describieron la "voz del pueblo" como egoísta, caprichosa, ignorante, voluble, intransigente pero al mismo tiempo manipulable. Esta visión tiene, como señala Monzón[72] sus bases en el siglo XX en los escritos de pioneros de la psicología social como Tarde, Le Bon y McDougall, e incluye, como apunta Dader[73], a los autores de la sociología del conocimiento.

Pareto[74] expone su teoría de los residuos y las derivaciones. Según Pareto, las acciones humanas se clasifican en lógicas y alógicas. Las acciones lógicas presentan una adecuación racional entre fines y medios. Al decir de Pareto, las acciones en el ámbito científico y en la actividad económica son lógicas. Las acciones alógicas tienen por característica la inadecuación entre fines y medios y su no correspondencia mutua, constituyendo prácticamente el resto de las actividades del hombre, especialmente las acciones político-sociales.

Pareto distingue en las acciones alógicas dos elementos: 1) un núcleo o "residuo" que es el impulso o motivo real de la acción, consistiendo en la acción alógica en un impulso irracional, de origen emocional o instintivo; 2) una derivación, mucho más variable, la explicación que los hombres se dan de sus acciones. Gómez[75] explica a Pareto y señala que hay que observar la conducta movida por impulsos irracionales y las pseudo explicaciones (racionalizaciones) que los hombres se dan de sus acciones. Las opiniones no son más que racionalizaciones de los residuos básicos y la opinión pública es expresión y ámbito del comportamiento alógico.

Posición semejante se halla en Freud[76] y el psicoanálisis al considerar gran parte de las acciones humanas como expresión de impulsos inconscientes acompañados por pseudo explicaciones de orden racional, las racionalizaciones.

El mismo Lippmann[77], en su famoso libro, acuña el término *estereotipo* para referirse a las "imágenes mentales" con las cuales nos las vemos con un mundo complicado que adaptamos simplificadamente a nuestra visión de las cosas y a la falta de tiempo, imágenes cargadas de preferencias, afectos o aversiones, miedos, anhelos, deseos violentos, orgullo y esperanza. El estereotipo es no sólo producto de la economía del esfuerzo sino que además puede ser la manera de defender nuestra posición, pues da del mundo una imagen ordenada, consistente, a la cual el hombre se adapta y adapta sus gustos y comodidades.

Dader[78] llama la atención sobre el hecho de que por encima de los matices interpretativos sobre el fenómeno de la opinión pública está la cuestión del acento en la dicotomía racionalidad/irracionalidad. Es su punto de vista, que compartimos plenamente, que ninguno de los dos polos de esa dualidad puede ser desechado de plano, al describir las manifestaciones del fenómeno, siendo la causalidad la que determine la proporción de racionalidad o irracionalidad en una determinada manifestación de opinión pública.

En la explicación de la teoría de las opiniones, Stoetzel[79] enunció la tesis de los factores de conformidad de la opinión pública. Él expone que hay dos maneras de explicar la formación de la opinión pública; la primera, la racional; la opinión pública resulta, en esta perspectiva, de la subordinación de las preferencias individuales a las evidencias de los hechos, por lo que se podría concluir que la racionalidad es un factor de acuerdo en las opiniones. No obstante, y como segunda manera de su explicación, Stoetzel recoge sus afirmaciones y expresa que la opinión pública no se interesa sino ocasionalmente en las cuestiones de hecho y la mayor parte de los problemas que le conciernen se plantean en términos de valores y el factor de conformidad de la opinión pública consistirá esencialmente en el sentimiento compartido de la existencia de una mayoría de opiniones en una cierta dirección[80].

Sauvy[81] expresa que, aunque obedezca a preocupaciones afectivas muy intensas, la opinión no hace abstracción de los hechos. Explica este autor que los formadores de opinión actúan, sobre todo, en los "registros sentimentales", quedando en lo profundo del subconsciente los fundamentos racionales. La unidad de puntos de vista, en tal sentido, no se consigue basándose únicamente en la razón, siendo el sentimiento "el principal motor".

Sauvy explica que el proceso normal del pensamiento parte del hecho, de la experiencia, y se dirige a la acción o decisión, a través del razonamiento lógico. Expone que la opinión toma más bien el camino contrario. Una persona que tiene determinados intereses expresa determinados sentimientos. Para

satisfacer esos sentimientos y mantener de esa manera el espíritu de reivindicación la mente quiere demostrar que los hechos corresponden al objetivo buscado. En lugar de partir de los hechos para llegar a una conclusión, parte de ésta y reúne los hechos "necesarios" tratando de demostrar que corresponden con su opinión, a través de una selección apropiada de noticias. Para Sauvy la opinión pública está lejos de la observación racional, pero una óptica subjetiva no disminuye la facultad lógica, pues quien espera llegar al resultado que busca sigue una lógica rigurosa "y centra toda la desviación hacia los hechos de base que no pueden ser sometidos al mismo control".[82]

El modelo clásico de la opinión pública, al cual se alude generalmente en los paradigmas sobre el proceso de la opinión pública como producto del encuentro racional de los puntos de vista de un público ilustrado, es sustituido por una visión menos optimista que varía entre las posiciones de considerar la opinión pública como fenómeno de la irracionalidad hasta las consideraciones que ven en el conjunto de procesos que conforman lo que genéricamente se denomina opinión pública una combinación de factores racionales e irracionales, sin dejar de lado quienes le dan un papel preponderante a la *intelligentsia*, como Karl Mannheim, o el mismo Cossio y su distinción entre opinión pública y opinión del público. Sobre la discusión agrega Sauvy[83]:

> "¿Será la opinión pública a partir de ahora la gran irrazonable, la loca del lugar, la apasionada que considerada siempre como sospechosa, se verá entrentada a fríos y doctos pensadores?; ¿se trata de un conflicto perpetuo entre Antígona y Creonte? De ninguna manera. En primer lugar, en muchos casos sus movimientos se orientan en el sentido de una justicia, de una humanidad que los grupos dominantes, los gobernantes, parecen olvidar".

Lane y Sears[84] consideran que plantear la discusión en términos dicotómicos es irrelevante, pues todo hombre es una mezcla de racionalidad e irracionalidad. Se plantean como pregunta cuándo son más racionales los hombres. Definen a un hombre que actúa racionalmente como aquel que está abierto a la nueva información que le llega, independientemente de si le es auspiciosa o no. Es un ser humano que selecciona la información, pertinente para los temas del día y no de acuerdo con sus propios prejuicios. Trata de formar su opinión basándose en la mejor información que pueda conseguir, atiende por igual tanto a las cuestiones con las que está de acuerdo como con las que no lo está, las examina como son, no como quisiera que fueran y retiene la información sin distorsionarla.

Exponen Lane y Sears que muchas opiniones violan las presuposiciones de la racionalidad. Se forman gracias a referencias sociales, como los padres y los grupos que guían la formación de opinión sobre temas poco familiares. A veces las opiniones son, simplemente, meras tendencias "pro" o "anti" sin el apoyo informativo suficiente, con la ignorancia de la información contraria –cuando

la persona está consciente de su existencia–; a veces, las opiniones son mera defensa de intereses económicos o personales. Con base en los estudios, los autores concluyen que hay una serie de factores que bloquean o dificultan la racionalidad: a) las tensiones debidas a la pobreza y a la falta de recursos adecuados para la lucha cotidiana; b) las tensiones provocadas por el cambio de un hábitat rural a uno urbano; c) tensiones provocadas por cambios bruscos en la situación familiar; d) tensiones debidas a ciertos tipos de soledad.

Young[85] se muestra partidario de una posición equidistante entre las tesis contrarias acerca de la racionalidad e irracionalidad de la opinión pública, pues si bien la opinión nace a partir de cuestiones determinadas en su mayor parte por necesidades profundas que involucran emociones y sentimientos, las divergencias de puntos de vista dependen tanto de consideraciones racionales como emocionales. Moodie y Studdert-Kennedy van más lejos aún pues aseguran que no se puede identificar, con propiedad, el proceso de racionalidad con los juicios justificados de manera coherente y basados en información precisa puesto que las percepciones objetivas y realistas son, por definición, condición necesaria para la racionalidad, pero es un error referirse a esas percepciones como condición suficiente

> "...ya que la noción de realidad objetiva es, en las relaciones sociales y políticas, sumamente ambigua".[86]

Otro problema relativo a la falta de competencia y a la susceptibilidad a la persuasión es la ausencia de conocimiento de los asuntos públicos[87]. Expresó Groombridge,

> "... estamos mal informados: a nivel de los hechos, a nivel del entendimiento de los temas y a nivel de atrapar los conceptos fundamentales que nos ayudarían a darle sentido a esos temas".[88]

Es universal la tendencia a corroborar que la generalidad de las personas conoce poco acerca de los asuntos públicos. Ha planteado Uslar Pietri, con el brillo que le es característico[89]:

> "De nada opinamos con más seguridad que de aquello que conocemos poco. Sobre sucesos y situaciones de las que tenemos apenas una superficial y muy incompleta información, nos lanzamos a dar juicios tajantes y definitivos que los que tienen un mejor conocimiento de los mismos vacilarían mucho en sostener. Son las opiniones contundentes e inapelables de los parroquianos de café sobre la política, de los peluqueros ante sus aburridos clientes sobre acontecimientos cercanos o remotos y de las comadres de todas las pintas sobre la política, la sociedad o el arte".

Sobre el hecho de la relación nivel de información-racionalidad de la opinión poseemos datos que indicarían de alguna manera que la emotividad se relaciona con la ausencia de información. En una encuesta sobre el diferendo

colombo-venezolano sobre el Golfo de Venezuela, en el Área Metropolitana de Caracas, en 1980, se pidió a los entrevistados que explicaran con pocas palabras en qué consistía el problema[90]. Las respuestas, que fueron clasificadas de acuerdo con el grado de información del sujeto entrevistado y la demostración de sentimientos patrióticos o anti-colombianos, parecen apoyar, aunque el análisis no sea el más completo ni concluyente, la idea de una relación entre baja información e irracionalidad, aunque lo candente del problema indudablemente que introducía un sesgo emocional muy fuerte. Los datos de esta investigación indicaban que si bien el conocimiento del problema era escaso, la gente tenía tomada una posición muy definida acerca del tema propuesto. Reiteremos que las encuestas demuestran que la gente tiene opinión sobre una cantidad apreciable de temas aunque se desconozcan los asuntos públicos.

Fagen[91] observa que las imágenes políticas son un complejo de información y evaluaciones, y la gente se siente en capacidad de opinar políticamente sobre temas de los que poco o nada sabe. Concluye Fagen en que generalmente existe opinión antes de que haya información –posición que ya expusimos con Sauvy–, la cual corrobora o modifica la opinión.

Demostrado como está el punto, habría que aceptar, entonces que en gran cantidad de oportunidades –no existen absolutos en la realidad social– la opinión pública tiende a ser manipulada, pues, como decía Maquiavelo[92] los

> "... hombres son tan simples, y se sujetan en tanto grado a la necesidad, que el que engaña con arte halla siempre gentes que se dejan engañar".

La interrogante que queda es si la irracionalidad y la susceptibilidad a la persuasión son inevitables en su tendencia mayoritaria. Educación y conciencia parecen ser las respuestas, que se tratan más adelante en este capítulo y se retoman en las conclusiones del libro.

5. *Dominio por las élites:* Señala Price[93] que aunque algunos estudiosos han recelado de la sobreabundancia de poder de la opinión pública, otros se han preocupado de lo contrario. Una quinta causa de preocupación sobre la opinión pública en las modernas democracias se focaliza en lo que Ginsberg ha denominado "the domestication of mass belief".[94] Este tópico por cierto ya está presente en Maquiavelo y sus recomendaciones al Príncipe para ejercer el dominio[95]:

> "...conviene notar que el natural de los pueblos es variable. Se podra hacerles creer fácilmente una cosa: pero habrá dificultades para hacerlos persistentes en esta creencia. En consecuencia de lo cual es menester componerse de modo que, cuando hayan dejado de creer, sea posible precisarlos a creer todavía"

Modernamente el problema es visto como una pasividad creciente de gran parte de la población, que es dominada de varios modos por las élites. Mills[96] visualizó la sociedad norteamericana como consistente en tres estratos

jerárquicos. El primero, un estrato limitado y estrecho de élites poderosas; el segundo, un conjunto de fuerzas políticas balanceadas; el tercero un ancho y cada vez mayor estrato de masas sin poder.

Lejos estaba Mills de idealizar el modelo de la libre discusión del debate democrático. Expuso que la población norteamericana había sido transformada por los medios de comunicación social en un mercado de consumidores, más que en un público productor de ideas y opiniones.

Otras formas de dominio han sido propuestas por críticos contemporáneos, expresa Price, que han contemplado diferentes mecanismos de control por la élite. Ginsberg ha expuesto que con el advenimiento de la democracia electoral, la tradicional relación de oposición entre gobernantes y gobernados ha sido suplantada por una relación de dependencia. Ahora la gente, gustosamente, apoya al gobierno, y es cada vez más dependiente de sus servicios. Expone este autor citado por Price que con el desarrollo de las instituciones electorales la expresión de la opinión pública ha llegado a ser menos de ruptura, pues cuando los ciudadanos comenzaron a ver a los gobernantes como una fuente de beneficios, la opinión devino fundamentalmente menos hostil a la autoridad gubernamental.

Los gobiernos occidentales convirtieron la opinión pública de una fuerza hostil, impredecible y frecuentemente de ruptura a un fenómeno menos peligroso y más manipulable.

Ginsberg opina que la industria de la encuesta, por sí misma, a pesar de sus intenciones declaradas de ser un instrumento para incrementar la voz del pueblo, contribuye a domesticar el proceso democrático. Habermas, como observamos, tiene una línea da argumentación similar.

Hay, para Price, otras importantes fuentes de preocupación, pero las cinco mencionadas han atraído la mayor atención. En resumen, la pregunta clave es si el proceso de la opinión pública en su operación natural es de hecho democrático en el sentido que implicaba el modelo clásico proveniente del Iluminismo. Esto es, si la opinión pública es realmente "eficaz", como señalamos es el último estado, y el ideal, de la culminación de su proceso, con real influencia sobre las tomas de decisión sobre los asuntos públicos.

2.3. Sobre los conceptos de multitud, masa y público

Hay tres conceptos que usualmente son mencionados en relación con los fenómenos colectivos y con los más específicamente vinculados con la opinión pública: la *multitud*, la *masa* y el *público*. Como señala Price[97], aunque el concepto de multitud es raramente evocado hoy en día, refleja algunas de las características de dos conceptos contemporáneos: la masa y el público. La

multitud fue examinada por Le Bon[98] como uno de los principales mecanismos mediante los cuales las clases populares podrían ejercer presión acerca de sus reclamos políticos con violencia y destrucción. Para Le Bon, el "derecho divino de los reyes" estaba siendo reemplazado por un "derecho divino de las masas". Le Bon identificó tres causas básicas de la conducta multitudinaria. Primero, el anonimato de estar en una multitud relaja las restricciones sociales sobre los instintos básicos de la gente. En segundo lugar, las emociones y acciones crecen rápidamente a través de la imitación espontánea y el contagio. En tercer término, y lo más importante, se desvanece la identidad personal en la multitud y los individuos son sugestionables inconscientemente, como hipnotizados por la voluntad colectiva de la multitud.

Para Sorokin[99] los individuos constituyen una multitud cuando entran en interacción directa, frente a frente, en proximidad espacial, aunque no disponiendo de claras características de organización. Tal cual explica el mismo autor, las multitudes son caóticas, inestables, desordenadas y susceptibles de ser impulsadas emocionalmente a muchas acciones sorpresivas siendo, por lo general, efímeras; su caracterización va más hacia el fenómeno de la turba. Para Young[100], una multitud es una colectividad que posee en esencia un número considerable de personas que responden, dentro de cierto espacio limitado, a algún objeto común de atención. En los agrupamientos humanos respondería al sector temporario menos estable.

Según Price, posteriores análisis de los fenómenos de conductas colectivas han abandonado, en su mayoría, el marco de referencia de la hipnosis colectiva. Sin embargo, el interés permanece en esas asociaciones poco estructuradas y las funciones sociales que cumplen. Tal Smelser[101], autor del texto más completo sobre los fenómenos de conducta colectiva. Este autor la define como una movilización basada en una creencia que redefine la acción social, incluyendo formas elementales como el miedo, pánico y el estallido hostil.

Para Smelser, el comportamiento colectivo debe definirse tomando en cuenta que está guiado por diferentes tipos de creencias, evaluaciones de las situaciones, anhelos y expectativas, que implican la fe en la existencia de fuerzas fuera de lo común, como amenazas y conspiraciones, que gobiernan el mundo, y una evaluación de los efectos extraordinarios que implicaría la reconstitución de la acción social. Estos fenómenos no están institucionalizados y se forman para resolver situaciones indefinidas o no estructuradas.

Para que una conducta se vuelva colectiva tiene que haber algún modo de comunicación de la creencia y algún modo de excitación de la gente a la acción. Lo más importante de la argumentación de Smelser, para reforzar las ideas que ponen en una perspectiva menos determinante la irracionalidad de la multitud, la pérdida de facultades críticas de los participantes, la regresión psicológica que revierte a un estado animal durante cualquier episodio de comportamiento

colectivo multitudinario, es que se interroga acerca de qué ocurre con los componentes de la acción social, aun sobre la base del carácter psicológico de estas situaciones sociales. El campo de la conducta colectiva, como puede observarse, además, considera actualmente no sólo las multitudes sino otros fenómenos similares como histerias colectivas y movimientos sociales.

Foote y Hart[102] exponen que varias clases de conducta colectiva podrían estar estrechamente relacionadas con la formación de la opinión pública, particularmente en sus primeras etapas. Sugieren que el análisis se enriquecería si se pusiera más atención en esos procesos colectivos relativamente indefinidos, exploratorios o tentativos de los cuales podría surgir una acción social más organizada y racional, como el debate.

La multitud es expresión, en función de su relación con el fenómeno de la opinión pública, de movilizaciones propagandísticas, como es el caso de las grandes concentraciones políticas[103]. En el sentido señalado por Rovigatti[104], la multitud y, en general, los fenómenos de conducta colectiva pueden ser uno de los modos de acción en que se expresa la que hemos denominado *opinión pública manifiesta*.

Al considerar, por ejemplo, una manifestación multitudinaria de estudiantes en la calle reclamando una reivindicación, estamos en el dominio de los fenómenos multitudinarios. Importa destacar la caracterización de esta situación como manifestación de protesta o solidaridad, como manera de participar en los asuntos públicos a través de conductas explícitas que llegan a ocupar el espacio público a través de su difusión por los medios de comunicación social. Esta manifestación representa alguna corriente de opinión en la sociedad que, en un momento dado, gana la calle para hacer oír su voz. Piénsese en una multitud de voceo de consignas en ambientes pre-revolucionarios o en una manifestación de obreros y desempleados exigiendo mejoras en sus condiciones de vida. Es en este sentido que los fenómenos de la multitud y de la conducta colectiva adquieren importancia como categorías de estudio para la opinión pública, aunque en algunos momentos se llegue a pensar en la pérdida de su importancia debido a la creciente influencia de los medios de comunicación social y a la soledad de la gran urbe[105].

El segundo concepto a examinar es el de *masa*. La masa, expone Price, está compuesta de individuos anónimos y está marcada por muy pocas interacciones o comunicaciones entre sus miembros, siendo extremadamente heterogénea en cuanto a la composición de sus miembros, que provienen de todos los estratos sociales y están dispersos geográficamente, siendo menos organizada aún que la multitud y sus miembros están impedidos de actuar concertadamente.

Como otras categorías del estudio sociológico y de la opinión pública, no hay una definición universalmente aceptada de lo que designa el término. Von Wiese[106] designa como masa a una unidad colectiva cuyos miembros no se

representan la existencia como duradera, siendo un conjunto que responde uniformemente frente a un destino idéntico, pero que se desintegra si cambia la situación.

Ortega y Gasset[107] hace una interesante comparación entre la multitud y la masa[108]. Para este autor, el concepto de muchedumbre es cuantitativo y visual, y traduciéndolo a la terminología sociológica podemos representarnos la idea de masa social; la sociedad es una unidad dinámica de minorías y masas. Las primeras son personas o grupos específicamente calificados, mientras que la masa es el conjunto de personas no especialmente calificados, por tanto masa es el "hombre medio", es la cualidad común, el hombre en cuanto no se diferencia de otros y se repite como tipo genérico.

De manera que la masa, en principio, tiene la connotación de un comportamiento psicosociológico y no de aglomeración física de personas como la multitud. En el nacimiento de la concepción del término masa hay que remontarse a la destrucción del sistema preindustrial, al aumento de la población y a la migración campo-ciudad, a lo que se agrega, ya en el siglo XX, la explosión de los medios de comunicación social. Este hombre-masa, brillantemente descrito por John Dos Passos en *Manhattan Transfer*, en el relato del crecimiento de una gran ciudad, New York, viviría en esencia una existencia mediocre, no valorándose a sí mismo, al decir de Ortega y Gasset, sintiéndose a gusto "como todo el mundo".

En resumen, se ha considerado que con la Revolución Industrial de la segunda mitad del siglo XIX, la gran mayoría de los hombres presenta cambios específicos que conducen al hombre-masa, a los hombres igualados más y más entre sí, en su personalidad, en sus gustos y en sus estilos de vida, desapareciendo la independencia personal, el sentido de responsabilidad y la iniciativa.

Al respecto, Maletzke[109], en una crítica de la visión "negativa" sobre la sociedad de masas, expresa que aunque no se discute que muchas de las características de la masa hayan sido adecuadamente analizadas, hay dudas en cuanto a la interpretación de los hechos como crítica cultural negativa. Cita la opinión de Gehlen, para quien nunca existió un subjetivismo tan diferenciado y capaz de ser expresado como hoy en día, ni nunca hubo tal cantidad de variaciones del gusto, pues la antropología y la historia de la cultura expresamente señalan que el hombre de épocas primitivas o anteriores estuvo circunscrito a un determinado nivel social y de conducta por los lazos de la tradición, por lo cual estuvo mucho más nivelado, que el hombre de la cultura postindustrial.

Esta crítica parece justa si se considera que no puede hablarse tan fácilmente de nivelación absoluta de gustos, de pensamiento homogéneo y de ausencia de diferenciación social. De hecho Monzón apunta[110] que el concepto de

sociedad-masa ha estado presente en todos los momentos de la historia, por lo cual tiene su evolución, pues de hecho no es lo mismo hablar de las masas sedientas de justicia social de las revoluciones que del hombre-masa al cual venimos aludiendo. Por tanto, Monzón, siguiendo a Mannucci[111], expresa que es preferible hablar de *teorías* de la sociedad de masas. Gómez[112], caracteriza a la sociedad de masas por: a) una alta demografía que configura el fenómeno moderno de la masa; b) un alto nivel de industrialización, que supone la producción y consumo en masa de bienes, incluidos los bienes culturales; c) un alto nivel de urbanización pues la población se concentra en las grandes ciudades; d) los intereses personales del individuo se diluyen en la masa y su aislamiento se acentúa; e) el contacto personal y la comunicación interpersonal disminuyen en razón inversa al tamaño de la masa, predominando la exposición a los medios de comunicación social.

Monzón[113] agrega las características que para la mayor parte de los autores definen la sociedad actual: a) la sociedad de masas está conformada por personas anónimas y aisladas, sometidas a la influencia y presión superestructural, especialmente del Estado; b) las relaciones entre los seres humanos son impersonales, y producen un sentimiento de inseguridad, angustia y soledad; c) se ha perdido el concepto de autoridad pero se acepta sumisamente el poder secularizado; d) hay una centralización de las relaciones y se fortalece el Estado, dominando las relaciones verticales; e) en lugar de justa e igualitaria, camina hacia la homogeneidad y la nivelación; f) desaparecen o se erosionan las asociaciones intermedias; g) la racionalización del trabajo lleva a la administración y, como consecuencia, al poder de la burocracia; h) la mayor parte de la fuerza de trabajo labora con símbolos e imágenes de la realidad; i) se define y lucha por la racionalidad, pero en el fondo imperan el caos y la irracionalidad; j) es una sociedad anómica pues los ciudadanos andan sin rumbo ni objetivos claros.

Indudablemente que como modelo teórico éste no puede ser inmutable. Para decir algo, mencionemos los nuevos movimientos sociales a los cuales nos referiremos en el aparte dedicado al concepto de participación, como demostrativos de que las asociaciones intermedias están vivas. Podemos sintetizar nuestra visión de la masa como producto de un vínculo social poco intenso, conformada por personas con escasa participación, apáticos e indiferentes, anónimos y aislados en la gran ciudad, desorganizados; la masa incluye gentes de distinta ocupación y formación cultural, de diferentes clases sociales, que permanecen desunidas, que se interesan poco en los asuntos relacionados con la conducción de la sociedad y que están poco o nada informados acerca de esos asuntos, teniendo intereses que se relacionan más con la evasión en la utilización del tiempo libre –intereses que hay que reconocer pueden ser muy variados de persona a persona– porque, en realidad, el agobio del trabajo, los problemas diarios del subsistir y el agite de la vida ciudadana

no dejan tiempo para la organización ni para la participación en la vida comunitaria y en la vida pública. Mills resumió, en contraposición al concepto de público, lo que entendía por masa[114]:

"... en una *masa* muchas menos personas expresan opiniones que las reciben; porque la comunidad del público se convierte en una colectividad abstracta de individuos que reciben impresiones de los medios de masas. Las comunicaciones que prevalecen están organizadas de tal manera que resulta difícil o imposible para el individuo responder inmediatamente o con algún efecto. La realización de la opinión en la acción es controlada por autoridades que organizan canales para la acción. La masa no tiene autonomía de las instituciones; por el contrario, agentes de las instituciones autorizadas interpenetran esta masa, reduciendo la autonomía que pudiera tener en la formación de la opinión mediante la discusión".

El tercer término es el de *público*. La noción, si seguimos a Habermas[115], nace por oposición de "el público" a "lo público". El poder público se ha consolidado en el siglo XVI y como un "perceptible estar-frente-aquellos" que le están sometidos, las personas privadas; "público" en ese estricto sentido, es igual a estatal, al aparato dotado del monopolio del uso legítimo de la violencia, cuyos destinatarios son "el público".

Durante el siglo XVIII, siempre según Habermas, en plena fase mercantil del capitalismo, una parte del material de noticias recibidas comienza a imprimirse periódicamente y a venderse anónimamente, al transformarse las noticias en una mercancía más, pues su tráfico se desarrolla no sólo en relación con las necesidades del tráfico mercantil. Entre tanto, las autoridades robustecen su interés por usar la prensa, en la medida que les era útil para dar a conocer disposiciones y órdenes; los destinatarios se convierten por primera vez, en este sentido, en "público".

Dicho de otra manera, a mediados del siglo XVIII se encuentra ya la noción del "público" mediado por la prensa para entrar en relación con "lo público", con el poder público[116]. Durante el siglo XVIII, los cafés y salones, pudiendo, al decir de Habermas, diferenciarse con respecto a la magnitud y a la composición de su público, al estilo del trato en ellos imperante y a la orientación temática organizan, no obstante, la tendencia hacia la discusión permanente entre personas privadas.

Se produce así, según Habermas, la problematización de ámbitos incuestionados hasta ese momento y que han estado reservados a la Iglesia y el Estado. Ocurre la conversación entre los interlocutores que

"...están obligados a manifestarse precisamente respecto de aquello sobre lo que la fuerza de la autoridad había impedido hasta el momento toda manifestación".[117]

Se produce el *desenclaustramiento* del público que no se convierte en clan y está dentro de un público más amplio conformado por todas las personas privadas a las que como oyentes, espectadores y lectores se les supone patrimonio e instrucción suficientes como para "enseñorearse" del mercado de objetos en discusión. Los temas discutidos, prosigue Habermas, se convertían en cuestión "general" no sólo por su relevancia sino además por la accesibilidad, pues cada persona debería poder entender del tema[118].

"Allí donde el público se institucionaliza como grupo fijo de interlocutores, éste no se equipara con el público, sino que, en todo caso, reclama ser reconocido como su portavoz, quizá incluso como su educador, quiere actuar en su nombre, representarlo... El público de la primera generación se sabe... dentro de un público mayor".

Según Habermas, ese público formado colateralmente al margen de las "instituciones públicas", es reducido si se compara con la masa rural y urbana. Las masas, a comienzos del siglo XVIII, son iletradas y viven en estado depauperado. Al decir del mismo autor, la lectura seria y el público raciocinante se ubican en las primeras décadas del siglo XVIII, pues la aristocracia del siglo anterior no es un verdadero público lector interesado. La esfera del público se origina en las capas más amplias de la burguesía. Esta crítica del poder público se completa con las organizaciones de plataformas de discusión literaria, proceso paralelo y coadyuvante.

Señala Habermas que a mediados del siglo XIX se trastocan las instituciones constituyentes del marco del público raciocinante, comenzando por la familia y el salón, y la discusión social de los individuos cede lugar a las actividades de grupo, diluyéndose el raciocinio político y literario. Ya en el siglo XX, siempre según Habermas, la ocupación del ocio del "público consumidor de cultura" no necesita cuajar en discusiones, y con los nuevos medios se priva al "público" de la posibilidad de hablar y replicar, cediendo el raciocinio al "intercambio de gustos e inclinaciones" de los consumidores.

De manera que la carga de debate del término "público" ha finalizado por sumirse en la masa. Así lo observó Blumer[119], para quien el creciente desapego de la gente de la vida local, la multiplicidad de temas públicos, la expansión de medios de comunicación social, además de otros factores, han hecho que las personas actúen por elección individual más que por participar en una discusión pública. Él intentó rescatar la noción del público crítico en su definición[120]:

"El término público se usa para referirse a un grupo de personas, (a) que confrontan una cuestión; (b) que están divididas en sus ideas respecto de cómo hacer frente a la cuestión y (c) que se ocupan en debatir sobre la cuestión. Como tal es preciso diferenciarlo del público en el sentido del pueblo de una nación... y también de los seguidores, como... público de una estrella de cine. Lo que caracteriza al público es la existencia de una cuestión, del debate y de una opinión colectiva"

La concepción de Mills, por oposición a la masa, es rescatadora, también, de la noción del público raciocinante[121]:

"En un *público*, tal cual yo entiendo el término, virtualmente es igual el número de personas que expresan opiniones que el número de quienes las reciben; las comunicaciones públicas están organizadas de tal manera que existe la oportunidad de responder inmediata y eficazmente a cualquier opinión expresada en público. La opinión que se forma mediante esta discusión encuentra fácilmente una salida en la acción efectiva, si es necesario, contra los sistemas y agentes existentes de autoridad y las instituciones de la autoridad no interpenetran al público, que es así más o menos autónomo en sus operaciones".

Young[122] desecha la idea de que el público sea analizado sólo en el ámbito de los ciudadanos interesados en problemas políticos, pues existen grandes áreas de intereses de la comunidad que no son problemas en el sentido estrictamente político. Por tanto, habla de *públicos*, pudiendo haber –en distintos momentos y con diferentes grados de interés– un público político, uno financiero, un público interesado en al arte, o en cualquier tópico de interés general relativamente extendido; son los públicos, para Young, importantes grupos secundarios dentro de las sociedades del siglo XX. Podemos agregar que Young expone una tesis del público como las personas a las cuales alcanzan los temas del espacio público y, además, concuerda con nuestra tesis sobre la ampliación temática del espacio público. Young expone que el público puede entenderse como una asociación de vínculos leves entre *personas interesadas*, con opiniones sobre algún tema, organizado como grupo de interés en torno del asunto, o como asociación vaga, no contigua, o como perceptores de un medio excitados por un acontecimiento, atraídos temporalmente por el hecho pasajero. En ese sentido, prosigue Young, *público* se refiere a acontecimientos o acciones humanas que concentran al interés de la colectividad; todo lo que es visto, oído o conocido en común, todo lo que está abierto al uso general, por contraste con las cuestiones o reuniones privadas, que tienen un marco social pero son más íntimas y personales, implicando a grupos primarios.

Vale la pena recordar acá lo apuntado por Núñez Ladeveze[123] sobre la contraposición entre lo *público* y lo *genérico*, pues los temas de lo genérico no conciernen a las decisiones relevantes para la comunidad; esa eventual restricción de lo público puede ser observada como desidia del ciudadano respecto de lo que lo debería afectar, su destino comunitario.

Monzón[124] enuncia una serie de características que se suelen citar sobre los públicos: a) suponen un importante número de personas; b) no es imprescindible su cercanía física; c) su formación está vinculada actualmente con los medios de comunicación social; d) gozan de racionalidad en su conducta, aunque en oportunidades se comportan como las multitudes, irracionalmente; e) su comportamiento está estrechamente vinculado con las normas, pautas y valores de comportamiento en vigencia; f) conforman grupos naturales y espontáneos, sin organización previa; g) son movidos por intereses semejantes o estímulos similares.

Merril[125] distingue entre *el* público y *un* público; el primero está conformado por el conjunto de individuos que hay en una sociedad con características como las señaladas en el párrafo anterior; un público es un área social de comunicación, como expresa A. M. Lee, definida por un interés o intereses comunes, que agrupa personas que en cuestiones diferentes a esos intereses no tienen necesariamente que llegar a la unanimidad de sentimientos u opiniones.

Rovigatti hace un importante análisis de la evolución del término, identificando tres modelos de público[126]: a) un público relativamente pequeño, dotado de cultura, competente o, al menos, suficientemente informado, interesado en los asuntos políticos, económicos y culturales, no coincidente con la población entera y que corresponde a la burguesía de las democracias liberales del siglo XIX o, por lo menos, con la parte más responsable de ella; b) con la masificación de la instrucción y la participación popular en la política, se amplía un cierto público, que conforma una sociedad de masas, con intereses no definidos expresamente y neutral; c) un nuevo tipo de público que parecería coincidir con la masa en el siglo XX, dominado por la industria cultural. Rovigatti, llega a un concepto que resume un poco la historia y evolución del término, útil, por tanto, como intento clarificador:

"El *público* (no obstante la aparente contradicción) no es sino un conjunto (ni orgánico ni formal) de individuos *privados*, considerados como opuestos o contraparte de lo que es público (poderes públicos, autoridad pública, servicios públicos, espectáculos públicos, etc.); de hecho el público no coincide ni con el pueblo, ni con la población, siendo en realidad una parte de ella, a saber aquella parte que se interesa en un hecho, una situación, un servicio, etc. *y asume juicios, actitudes y aun comportamientos*".

Price[127] ha añadido recientemente importantes consideraciones sobre la naturaleza del público, entidad difícil de identificar a su entender, a la cual considera poco organizada a través de la comunicación que acompaña un tema, incluyendo estratos *activos* y *pasivos*, cambiando de tamaño y forma según se desarrolla y desapareciendo con el asunto que lo originó.

Retoma Price las discusiones sobre lo que el término implica para los analistas en diversas situaciones de investigación y concluye en que algunos estudiosos lo igualan con la gente y los grupos que participan activamente en el debate público sobre un tema particular; otros pueden considerar el público como el sector de la población informado o atento a los asuntos públicos en general; aun hay quien considera al público como el electorado en las democracias o más extensamente como la población completa:

a. *Público general:* Posición representada por Allport[128] quien conceptualizó el término como una población definida por jurisdicción geográfica, comunitaria y política o, incluso, otros límites; esta noción subyace en la organización de las encuestas de opinión pública, aunque el "público general", como lo demuestran las propias investigaciones no puede equipararse, dado su grado de desinformación y desinterés, con el sentido más tradicional del término. Según algunas estimaciones, por lo menos el 33 por ciento de las respuestas dadas en las encuestas son ofrecidas sin previo pensamiento o discusión sobre el asunto. Podemos afirmar que el *público general* está conformado por todas las personas que *potencialmente* pueden ser alcanzadas por los temas que ocupan el *espacio público*, independientemente de su interés, información o participación en el asunto.

b. *El público votante:* En dirección con la teoría de la democracia representativa, el electorado es una de las más comunes, operacionalmente, definiciones del público, y la elección es quizás la instancia más visible de la opinión pública. No hay dudas de que el acto de votar, prosigue Price, es una clara expresión de la opinión y aún puede ser considerado como una norma de participación en el debate público, aunque votar no puede ser tomado como un indicador de que la persona está activamente conectada en la consideración de los temas en controversia.

c. *El público atento:* Alrededor de una tercera parte de la población general está atenta a los asuntos públicos, como apunta Devine[129], quien concibe el *público atento*, término acuñado por Almond, como el público relevante para el sistema político, el que presta atención continua a los asuntos políticos, se conecta a los asuntos públicos y ocasionalmente habla con otras personas sobre esos asuntos. Son los *espectadores* de los cuales Lippmann[130] escribió. Para diferentes clases de temas, la audiencia atenta varía en tamaño como lo señalan diferentes investigaciones, pero para los temas políticos los grupos de atención son relativamente pequeños[131]. El indicador más fuerte de conciencia sobre los temas es una medida global de *background* en conocimiento político, aun para los temas de otro orden. El conocimiento y la atención a los asuntos públicos van de la mano y la población parece estar bien estratificada a través de este *continuum* de información/atención.

d. *El público activo:* Este estrato del público está conformado según algunas estimaciones, por el 15 por ciento del público atento. Lippmann[132] los denominó los *actores*. Se considera que la línea divisoria entre los activos y los atentos no es clara. Su involucramiento en los asuntos públicos incluye participación política formal, como militancia, así como participación informal, como la discusión con otras personas. Según Almond[133] se puede encontrar diferentes clases de *élites*, otra manera de denominar a los públicos activos como las élites políticas, élites burocráticas, élites de interés y élites de las comunicaciones

que incluyen a los medios de comunicación social pero también a los líderes de opinión. Los miembros del público activo, según la figura afortunada acuñada por Price, compiten en el *mercado de las opiniones* para lograr apoyo a sus causas entre el público atento. Price señala que analistas como Almond y Key generalmente igualan la opinión de la élite con la opinión eficaz; esto es, el público activo es mayormente responsable por la formación de la acción gubernamental. Aunque las clases más favorecidas contribuyen desproporcionadamente al público activo, se puede hallar miembros de todas las clases sociales dentro del público activo.

Las caracterizaciones del público atento y del público activo sugieren, y así parecen confirmarlo resultados de investigaciones, la existencia de estratos generales dentro de la población, claramente delimitados por niveles crecientes de interés, atención, y participación en los asuntos políticos a través de un rango de temas, como explica W. R. Neumann[134] pero, prosigue Price, el modelo sociológico del público, debería recordarse, permite considerar diferentes tamaños y composición de diferentes públicos para varios problemas. El interés y actividad del público crece y decae con los diferentes temas y esas fluctuaciones en el tamaño del público pueden ir de la mano con las fluctuaciones en su organización.

Realmente parece haber variabilidad sustancial a través de los temas, recuerda Price, en la composición del público activo o "elitesco". Las referencias al "estrato élite de la sociedad" pueden frecuentemente oscurecer el hecho de que segmentos muy diferentes de la población pueden llegar a estar activamente involucrados en el intento de resolver diferentes problemas. Los grupos organizados claramente se unen entre sí para encarar determinados asuntos. El "Frente de Depositantes del Banco Latino" existió para presionar la solución de los pagos de los depósitos en ese banco intervenido. No hay dudas de que existen tendencias globales en individuos particulares a ser generalmente activos o no en política. Pero las diferencias sustanciales en la composición del público activo de un tema específico no puede ser pasada por alto[135].

Para Price, está menos claro si el público atento es específico en los temas de una manera similar. Parece realmente haber variación en la composición y tamaño del público interesado de un tema a otro. Ser parte del público atento de un asunto público presumiblemente estaría basado en parte en estar bien informado pero también en una preocupación especial sobre un determinado problema o serie de temas. Los problemas diferentes tienen consecuencias distintas para gente distinta; así, los públicos pueden formarse fuera del grupo más directamente afectado.

Una reciente investigación de Krosnick[136] indica claramente la importancia relativa de diferentes temas políticos para diferentes grupos dentro de la población. Encontró que cerca de la mitad de la población [illegible]

da gran importancia por lo menos a un problema. Además, encontró correlaciones débiles entre las mediciones de la importancia a través de los diferentes temas, sugiriendo que realmente hay relativamente discretos públicos atentos, motivados por problemas diferentes. Por otro lado, prosigue Krosnick, también hay evidencia que apoya la tesis de que el público atento es relativamente estable a través de los temas.

Price puntualiza, primero, que hay un relativamente alto grado de consistencia entre el modelo sociológico del público y el actual marco de referencia que emerge de las más recientes investigaciones empíricas. Los cuatro conceptos más usados en la investigación de la opinión pública, *público general, electorado, público atento* y *público activo*, corresponden, sin duda, a un *continuum* de la masa al público. Es dentro del tercer grupo, apunta Price, que podemos encontrar el entrecruzamiento entre la masa y el público que Blumer predijo. Aunque se podría concebir esos estratos dentro de la población, continúa Price, hay también alguna evidencia de que esos grupos, especialmente el público activo, están frecuentemente compuestos de manera diferente para diferentes problemas, como el modelo tradicional sugiere.

En la trama de los públicos estará una base social proporcionada por los grupos en los cuales interactúan los individuos. Es en el seno de los grupos sociales en donde se puede comprender la noción de público como personas que intercambian puntos de vista; los públicos, en última instancia, están dentro de las relaciones sociales que se establecen en un momento dado y bajo el influjo de los líderes grupales de opinión, conformando opiniones y aun conductas manifiestas –público atento, público activo– acerca de lo público, con la particularidad de que en teoría, en una "sociedad de públicos", predomina la comunicación interpersonal, la horizontalidad y los medios animarán la discusión, ligando entre sí "públicas personas", mientras que en una "sociedad de masas", predomina la difusión de los medios masivos, convirtiéndose los públicos en "mercado de los medios", vale decir, en las personas que se exponen a los contenidos de los medios, como acertadamente señalara Mills.

2.4. Aspectos de comunicación política, consenso, conflicto y participación

El ámbito más importante para el interés en el estudio de la opinión pública es, indudablemente, el de la política o, en otras palabras, el de la relación entre gobernantes y gobernados. La opinión pública, en los diversos estados que hemos examinado deja oír su "voz" a los gobernantes. Se puede considerar, entonces, que la opinión pública, en tanto interrelación entre gobernantes y gobernados, es fenómeno consustancial al que se ha denominado genéricamente como comunicación política. Dader ha expresado[137] que la "comunicación política" ha sido el nombre seleccionado por una serie de investigadores para

expresar la interacción metodológica y conceptual entre los estudios de comunicación social y los politológicos, todo con la mira puesta, siempre según Dader, en la "recuperación integral del concepto de opinión pública y sus implicaciones".

En un sentido lato, se ha considerado que toda comunicación es política al pertenecer y estar inserta en un sistema social determinado. En ese sentido, los mensajes de todo tipo que fluyen por el tejido social tienden, en última instancia, a preservar el sistema político o a cuestionarlo. Cotteret[138] ha expresado que la comunicación es política en función de las consecuencias directas o indirectas, mediatas o inmediatas, que pueda tener para el sistema político.

En un sentido más restringido, la comunicación política se refiere al intercambio de información entre gobernantes y gobernados, a través de canales estructurados o informales, asegurando la adecuación entre gobernantes y gobernados mediante un intercambio permanente de información que asegura la legitimación de la autoridad de los gobernantes por los gobernados.

Para Wolton[139], la comunicación política abarca hoy en día el estudio del papel de la comunicación en la vida política, en un sentido lato, e integra tanto medios de comunicación como encuestas, la investigación política de mercados y la propaganda, especialmente en período electoral; Wolton hace hincapié en el intercambio de "discursos políticos" entre una cantidad cada vez más grande de actores políticos, pues lo fundamental de la política moderna se organiza alrededor de la comunicación política, a través de los medios de comunicación social y las encuestas de opinión pública. La comunicación política, para Wolton, es[140]

> "...el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos".

Para Wolton, el rol principal de la comunicación política es evitar la reclusión del debate público en sí mismo, integrando los temas diversos "que se convierten en envite político" y facilitando la selección, jerarquización y eliminación, brindar suficiente elasticidad al sistema político. El vaivén de los temas que entran y salen es arbitrario y depende de las relaciones de fuerza cotidianas. La comunicación política dirige la principal contradicción de la democracia, cual es hacer alternar un sistema abierto a los problemas nuevos con un sistema cerrado destinado a evitar que todo esté en debate constante en el espacio público.

Apunta Wolton que para dirigir el doble aspecto de apertura y cierre la comunicación política asegura tres funciones. En primer lugar, contribuye a identificar los nuevos problemas; en segundo lugar, favorece su integración en los debates políticos de la hora al proporcionarles una cierta legitimidad; tercero, facilita la exclusión de temas que han dejado de ser conflictivos o respecto de

los cuales hay consenso temporario. Wolton considera a la comunicación política como el "motor" del espacio público contemporáneo, pues la teoría de la comunicación política muestra no sólo que el espacio público no está destruido, sino que su funcionamiento en las democracias "de masas" está conectado directamente con la comunicación política.

Bockelmann[141] señala que un sistema político perfectamente diferenciado y de gran complejidad sólo puede generar decisiones vinculantes si no tiene compromiso fijo alguno con respecto a los temas sobre los cuales hay que decidir ni con respecto a los motivos de su decisión, sino que se mantiene abierto. Para este autor, hay que decidir, en primer lugar, cuáles temas están listos para la toma de decisiones, poniéndose de manifiesto que actualmente el *mecanismo de reducción* de la opinión pública son los temas de comunicación política, pues la opinión pública debería generar temas que, a pesar de su complejidad, pudieran actuar como reglas de articulación de expectativas razonables y traducir las demandas de la sociedad en soluciones políticas; pero la institucionalización de temas no es un proceso autoiniciado sino organizado por los medios de comunicación social.

Bockelmann señala como planos de la comunicación política la correlación directa entre grupos de interés, partidos y poder legislativo y las administraciones estatales o privadas, en cuyo caso estas instituciones median entre los ciudadanos y el Estado; los contactos intergubernamentales; la comunicación entre el gobierno y la sociedad y la comunicación entre ciudadanos no organizados y el gobierno, que se da básicamente a través de las encuestas de opinión pública, las peticiones y, añadimos, la información periodística, especialmente la centrada en señalar los problemas comunitarios.

Precisa Bockelmann que dentro de la corriente de comunicación entre Estado capitalista y ciudadanos, la comunicación tiene una misión legitimante, pues las decisiones presentes o futuras necesitan una autojustificación ante la gran mayoría de "consumidores políticos".

Al plantear el problema de la comunicación política en relación con la opinión pública y el espacio público hay que considerar, entonces, otros conceptos que explican el funcionamiento y la legitimación o la posibilidad de ruptura de un sistema político: el consenso, el conflicto y la participación.

Comencemos por el *consenso*. Si bien consenso y conflicto podrían apreciarse como las dos caras de la moneda, es conveniente considerarlos separadamente. Murillo[142] distingue entre *consenso básico* o *genérico* y un *consenso específico*. El primer tipo de consenso consiste esencialmente en ciertas actitudes que están enraizadas y de las que, como dijo Lazarsfeld, la gente está apenas consciente, se dan por supuestas y se ponen en el tapete en las situaciones en las cuales, de alguna manera, se ven amenazadas. Key[143] señala que los politólogos y

científicos políticos han llegado a la conclusión de que se necesita un consenso básico como requisito previo para la existencia de un gobierno representativo y han observado que el marco consensual amortigua las animosidades del conflicto o que los asuntos antagónicos sólo se solucionan democráticamente dentro de los límites del consenso básico.

El *consenso básico* supuesto sobre la legitimidad de un sistema político está en relación directa, entonces, con los procesos en los cuales se organizan los pensamientos dominantes en una sociedad en un momento histórico dado, esto es, con la opinión pública matriz. El estado de esa opinión pública matriz, que tiene una raíz histórica pero que puede variar con el cambio en las condiciones materiales de existencia, hace que se mantenga el consenso básico. Se manifiesta en una lealtad general al sistema de gobierno que se refleja en las encuestas de opinión pública[144].

El *consenso específico* se refiere a la manera como se distribuyen las opiniones mayoritariamente a favor del enfoque a un determinado asunto público o, como expresa Key, el consenso en esta segunda variante significa un acuerdo público mayoritario acerca de una cuestión de política pública. En otras palabras, el consenso específico se refleja en una distribución de opiniones francamente positiva a una propuesta determinada en una encuesta de opinión pública. Key señala que en ciertas cuestiones el consenso de opinión cumple una función de *apoyo*, de sustento a la política existente. En otras cuestiones, el consenso de opinión es *permisivo*, esto es, el gobierno actúa libremente sin temer un amplio disentimiento popular. Y también podría ocurrir que

> "...el movimiento de la opinión puede estar tan íntimamente correlacionado con la acción gubernamental, que al manifestarse un consenso podría decirse decisivo"[145].

En realidad, el problema presenta algunas complejidades. En primer lugar, el consenso sobre cuestiones específicas puede reflejar la *opinión pública latente*, vale decir, lo que se analiza es la impresión que suministra la persona al responder una encuesta y esta respuesta usualmente no implica ni un alto grado de compromiso psicológico con la cuestión ni un alto grado de conocimiento sobre el tema, y mucho menos un interés demasiado marcado en el tópico.

En líneas generales, en épocas cuando las condiciones materiales de existencia no representan un peligro para la estabilidad política, las personas se abandonan a la indiferencia y esperan los resultados de las políticas sin demostrar demasiado interés por los detalles. Por otra parte, analizar un resultado que indique un consenso acerca de una cuestión puede resultar engañoso si no se toman en cuenta las peculiaridades del asunto y cómo afecta a las distintas categorías poblacionales; podría haber diferencias que indiquen potenciales conflictos. Además, el consenso no necesariamente tiene que reflejar

lo que sea el interés público en un momento determinado, sino la manera como se ha conformado la opinión de acuerdo con la manipulación de intereses organizados en grupos de interés o presión[146].

Habermas pone énfasis en la interrogante acerca del carácter de debate público, negociado de posiciones en aras del interés público y racionalidad del consenso observado en las encuestas de opinión pública[147]:

> "...el consenso respecto de una conducta –a lo que parece– necesaria para el interés público, tiene en efecto algo de "opinión pública" escenificada...
>
> Como es natural, el *consensus* fabricado tiene poco en común con la opinión pública, con la unanimidad final resultante de un largo proceso de recíproca ilustración; porque el "interés general", sobre cuya base –y sólo sobre ella– podría llegar a producirse una coincidencia racional entre las opiniones públicas concurrentes, ha ido desapareciendo exactamente en la medida en que la autopresentación publicística de intereses privados se lo iba apropiando".

Así no se llegue a la conclusión extrema de Habermas, hay que reconocer que el consenso sobre asuntos específicos en las sociedades democrático-representativas no se logra a través del debate entre *todos* los grupos sociales, sino a través del asentimiento tácito ya señalado. Los "consensos" como tales se dan en las mediaciones institucionales, como los partidos políticos en el Parlamento, o la Asamblea Nacional, que está demostrado no parecen estar en sintonía con la sociedad civil en la mayoría de los países. Ahora bien, la existencia de consensos logrados a través del libre debate social, sin desconocer que teóricamente puedan conquistarse, no es una característica de los sistemas políticos. La sociedad de la participación está muy lejos de ser una realidad.

El segundo concepto a examinar en este aparte es el *conflicto*, que puede ser observado como la contraparte del consenso. El conflicto se genera cuando las entradas al sistema político y a las decisiones están bloqueadas, o cuando las demandas no obtienen una respuesta satisfactoria[148]. Agreguemos que se dan cuando se presentan entre grupos sociales diferencias que suponen también la intervención del gobierno, además de los dos primeros casos señalados. En su punto más climático el conflicto corresponde a la categoría marxista, hoy en desuso, de lucha de clases.

Una explicación indica que cuando una sociedad cierra los canales para la participación y cuando el sistema político se hace sordo, se genera a largo plazo el decaimiento de la lealtad al sistema, lo que potencia la insurgencia del conflicto y la protesta. El conflicto supone un alto grado de debate, aunque en la práctica los elementos emocionales y aun la irracionalidad dominen. Podemos resumir el conflicto como una situación en la cual dos o más actores con intereses contrapuestos o excluyentes se oponen durante la acción que protagonizan para cumplir los propósitos originados en esos intereses que defienden.

Mientras el consenso tiende a relacionarse con el estado de opinión pública latente, aunque no obstante puede haber opinión pública activada y manifiesta de consenso como resolución de un conflicto, este último tipo de fenómeno tiende a formar siempre estados de opinión pública activada y manifiesta.

Como factores que se dan en una situación conflictiva, Silva Michelena[149] observa que algunos se relacionan con estados psicológicos de los individuos, pues sí, para poner un caso, la gente se siente optimista y confiada hacia el futuro, no actuará del mismo modo que si está frustrada y pesimista; además, los problemas y asuntos son siempre históricamente singulares, lo que genera una presión permanente para que cambien los estilos normativos.

Castilla del Pino anota[150] que si bien la comunicación es en sí misma un progreso, resuelve el problema a nivel personal y transitorio y la protesta se vuelve *aprácticа*[151]. Para Key[152], el conflicto es la esencia de la política y aun cuando gran parte de las cuestiones no suscitan el interés de la gente, una que otra vez surgen problemas que acaparan la atención de la población y acerca de las cuales se divide.

El conflicto se origina la mayoría de las veces no como resultado de una política que difunden los medios y cuyos resultados provocan la reacción de los grupos sociales de interés. Es más probable que el conflicto tenga su origen en un grupo social que intenta introducir sus demandas, en búsqueda de solución a sus problemas o que se presente como una lucha de intereses contrapuestos entre sectores de la población que tienen que buscar la mediación gubernamental. Dahl[153] ha establecido una interesante tipología de los conflictos en relación con la estabilidad del sistema político:

1. Los conflictos moderados: resultantes de una política progresiva sin cortes mayores. El cambio se logra a través de las negociaciones.
2. Los conflictos intensos: originados en las innovaciones demandadas o propuestas. El cambio es profundo, pero necesario para la supervivencia del sistema.
3. Conflictos revolucionarios: conllevan una ruptura del sistema, pues el cambio es tan profundo que el régimen ya no puede servir de soporte para las innovaciones propuestas.

Pool[154] señaló que los grupos de interés, de presión y las organizaciones voluntarias hacen posible la negociación que, de otra manera, puede dañar la estabilidad. Estas negociaciones, de hecho, pueden ser conflictivas, pero el conflicto, en ese contexto, no es acumulativo y puede terminar por acrecentar la estabilidad.

El otro concepto importante de mencionar es la *participación*, siendo uno de los *constructos* teóricos más evocados en los últimos lustros. Con el cuestionamiento de las formas operativas del sistema democrático representativo se ha

llegado a la conclusión acerca de la necesidad de una *democracia participativa*, lo que supone un amplio debate y la posibilidad, para cualquier ciudadano, de influir en los asuntos públicos. Se ha llegado a plantear que las decisiones se toman sin prever lo que piensa la gente. Se cuestiona la función de representación y se objeta el paternalismo del Estado que, a fin de cuentas, llega a hacerse sordo a las demandas de la población. El Comité de Participación Pública en Planificación, de Inglaterra, definió de esta manera el fenómeno[155]:

> "El acto de colaborar en la creación de la política y las proposiciones. En síntesis, el dar información por la autoridad de planificación local y la oportunidad de expresar opiniones acerca de ellas es una parte importante en el proceso de participación, pero no es todo. La participación implica tanto hacer como hablar y sólo la habrá en forma completa cuando el público sea capaz de tomar parte activa en el proceso de planificar".

Otras definiciones que pueden diferir en cuanto al ámbito de la participación o el tipo de participación "activa" –el tomar parte en el gobierno– o "pasiva" –el poder plantear su voz y hacerlo– no dejan de reconocer el beneficio que trae para el individuo o para el grupo y se pone, además, el acento en el carácter comunicativo que supone un proceso de participación. Gomes de Sousa y Ribeiro la definen de la siguiente manera[156]:

> "Por participar se entiende *la capacidad de influir en el proceso de toma de decisiones, o en la marcha de diferentes procesos económicos y sociales*". [Subrayado de los autores].

Los estudiosos del fenómeno plantean la posibilidad de la anarquía participativa, cuestión que sucedería si todo individuo se decidiera por su cuenta a participar en comunidad en los asuntos públicos frecuentemente. Aparte, se reduciría el rendimiento cada vez más y el sistema podría quedar bloqueado por las demandas. Esto sin mencionar los riesgos de la "tiranía de la mayoría" que señalamos como uno de los problemas planteados para la opinión pública citando a Tocqueville y Mills.

El problema de la participación, que se ha pretendido encauzar a través de los medios de comunicación comunitarios, de la figura del *ombudsman*[157] y de otros mecanismos supone, a nuestro entender, un trípode de base: la educación para la participación, la información abundante y explicada, y la organización social. Hay algunos planteamientos que se centran en la necesidad de evitar las grandes concentraciones demográficas; incluso se plantea el alcance de las encuestas de opinión pública como una posibilidad nada desdeñable para la institucionalización de la participación sin ahogar la burocracia con peticiones individuales; también el *referendum* es una vía para pronunciarse sobre cuestiones de carácter político[158].

La participación tiene dos caras bien definidas. Por una parte, la participación puede circunscribirse a la acción de pedir, de reclamar, de protestar, buscando que el gobierno nacional, regional o local, solucione un problema; esta participación puede ser individual o estar organizada[159]. Éste parece ser el primer paso. Luego, hay una segunda posibilidad que viene dada por la organización social, ya no para presionar sino para resolver de manera autogestionaria.

El índice de participación comunitaria y cívica ha sido considerado como bajo, y una de las variables puede ser la autopercepción de competencia para participar, pues como ya señalamos, en la medida en que una persona se sienta competente para influir, es probable que intente utilizar esa competencia. Silva Michelena ha señalado[160] que el individuo activo tiende a desear una mejor participación de la comunidad nacional en la solución de los problemas, aunque no vean una institución específica capaz de hacerlo. En un trabajo efectuado hace más de veinte años[161] encontramos una baja participación en todo el país pues, a) un alto porcentaje de la población permanece pasivo en relación con los asuntos públicos; b) todos los sectores presentan la situación, aunque es más marcada entre las mujeres y en el nivel socioeconómico bajo; c) la participación es muy baja en los poblados pequeños, sube un poco en las ciudades intermedias y declina en la gran urbe.

CITAS Y NOTAS DEL SEGUNDO CAPÍTULO

1. Dader, José Luis. (1992) *El periodista en el espacio público*, Ed. Bosch, Barcelona.
2. Habermas, Jürgen. *Op. cit.*
3. *Ibid.*
4. Bockelmann, E. (1983) *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Ed. Gustavo Gili, México.
5. Dader, José Luis. *Op. cit.*
6. En el tercer capítulo de este libro se ofrece una presentación completa de la teoría de la "espiral del silencio", así como resultados de investigaciones recientes sobre el tópico.
7. Citado por Dader. *Op. cit.*, p. 106.
8. Entrecomillamos la palabra porque siempre habrá una porción de la población que permanece "al margen". Este tópico será tocado varias veces más en este trabajo.
9. Citado por Dader. *Op. cit.*, p. 106.
10. Estas simplificaciones globalizantes se nos parecen a los estereotipos e imágenes mentales que el brillante periodista Walter Lippmann señalara hace décadas.
11. Dader, José Luis. *Op. cit.*, p. 108.

12. Ferry, Jean-Marc. (1992) "La transformación de la publicidad política", en Ferry, Wolton y otros. *El nuevo espacio público*, Ed. Gedisa, Barcelona.
13. Según explica Ferry, entre los modernos, la formación de un espacio público político obedecía al motivo de la emancipación. Para los griegos la formación del espacio público obedece a una estética de la figuración, de la autopresentación, en la que cada individuo debe destacar para lograr la gloria gracias a las palabras pronunciadas en la plaza pública.
14. Ferry, Jean-Marc. *Op. cit.*, p. 20.
15. Dader, José Luis. *Op. cit.*
16. Lippmann, Walter. (1964) *La opinión pública*, Cía. Gral. Fabril ed., Buenos Aires.
17. Núñez Ladeveze, Luis. (1979) *El lenguaje de los "media"*, Ed. Pirámide, Madrid.
18. Abreu Sojo, Iván. (1993) *Los rumores en Venezuela*, Ed. Centauro, Caracas.
19. No compartimos del todo el ejemplo, pues como hemos señalado en el trabajo citado y como aducen importantes investigadores sobre la materia, como Kapferer, tales "secretos a voces" pueden ser altamente creíbles por la población y llegan a ser un mensaje paralelo, cuando no opuesto, a las fuentes institucionalmente autorizadas, independientemente de que sean verdaderos o falsos –incluso muchas veces son verdaderos, pueden citarse ejemplos como los de rumores de golpe de Estado que se concretan luego, rumores de quiebra de bancos seguidos del hecho, etc.– No pensamos que la ausencia de la "discusión pública", esto es, de la difusión masiva, sea necesariamente el punto que le quite credibilidad a un hecho, pues aunque cuando algo está confirmado en el espacio público pasa a ser "verdad histórica", como hemos señalado, el rumor puede ser cierto y, además, gozar de credibilidad. Para una visión más amplia del fenómeno, consultar el trabajo citado en la nota anterior.
20. Sennett, Richard. (1978) *El declive del hombre público*, Ed. Península, Barcelona.
21. Dader, José Luis. *Op. cit.*, p. 147.
22. Esta ampliación del espacio público tendería a hacer confundir, en algunos casos, la realidad con la ficción, como ha sido observado para las telenovelas y la audiencia de nivel socioeconómico bajo. En el caso de acontecimientos reales, como los deportivos, si bien no se da esa confusión, si se llegan a poner como prioritarios y como tema de controversia y discusiones entre los aficionados, llegando en algunos casos a desplazar del interés colectivo otros temas más relevantes para las comunidades.
23. Rovigatti, Vitaliano. (1981) *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*, Ed. Clespal, Quito.
24. Citado por Vitaliano Rovigatti. *Op. cit.*, p. 102.

25. Silva Michelena, José Agustín. (1980) *Crisis de la democracia*, Ed. Cendes, Caracas.
26. Citado por Young y otros. (1967) *La opinión pública y la propaganda*, Ed. Paidós, Buenos Aires.
27. Baumhauer, Otto, en Rivadeneira, Raúl. (1976) *La opinión pública*, Ed Trillas, México.
28. Citado por Luis Aníbal Gómez. *Op. cit.*, p. 120.
29. Key. V. O. *Op. cit.*, p. 326, T. I.
30. *Ibid.*, p. 329, T. I.
31. *Ibid.*, p. 333, T. I.
32. *Ibid.*, pp. 348-349.
33. Abreu Sojo, Iván. (1980) *Los medios de difusión masiva y la estratificación social en la participación y comunicación política*, Fudeco, Barquisimeto.
34. Abreu Sojo, Iván. (1981)"El diferendo colombo venezolano en la opinión pública", en *Revista Comunicación*, No. 30-31.
35. Abreu Sojo, Iván (1993). *Op. cit.*
36. Romero Santos, Alfredo. (1975) *Status, conocimiento y los medios masivos: estudio de la difusión de noticias en Barquisimeto, Venezuela*, Fudeco, Serie Comunicación Social y Desarrollo, No. 5, Barquisimeto.
37. Silva Michelena, José Agustín. *Op. cit.*
38. Tarde, Gabriel. (1986) *La opinión y la multitud*, Ed. Taurus, Madrid.
39. Tarde, Gabriel. *Op. cit.*
40. Gomis, Lorenzo. (1979) *Teoría del periodismo*, Ed. Paidós, Barcelona.
41. Citado por Lorenzo Gomis. *Op. cit.*
42. *Ibid.*
43. Especialmente refiriéndonos a sociedades urbanas en las cuales la manera de que potencialmente toda la gente se entere de un hecho es a través de los medios de comunicación social.
44. Factor capital. La olla de presión social va acumulando tensiones cuando se deterioran las condiciones materiales de existencia y, entonces, pueden venir los grandes estallidos sociales. Un buen ejemplo es el 27 de Febrero de 1989 en Venezuela.
45. Lapierre, J. W. (1976) *El análisis de los sistemas políticos*, Ed. Península, Barcelona.
46. Ver más adelante consideraciones adicionales sobre el importante tópico de la participación.
47. Key, V. O. *Op. cit.*, p. 350, T. I.
48. El viejo y en desuso concepto marxista de lucha de clases sería un ejemplo extremo de lo último.

49. Cuestión que autores como Herbert Blumer y Jürgen Habermas han criticado por no considerar que el material de las encuestas sea catalogable como opinión pública. Sin discutir los méritos de los argumentos de estos autores, las encuestas proveen, si están bien realizadas, una base no desdeñable de información sobre el estado de la opinión pública. En otro capítulo se añaden consideraciones adicionales en pro y en contra de las encuestas.
51. Citado por Silva Michelena. *Op. cit.*, p. 36.
52. Abreu Sojo, Iván. *Op. cit.* (1981).
53. Citados por Silva Michelena. *Op. cit.*
54. No obstante, en los últimos tiempos las cosas parecen estar cambiando. La defenestración de un Presidente de la República puede atribuirse, por lo menos en parte, a la presión de la opinión pública.
55. Lapierre, J. W. *Op. cit.*, p. 100.
56. Price, Vincent. *Op. cit.*
57. Es pertinente señalar que algunos autores hacen una distinción entre *persuasión* y *sugestión*, siendo la primera la acción psicológica que busca provocar actitudes y comportamientos utilizando apelaciones de orden racional y argumentaciones que puedan ser aceptados por los procesos de razonamiento y reflexión. Para Andrés Cammarota (*Propaganda y Psicología Social*, Ed. Boedo, Buenos Aires) la persuasión actúa sobre el pensamiento en el cual se elabora la opinión en los planos conscientes. La sugestión se caracteriza por un estímulo para las opiniones, actitudes y acciones a través del uso de apelaciones afectivas, dirigidas hacia las capas subconscientes, con énfasis en lo emocional. Cammarota señala todavía la *acción psicológica compulsiva* que es la presión a partir de apelaciones imperativas para generar modelos de comportamiento. Pensamos que la distinción entre los conceptos de persuasión y de sugestión es pertinente, y cuando se refiere Price a persuasión lo está haciendo más en el sentido de la apelación a lo emocional, a la sugestión.
58. Citado por Luis Aníbal Gómez. *Op. cit.*, p. 44.
59. Lippmann, Walter. *Op. cit.*
60. Citado por Vincent Price. *Op. cit.*, p. 17. "Las cuestiones públicas ocupan la tercera o cuarta casilla entre los intereses en la vida".
61. Skinner, B. F. *Walden Dos*. (1973) Ed. Fontanella, Barcelona.
62. Citado por Vincent Price. *Op. cit.*
63. Citado por Vincent Price. *Op. cit.*, p. 18. "La necesidad esencial, en otras palabras, es la mejora de los métodos y condiciones del debate, la discusión y la persuasión. Ése es el problema del público".
64. Tocqueville, Alexis de. (1984) *La democracia en América*, Ed. Orbis, Barcelona.
65. Como posición extrema lo dicho por este autor es una media verdad, pues si bien es cierto que la opinión puede ser creada por mediocres tampoco las otras influencias han sido totalmente eliminadas. La posición de Tocqueville remite a un ideal, además, que no parece tener su total correspondencia con un modelo histórico concreto.

66. Stuart Mill, John. (1984) *Sobre la libertad*, Ed. Orbis, Barcelona.
67. Habermas (*Op. cit.*) critica la posición de Stuart Mill y considera que ella sólo expresa el temor ante una opinión pública con poder coactivo, encontrando admisión las masas desposeídas carentes de propiedad e instrucción pero con derechos políticos igualitarios. Considera Habermas que Tocqueville trata a la opinión pública de manera similar, más como coacción que impele a la conformidad que como poder crítico, por lo que dicha opinión pública determinada por las necesidades de los desposeídos necesita purificarse por medio de los puntos de vista ejemplares de ciudadanos independientes, cuestión que no es sino una reacción frente a la fuerza adquirida por la idea de autodeterminación de un público en el cual han entrado las masas incultas y pobres.
68. Monzón, Cándido. *Op. cit.*
69. Citado por Price. *Op. cit.*
70. Lippman, Walter. *Op. cit.*
71. Dader, José Luis. *Op. cit.*
72. Monzón, Cándido. (1990) "Revisión y crítica del concepto clásico", en Muñoz, Alejandro y otros. *Op. cit.*
73. Dader, José Luis. *Op. cit.*
74. Citado por Luis Aníbal Gómez. *Op. cit.*
75. Gómez, Luis Aníbal. *Op. cit.*
76. Freud, Sigmund. (1981) *Psicología de las masas*, Ed. Alianza, Madrid.
77. Lippmann, Walter. *Op. cit.*
78. Dader, José Luis. *Op. cit.*
79. Stoetzel, Jean. *Op. cit.*
80. Nótese el parecido con los postulados posteriores de Noelle-Neumann.
81. Sauvy, Alfred. (1971) *La opinión pública*, Ed. Oikos-Tau, Barcelona.
82. Sauvy, Alfred. *Op. cit.*, p. 20.
83. *Ibid.*, p. 24.
84. Lane, Robert y David Sears. *Op. cit.*
85. Young, Kimball. (1969) *Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación*, Ed. Paidós, Buenos Aires.
86. Moodie, Graeme y Gerald Studdert-Kennedy. (1975) *Opiniones, públicos y grupos de presión*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, p. 57.
87. En el tercer capítulo de este libro se trata con extensión la teoría de la "brecha en el conocimiento", como uno de los efectos sociales de la exposición a los medios de comunicación social. En este capítulo se argumenta en el sentido de exponer cómo el hombre moderno está mal informado y, no obstante, opina.

88. Groombridge, Brian. (1976) *La televisión y la gente*, Ed. Monteavila, Caracas.
89. Uslar Pietri, Arturo. "Opinar y conocer", en *El Nacional*, Caracas, 12/09/82, p. A-4.
90. Abreu Sojo, Iván. (1981) *Op. cit.* En otras palabras, se trataba de una pregunta abierta no precodificada sobre la cual se efectuó un análisis de contenido para crear las modalidades de respuesta de acuerdo con la dicotomía nivel de información-emotividad en la respuesta. La interrogante no se efectuó a quienes no estaban enterados de la existencia de ese problema.
91. Fagen, Richard. (1969) *Política y comunicación*, Ed. Paidós, Buenos Aires.
92. Maquiavelo, Nicolás. (1973) *El Príncipe*, Ed. Espasa-Calpe, Madrid.
93. Price, Vincent. *Op. cit.*
94. Citado por Price. *Op. cit.*, p. 20. "La domesticación de las creencias de las masas".
95. Maquiavelo, Nicolás. *Op. cit.*, p. 33.
96. Mills, C.W. (1950) *La élite del poder*, Fondo de Cultura Económica, México.
97. Price, Vincent. *Op. cit.*
98. Le Bon, Gustavo. (1964) *Psicología de las multitudes*, Ed. Albatros, Buenos Aires.
99. Sorokin, Pitirim. (1968) *Sociedad, cultura y personalidad*, Ed. Aguilar, Madrid.
100. Young, Kimball. (1969) *Psicología social de la muchedumbre y de la moda*, Ed. Paidós, Buenos Aires.
101. Smelser, Neil. (1989) *Teoría del comportamiento colectivo*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México.
102. Citados por Price. *Op. cit.*
103. Un ejemplo histórico de gran significación es el citado por Ellul de la Ceremonia de la Fiesta de la Federación del 14 de julio de 1790, en París, que congregó a más de doscientas mil personas, cifra impresionante para la época (cfr. Ellul, Jacques. *Historia de la propaganda*, Ed. Monteavila, Caracas, 1969); las extraordinarias y elaboradas concentraciones de Hitler; los modernos mítines de la propaganda electoral.
104. Rovigatti, Vitaliano. *Op. cit.*
105. Venezuela ha sido terreno propicio para fenómenos de este tipo de singular interés histórico. Podemos mencionar los toques de bocina en los automóviles en la víspera de la caída de la dictadura de Pérez Jiménez en 1958; el denominado "caracazo" o "sacudón" del 27 de febrero de 1989 y el muy singular "cacerolazo" de marzo de 1992, protesta masiva de los hogares pidiendo la salida de Carlos Andrés Pérez del poder.
106. Citado por Jean Maissonneuve. (1971) *Psicología Social*, Editorial Paidós, Buenos Aires.
107. Ortega y Gasset, José. (1972) *La rebelión de las masas*, [illegible] Espasa-Calpe, Madrid.

108. Autores tan señalados como Freud, Le Bon y Canetti no distinguen claramente entre masa y multitud o muchedumbre.
109. Maletzke, Gerhard. (1970) *Sicología de la comunicación colectiva*, Ed. Ciespal, Quito.
110. Monzón, Cándido. (1990) "Revisión y crítica del concepto clásico", en Muñoz y otros, *Op. cit.*, pp. 168 y ss.
111. *Ibid.*
112. Gómez, Luis Aníbal. *Op. cit.*
113. Monzón, Cándido. *Op. cit.*
114. Mills, C.W. (1973) *Poder, Política, Pueblo*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, p. 278.
115. Habermas, Jürgen. *Op. cit.*
116. Aunque, como señala el propio Habermas, existían antecedentes de esta relación medios-público (una de las acepciones que se han hecho más comunes del término), pues en 1629 se utilizó la palabra en el sentido de "público de teatro", vale decir, como vulgarmente hoy se designa a los espectadores de un mensaje difundido masivamente o en un auditorio localizado. En Francia, sigue Habermas, *le public* eran en el siglo XVII los lectores, espectadores y los auditorios como consumidores de crítica de arte y literatura, entendiéndolo por tal a la Corte y a parte de la aristocracia urbana y escasas porciones de la burguesía que tenía acceso a los palcos del teatro de París.
117. Habermas, Jürgen. *Op. cit.*, p. 74.
118. *Ibid.*, p. 75.
119. Blumer, Herbert. (1969) "La multitud, el público y la colectividad", en Schramm, Wilbur. *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*, Ed. Ciespal, Quito.
120. Blumer, Herbert. *Op. cit.*, pp. 320-321.
121. Mills, C.W. *Op. cit.*, p. 278.
122. Young, Kimball y otros. *Op. cit.*
123. Núñez Ladeveze, Luís. *Op. cit.*
124. Monzón, Cándido (1987). *Op. cit.*
125. Citado por Cándido Monzón (1987). *Op. cit.*
126. Rovigatti, Vitaliano. *Op. cit.*, p. 133.
127. Price, Vincent. *Op. cit.*
128. Citado por Price. *Op. cit.*
129. *Ibid.*
130. Lippmann, Walter. *Op. cit.*
131. Estas son [illegible] ciones para la realidad norteamericana. [illegible] no hay [illegible] ciones en nuestras latitudes para co[illegible] estos datos.

Indudablemente, el área clama en nuestra realidad, por investigación de campo, a pesar de que la tendencia predominante la considera símbolo de falta de reflexión teórica y hasta de "chatura" mental. Este texto reivindica plenamente la necesidad de investigación empírica.

132. Lippmann, Walter. *Op. cit.*
133. Citado por Price. *Op. cit.*
134. *Ibid.*
135. Observaciones muy pertinentes que retomaremos en el punto referente al concepto de participación, que se examina posteriormente en este capítulo.
136. Citado por Price. *Op. cit.*
137. Dader, José Luis (1992). *Op. cit.*
138. Cotteret, Jean-Marie. (1977) *La comunicación política*, Ed. Ateneo, Buenos Aires.
139. Wolton, Dominique. (1992) "La comunicación política: construcción de un modelo", en Ferry, Jean-Marc, Dominique Wolton y otros. *Op. cit.*
140. Wolton, Dominique. *Op. cit.*, p. 31.
141. Bockelmann, F. *Op. cit.*
142. Murillo, Francisco. (1972) *Estudios de sociología política*, Ed. Tecnos, Madrid.
143. Key, V. O. *Op. cit.*
144. El caso venezolano ilustra muy bien el concepto. El consenso básico mediante el cual actuó la democracia representativa es producto de la internalización, a través de la escuela, la familia y los medios de comunicación social de la idea de vivir en una democracia. Este consenso básico comienza a marcar el rumbo del sistema político a través del denominado "Pacto de Punto Fijo", acuerdo entre los tres principales partidos políticos en 1958, con exclusión de los comunistas. La Constitución de 1961 es la Carta Magna que institucionaliza las bases del sistema político. El éxito de este consenso básico se demuestra por la derrota tanto de los movimientos que buscan el regreso de la dictadura pérez jimenista como de los movimientos guerrilleros inspirados en la revolución cubana. Nuestras encuestas, como una efectuada en 1986, nos llamaban la atención acerca del resquebrajamiento de las bases psicológicas de apoyo al sistema político. El resto es historia reciente: el 27 de febrero se rompe la vitrina, "the show window" como acertadamente expresara el ex presidente Rafael Caldera: la gente comienza a interrogarse seriamente sobre su lealtad al sistema político, las reformas no calman el ímpetu, que tiene origen en insatisfacciones con los resultados sociales del sistema y con el profundo descreimiento producto de más de tres décadas de desaciertos y de un acentuamiento de la corrupción administrativa; la madrugada del cuatro de febrero de 1992 el país se levanta entre sorprendido y confuso ante la noticia de que militares jóvenes se han alzado en armas, no lanzándose el pueblo a la calle a defender al sistema, como sí hizo en los albores de la democracia y viendo con simpatía a los militares golpistas, entre los cuales destacó el teniente coronel Hugo Chávez, quien en breve aparición en las cámaras de televisión para rendir las armas despertó una reacción carismática que aún perdura. Desde ese momento se han buscado nuevas vías, como una Constituyente, para remozar el consenso básico, o más radicalmente, crear uno nuevo, sobre bases democráticas más participativas. Lo que sigue es historia que se desarrolla actualmente, con nueva Constitución.

145. Key. V. O. *Op. cit.*, p. 45.
146. Se ha definido el grupo de presión como un grupo que se desplaza desde la opinión en un tema hacia la acción manifiesta para hacer efectivo su deseo y obtener decisiones favorables a sus intereses. Tradicionalmente se ha observado cómo los grupos de presión actúan en lucha por sus intereses en desmedro del bien común. Este análisis ha comenzado a ser cuestionado por simplista, comenzando por el hecho de que en una sociedad el *bien común*, donde luchan entre sí tantos factores, es más bien una idea abstracta. Moodie y Studert Kennedy (*Op. cit.*) señalan cómo de hecho el grupo de presión puede ser un interlocutor capacitado para el debate de las decisiones, pues para muchos aspectos del gobierno, que abarcan desde las decisiones políticas fundamentales hasta los pequeños problemas administrativos, el único público significativo será uno o más grupos de presión, por lo que el debate a veces depende enteramente de ellos; equipárese a los grupos de presión, entonces, y desde este sentido, con el *público activo* del cual hablamos antes. Estos autores han definido el grupo de presión como "todo grupo organizado que intenta influir sobre las decisiones del gobierno sin buscar ejercer él mismo el gobierno" (p. 111) y exponen que su heterogeneidad es muy grande, así como los intereses que representan y su efectividad, que depende de la medida en que el gobierno desee o tenga que prestarles atención, lo que está en función, entre otras cosas, de los recursos que manejen, de su facilidad de acceso a las decisiones y de la habilidad y conocimiento de quienes sacan partido de esas decisiones. El papel de los nuevos movimientos sociales puede estudiarse desde la perspectiva de los grupos de presión. Más adelante se hace referencia a estos movimientos.
147. Habermas, Jürgen. *Op. cit.*, pp. 221-222.
148. Si se emplea la terminología de la teoría de sistemas, todo sistema político está sujeto a una entrada y a una salida de información, a unos *inputs* y *outputs*. Lapierre lo ha expresado de la manera siguiente (*Op. cit.*, pp. 45-46): "1. Estando abierto un sistema político a su entorno posee una entrada por la que se introducen en su interior cierta cantidad de energía e información que proviene de su entorno. En inglés, se llama *input* lo que entra así en el sistema y suscita o alimenta su funcionamiento. "2. Estando abierto un sistema político a su entorno, posee una salida por la que introduce en ese entorno cierta energía e información. Lo que sale así del

sistema se llama *output*. Los outputs son respuestas a los inputs".

149. Silva Michelena, J. A. *Op. cit.*

150. Castilla del Pino, Carlos.(1975) *La incomunicación*, Ed. Península, Barcelona.

151. La protesta puede observarse como una forma manifiesta en el espacio público de plantear los conflictos. Norman Cantor (1973) (*La era de la protesta*, Ed. Alianza, Madrid) asegura que la protesta es un concepto típico del siglo XX. Son algunas de sus características: 1) es un medio común y generalmente efectivo de forzar cambios en la sociedad moderna; 2) es un vehículo tanto de derecha como de izquierda; 3) la protesta sirve para que la gente insatisfecha, frustrada y desarraigada encuentre, al menos momentáneamente, alguna satisfacción; 4) en su punto culminante, se convierte en una forma de vida que absorbe todas las energías, el talento y el tiempo de los participantes; 5) hay dos clases de protesta, la disconformidad intelectual generalizada y la rebelión, por una parte, y la confrontación organizada por la otra, siendo la primera requisito de la segunda; 6) la protesta, aunque generalmente reivindica su carácter popular, suele ser un fenómeno de clase media, dirigido por intelectuales y líderes-portavoces de clase media; 7) los principales movimientos de protesta se apoyan en la fuerza; 8) los movimientos de protesta son extremistas en el tratamiento del adversario; 9) su eficiencia corre paralela con el desarrollo de los medios de comunicación social; 10) la protesta engendra protesta. Si un grupo realiza una confrontación con éxito esto sirve de estímulo a otros grupos.

152. Key, V. O. *Op. cit.*

153. Citado por Cotteret, J. M. *Op. cit.*

154. Citado por Silva Michelena, J. A. *Op. cit.*

155. En Groombridge, Brian. *Op. cit.*

156. Gomes de Sousa, Luis y Lucia Ribeiro. (1975) *Participación de la juventud en el proceso de desarrollo: un estudio de caso en Panamá*, Ed. de la UNESCO, París.

157. Rowat, Donald. (1973) *El Ombudsman*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México. Este autor establece tres condiciones para hablar de la figura: 1) funcionario independiente no influido por los partidos que vigila el funcionamiento de la administración pública; 2) se ocupa de las quejas específicas de la gente contra las injusticias y errores administrativos; 3) tiene el poder de investigar, criticar, dar a publicidad las acciones administrativas, pero sin poder revocarlas.

158. Durante 1992, y con la discusión abortada para una Reforma Constitucional en el antiguo Congreso de la República, se planteó la necesidad de incluir varios tipos de referéndum, el más polémico de los cuales era el *referéndum revocatorio* que preveía la posibilidad de terminar con el mandato de los poderes públicos, incluido el Presidente de la República. En la nueva Constitución está planteado.

159. Los nuevos movimientos sociales son una manifestación muy interesante de la importancia que adquiere hoy la organización social; es una nueva manera de ver a los tradicionales grupos de interés o a lo que se ha denominado como el público activo, que algunos autores como Deutsch (*Política y gobierno*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México) calculan en menos del cinco por ciento de la población de un país. Offe (*Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*, 1988, Ed. Sistema, Madrid, 1988) ha hecho un comprensivo estudio de los nuevos movimientos sociales que resumimos a continuación. En las dos últimas décadas los expertos en sociología política han constatado la fusión de las esferas políticas y no políticas de la vida social al analizar el ámbito social, observándose procesos de fusión entre las esferas del "Estado" y la "sociedad civil", en las manifestaciones globales sociopolíticas y también a nivel de los ciudadanos como actores políticos primarios, desdibujándose la línea divisoria entre los asuntos y comportamientos "políticos" y los "privados". Este diagnóstico, se apoya en al menos tres fenómenos: 1) el aumento de ideologías y de actitudes "participativas"; 2) el uso creciente de formas no institucionales o no convencionales de participación como protestas, manifestaciones, huelgas violentas; 3) las exigencias políticas y los conflictos políticos relacionados con cuestiones tradicionalmente considerados como temas morales (el aborto, por ej.) o económicos (la humanización del trabajo, por ej.) más que políticos. Cada día se usan con mayor frecuencia e intensidad, para una cada vez más larga cantidad de temas los canales de comunicación entre el Estado y los ciudadanos, pero también se cuestiona si estos canales institucionales son adecuados y suficientes para la comunicación política. Así, se perfila un modelo dramático del desarrollo político de las sociedades occidentales avanzadas, pues en la medida en que las políticas públicas afectan a los ciudadanos más directa y visiblemente, los ciudadanos intentan lograr un control más inmediato y amplio sobre las élites políticas, accionando medios que usualmente no se estiman como incompatibles con el orden institucional de la política.

Los actores de los nuevos movimientos sociales son grupos socioeconómicos no actuando como tales sino en nombre de colectividades atribuidas; sus contenidos son el mantenimiento de la paz, el entorno ambiental, los derechos humanos y las formas no alienadas de trabajo; sus valores son la autonomía personal y la identidad en oposición al control centralizado; su modo de actuar interno es informal, espontáneo, con bajo grado de diferenciación horizontal y vertical; su modo de actuar externo es a través de la protesta basada en exigencias formuladas en términos predominantemente negativos. Melucci ha elaborado una lista de los movimientos sociales en el nuevo paradigma: movimiento estudiantil,

feminismo, liberación sexual, luchas ecológicas, movimiento de los consumidores, minorías étnicas y lingüísticas, movimientos de la comunidad, movimientos contraculturales, luchas por sanidad y salud. Offe agrega los movimientos pacifistas.

Estos movimientos sociales politizan cuestiones que no pueden, al decir de Offe, ser fácilmente codificadas, con el código binario de los conjuntos de acción social de la teoría política liberal, pues mientras ésta parte de que puede categorizarse cualquier acción como "privada" o "pública", los nuevos movimientos sociales se sitúan en una categoría intermedia, reivindicando unos tipos de contenidos que no son ni "privados" (otros no se sienten afectados) ni "públicos" (en el sentido de objeto legítimo de las instituciones y actores políticos oficiales y no del espacio público). El campo de acción de los nuevos movimientos sociales es, para Offe, de *política no institucional* cuya existencia no está prevista en las doctrinas ni en la práctica de la democracia liberal. La base social de estos movimientos se compone de: a) la nueva clase media; b) elementos de la vieja clase media; c) una categoría de la población formada por gente al margen del mercado de trabajo o en una posición periférica con respecto a dicho mercado laboral.

160. Silva Michelena, J. A. *Op. cit.*

161. Abreu Sojo, Iván (1980). *Op. cit.*

CAPÍTULO III

3. Los efectos de los medios de comunicación social en el contexto de estudio de la opinión pública

La tradición sobre el estudio de los efectos de los medios de comunicación social tiene ya más de cincuenta años, habiendo producido una multiplicidad de estudios con distintos enfoques y áreas de interés que cubren prácticamente cualquier inquietud sobre la influencia de la difusión masiva en la sociedad. Desde el famoso postulado de la "aguja hipodérmica" que se expuso como primera aproximación al estudio de los efectos, vistos los aparentes éxitos de los medios y la propaganda, en contexto bélico, se han esbozado modelos teóricos que un autor como Nosnik[1] resume en dos programas de investigación: el de los efectos limitados de los medios de comunicación y el de los efectos poderosos de los medios. Por razones de espacio nos limitamos a presentar las consideraciones sobre cuatro principales teorías relacionadas con el dominio de estudio de la opinión pública y el espacio público, la del liderazgo de opinión –uno de los principales modelos del programa de efectos limitados– y las teorías de la brecha en el conocimiento, la espiral del silencio y el establecimiento de la agenda de asuntos públicos –tres modelos del enfoque de los efectos poderosos–.

3.1. El liderazgo de opinión

El concepto de liderazgo de opinión proviene de la famosa investigación de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet[2] en el condado de Erie durante la elección presidencial de 1940, originando el modelo del *flujo de comunicación en dos etapas*. En esta primera indagación se trataba de señalar con el término el hecho de que ciertas personas tomaban la información de los medios y la trasmitían al resto del grupo en el cual interactuaban. Posteriormente el concepto se ha usado, además, en el sentido que su nombre indica, esto es, como influencia sobre las opiniones de los demás miembros del grupo. Como con otras parcelas de la investigación de los medios, señaladamente el análisis de contenido de los medios de comunicación social, no se puede hacer una separación tajante entre la *función de relevo* en el flujo de la información y la influencia sobre las opiniones. Rogers y Shoemaker indican que los investigadores sociales han venido usando

distintos nombres para una misma dimensión básica, el liderazgo de opinión, siendo necesario estandarizar tanto terminología como criterios para seleccionar los líderes de opinión; los nombres que se han venido usando como equivalentes son *líderes de moda* (fashion leaders), *porteros* (gatekeepers), *influyentes* (influencers), *líderes de información* (information leaders), *comunicadores clave* (key communicators), *bujías de encendido* (sparkplugs), *fijadores de estilo* (style setters) y formadores de gusto (tastemakers).

Posteriormente a la investigación pionera que introdujo el concepto, los estudios se enfocaron más en la explicación del fenómeno del liderazgo de opinión. Las investigaciones se centraron, como indica Klapper[4], sobre los procesos mediante los cuales la gente toma decisiones sobre asuntos públicos, cambia de hábitos de compra, o selecciona las películas que va a ver en el cine. La investigación central de esta teoría es el estudio de Katz y Lazarsfeld[5] llevado a cabo en la ciudad de Decatur entre mujeres y que indagó el fenómeno del liderazgo de opinión en marketing (compras), modas, asistencia al cine y asuntos públicos[6].

Indica Klapper[7] que en todos estos casos, y posiblemente en otros, muchos individuos parecen influidos de manera más decisiva por otros individuos específicos que por los medios de comunicación social. Tales individuos, los líderes de opinión, pueden serlo con respecto a una, dos, tres o varias personas, pero lo son enfáticamente en un tema; por ejemplo, el líder de opinión en películas no necesariamente lo es en asuntos públicos.

Según señalaba Katz en una investigación posterior[8] los líderes de opinión y las personas sobre quienes tienen influencia son muy similares y pertenecen a los mismos grupos primarios de familia, amigos y compañeros de trabajo. No obstante, el líder parece estar más en contacto que los no líderes con los medios de comunicación social y los contenidos que se relacionan con su esfera de influencia, así como tienen acceso a otras fuentes pertinentes de información.

Los medios de comunicación social, apunta Klapper[9], pueden incorporarse al proceso de toma de decisiones en distintos puntos pero, independientemente de su lugar de entrada, es probable que se produzca la mediación del líder de opinión. Por ejemplo, pueden aportar información al no líder, definir puntos de vista o suministrar la materia prima que es moldeada por el líder de opinión. Una vez ejercida la influencia del líder de opinión, pueden proporcionar contenidos que el no líder atiende o percibe selectivamente para reforzar su opinión ya moldeada. El líder obtendrá de su vasta exposición a los medios información u opiniones que él transmitirá o se abstendrá de hacerlo a los no líderes.

Señalaba Klapper que los estudios sobre el liderazgo de opinión y efectos de los medios de comunicación social se ocuparon especialmente de estos factores en los *cambios* de actitud y conducta, pero no se prestó nunca atención

a la posible influencia de los líderes de opinión *contra el cambio*, habiendo razones para pensar que el liderazgo de opinión puede actuar, como de hecho lo haría, a favor de la constancia y el refuerzo. Ciertos descubrimientos en el área de la influencia personal, el liderazgo de opinión y los grupos primarios, apunta Klapper, aportaron algún fundamento al enunciado de que el liderazgo de opinión favorece frecuentemente el refuerzo, tanto de las normas de grupo como de las opiniones individuales, primero porque los líderes de opinión son personas muy representativas de su grupo, pues como señalaba Katz[10], la influencia se relaciona con la personificación por el líder, entre otras cosas, de determinados valores del grupo, buscándose o aceptándose la orientación del líder en áreas específicas porque aporta a los no líderes el tipo de satisfacciones que desean hallar en esas áreas.

En segundo lugar, los líderes de opinión serían conformistas, en el sentido de conservar las normas y cohesión del grupo, por lo cual actúan en el sentido de refuerzo[11]:

> "Como vía de acceso o transmisor de los contenidos de las comunicaciones de masas, el líder de la opinión puede transmitir o aprobar el material acorde con las normas de su grupo y dejar de transmitir o atacar el material opuesto a ellas".

Los miembros del grupo, prosigue Klapper, tienden a adoptar y permanecer fieles a las normas y opiniones del mismo. Y aun suponiendo que tal constancia no se debe siempre a simple incapacidad de pensar sobre el asunto y que los miembros del grupo discuten el tema, por lo menos ocasionalmente, cabe decir que

> "...la influencia de los líderes de opinión resulta frecuentemente reforzadora, tanto para los individuos como para el grupo mismo".[12]

Klapper apunta una conclusión "definitiva". Parece razonable expresar que el liderazgo de opinión actúa tanto a favor del refuerzo como del cambio, aunque no fue investigada suficientemente la frecuencia de actuación en uno u otro sentido.

Monzón[13] resume las características más importantes que se han atribuido a los líderes de opinión: a) los líderes de opinión actúan como correa de transmisión entre la comunicación social y la comunicación de grupo, y la comunicación va desde los medios hasta los líderes de opinión y de éstos al resto del grupo; b) los líderes de opinión abonan el terreno en el grupo para recibir el impacto de los medios y acomodan sus mensajes a la experiencia grupal; c) suelen estar más expuestos a los medios de comunicación, mejor informados y con mayor interés por los temas de su influencia; d) los líderes de opinión ocupan posiciones centrales en las redes de contacto personal y, por tanto, la gente los busca para consejo, ideas, valoraciones y cualquier información complementaria; e) se hallan en todos los niveles socioeconómicos;

f) no necesariamente es el líder de grupo ni lo refleja, pues su liderazgo depende del conocimiento de ciertos temas o problemas, aun cuando sea de corta duración; g) casi siempre son mejores líderes de opinión aquellos con mayor arraigo en el grupo; h) se es líder de opinión más por el prestigio o autoridad debidos a su dominio del tema que ha despertado la atención del grupo que por rasgos de personalidad; i) el liderazgo de opinión fluye por lo usual horizontalmente más que verticalmente; j) es distinto del concepto tradicional de líder, y suele aparecer entre las personas más jóvenes, mejor informadas y con mayores contactos sociales.

Una amplia búsqueda realizada por el autor en su estancia en la Universidad de La Laguna, accediendo a diversas bases de datos bibliográficos, demuestra que el concepto de liderazgo de opinión se usa actualmente en especial para áreas diferentes a los asuntos públicos. Esto refleja, necesariamente, el cambio de enfoque que sufrieron los estudios acerca de los efectos de los medios de comunicación social sobre la opinión pública. Indica, además, la ausencia de una teoría integrada sobre los efectos de los medios.

3.2. La teoría de la "brecha" en el conocimiento

Quien primero esbozó lo que sería conocido como teoría del distanciamiento social o de la "brecha" en el conocimiento fue el danés Svalastoga[14], quien en 1965 abogaba de un modo muy enfático por la necesidad de incluir un *status de grado de información*, sugiriendo una serie de aspectos incluidos en el concepto de status y relacionándolos con un conjunto de recursos sociales. Las dimensiones del *status* socioeconómico, para Svalastoga, son el status social (recursos de respeto y prestigio), el status político (recurso de poder), el status económico (recurso de riqueza) y el status de grado de información (recursos de habilidades y conocimientos).

Svalastoga indica que la manera de distribuirse desigualmente estos recursos sociales, de acuerdo con el sistema de estratificación vigente, no es estática, sino que va constantemente en aumento por acción de un *principio de multiplicación*, consistente en un círculo vicioso, en el cual los ricos se vuelven cada vez más informados e instruidos y los pobres se vuelven cada vez más ignorantes. Los conocimientos se acumulan y la brecha existente entre ricos y pobres se hace cada vez más profunda, de modo similar a como ocurre con las riquezas materiales.

La hipótesis de la *brecha en el conocimiento* o *de distanciamiento social*, expresa Monzón[15], contradice de cierta manera la idea extendida –y de muchos expertos– de que al haber más medios de comunicación social y al ser muchos los mensajes difundidos, todo el mundo, esto es, todos los sectores de la población, estarán suficientemente informados de lo que acontece en su entorno. Tal idea está

muy vinculada al desarrollo de la imprenta y a la posterior expansión de los medios de comunicación, aceptándose que al haber mayor cantidad de información habrá mayor comprensión del entorno y una igualación entre los diferentes grupos sociales. Más bien, lo que ocurre es lo señalado al comienzo de este aparte y que Tichenor, Donohue y Olin sintetizan así[16]:

> "Cuando la difusión de información de los "mass media" aumenta en un marco social, los segmentos de población con mayor estatus socioeconómico tienden a adquirir esta información en una escala más rápida que los de estatus inferior, por lo que el desnivel de conocimiento entre ellos... tiende a aumentar en lugar de a decrecer".

Los mismos autores indicarán que la abundancia de información existe, pero en relación con los efectos que produce en la sociedad actual, en lugar de la aproximación, los medios de comunicación distancian cada vez más a los grupos que la forman.

Esta teoría, apunta Monzón[17], plantea que los sectores menos favorecidos, más que privados de información están condicionados por factores relacionados con la estructura social, la estructura de poder, el uso de la tecnología de información, los hábitos culturales o sus intereses distintos a los de grupos más favorecidos, lo que conduce a un uso distinto de la información y al distanciamiento entre los grupos.

Cuando los investigadores quieren señalar los factores más importantes que originan la brecha mencionan cuatro, como explica Monzón: el status socioeconómico, el nivel educativo, la motivación o interés social y la sucesión temporal. Tichenor y colaboradores situaban el origen del distanciamiento en el status socioeconómico y afirmaban que las clases más bajas manifestaban un nivel más reducido en la adquisición de conocimiento, pero esta hipótesis será rechazada luego por los mismos autores, pues status y educación no explicarán completamente todos los supuestos de adquisición de información. En temas de interés local el distanciamiento se produce en función del interés y no de otras variables.

Monzón señala a otros autores que comprobarán luego que se debe añadir un nuevo factor, más importante, relacionado con la motivación y el interés social. Si se hace una diferenciación entre conocimientos de situaciones concretas o factuales y conocimientos que relacionan elementos puntuales o estructurales, Genova y Greenberg[18] concluyen que la motivación juega un papel más relevante que el nivel educativo en el conocimiento estructural, mientras que en conocimientos concretos influyen ambos factores por igual. Subrayan la importancia de la permanencia de las noticias en los medios de comunicación como manera de eliminar la brecha entre los sectores que están muy o nada interesados en un tema.

McQuail[19] distingue más bien entre dos aspectos de la teoría. El primero se

refiere a la distribución general de la información global de la sociedad entre las clases sociales; el otro, a temas o asuntos específicos, acerca de los cuales unos están mejor informados que otros. Sobre la primera diferencia, es probable que se relacione con desigualdades sociales fundamentales en el sentido que proponía Svalastoga y que los medios de comunicación no pueden modificar por sí solos; en relación con la segunda, hay posibilidades de aumentar y disminuir las brechas, siendo posible que los medios abran algunas y cierren otras. Hay una cantidad de factores pertinentes a la dirección del efecto de los medios de comunicación social. Donohue y otros[20] enfatizaron el hecho de que los medios de comunicación operan disminuyendo las diferencias sobre asuntos que tienen gran importancia para las comunidades pequeñas, especialmente en situaciones conflictivas que fomentan la atención y el aprendizaje.

Para Novak[21], el énfasis no debe recaer sólo en la forma del mensaje, la presentación y la manera de distribuir el empeño para cerrar la "brecha", sino también se debe enfatizar en la clase de información de que se trate, puesto que no toda la información tiene la misma utilidad para todos los grupos. Usualmente la motivación y la utilidad percibida de la información influyen en la búsqueda de ella y en su aprendizaje, procediendo estos factores más bien del contexto social que de los medios de comunicación social.

También, expone McQuail[22], se ha defendido la idea de que los diferentes medios de comunicación pueden actuar de distintos modos y que la tendencia de los medios impresos a aumentar las diferencias es probablemente mayor que la de la televisión. La sugerencia de que la televisión puede ejercer efectos inversos (beneficiando a los menos privilegiados) se basa en el hecho de su alcance con las mismas noticias. No obstante, eso depende mucho de las formas institucionales que adopte, concluye McQuail.

Izcaray[23], en Venezuela, ha trabajado con esta teoría. En una encuesta llevada a cabo en Barquisimeto durante 1973, encontró que los periódicos son la fuente más importante de conocimiento de asuntos públicos, mientras que la hipótesis de que los medios audiovisuales serían más importantes como fuente de información para el conocimiento de asuntos públicos en el estrato bajo no fue apoyada por los resultados, dándose una tendencia en sentido contrario, lo que preocupaba al autor porque estas personas dependían mucho más de la radio y la televisión, que no parecían estar contribuyendo a difundir la información sobre la vida pública venezolana, lo que podría deberse al carácter fragmentario y superficial de las informaciones, transmitidas durante poco tiempo de su programación diaria en el caso de la televisión, y al carácter de las noticias en el medio radiofónico.

El mismo autor[24] realizó un estudio en cinco regiones de Venezuela. En general, apunta Izcaray, el estudio demuestra que el grado de saturación de medios de comunicación social funciona como una condición contingente sobre

el proceso de adquisición de *status informacional* en un país subdesarrollado como Venezuela. Los resultados sugieren algunas conclusiones que dan frutos sobre la investigación de la comunicación social en países subdesarrollados. El medio impreso parece jugar un rol significativo al proveer a la gente de contenidos sobre los asuntos públicos en algunas de las áreas en estudio.

La tendencia en los datos sugiere que presunciones anteriores acerca de la dificultad de acceso al medio impreso en los individuos más pobres y con menos educación en sociedades subdesarrolladas no son garantizadas en este caso. La tendencia parece estar en la dirección de considerar a los medios impresos como recursos importantes de información para los grupos socioeconómicos bajos más que para los privilegiados. La televisión parece estar tomando un papel predominante como el medio audiovisual que produce el más fuerte impacto en los niveles de información sobre los asuntos públicos en la mayoría de los sitios con condiciones de saturación de medios a los cuales llega su señal. Se concluyó que, como la televisión se ha convertido en un medio más accesible, sus efectos sobre los niveles de información acerca de asuntos públicos son más fuertes que los de la radio.

La tendencia general en los datos parece apoyar la presunción de que la exposición selectiva a los asuntos públicos en los medios de comunicación produce un impacto más fuerte sobre los niveles individuales de información sobre asuntos públicos. Esto parece ser más probable para la información general sobre asuntos públicos.

Los datos sugieren que las personas obtienen la mayor parte de su información sobre los asuntos públicos de los medios de comunicación más que de la comunicación interpersonal, por lo menos como fue medida ésta en el estudio. Un hallazgo fue que el "interés" no muestra un impacto significativo en el nivel de conocimiento de asuntos públicos.

Monzón[25] recoge una serie de observaciones resumidas por McQuail y Windhal, y por Saperas, en las cuales se relaciona la hipótesis de la "brecha en el conocimiento" con la influencia de los diferentes medios de comunicación y la clase de comunidad en la cual actúan: a) cuando un asunto suscita preocupación general en una comunidad, lo más probable es que los conocimientos se repartan por igual entre las partes; b) dicha igualación es más probable cuando el asunto surge en el contexto de un conflicto social; c) probablemente la igualación será mayor en las comunidades pequeñas, a consecuencia de la proximidad, la participación activa y la información local, mientras que la brecha aumenta cuando la información es nacional o internacional; d) los semanarios son más eficaces en comunidades pequeñas, con su información directa y local; e) los periódicos son más adecuados para transmitir información en comunidades grandes, complejas y diversificadas, así como para los temas nacionales e internacionales; f) la televisión parece

apta para difundir cualquier tipo de información y conocimiento, sobre todo internacional, dadas sus condiciones de dramatización y visualización; g) se esboza la hipótesis de que las nuevas tecnologías, dada su especialización, contribuirán al distanciamiento entre los grupos.

3.3. La hipótesis de la espiral del silencio

Una teoría que ha alcanzado un notable grado de difusión entre los investigadores en los últimos lustros es la *espiral del silencio*, enfoque de Noelle-Neumann. Esta autora, en diferentes artículos, expone los lineamientos de su ataque al programa de efectos limitados de los medios y subraya las implicaciones de la teoría de la espiral del silencio en el estudio de los efectos de los medios de comunicación y en la formación de la opinión pública.

Postula Noelle Neumann[26] que los medios, especialmente la televisión, influyen directamente en la audiencia, pueden reflejar y transformar la realidad e influir en el clima de opinión, y como mediadores en el espacio público hacer creer a la población que la imagen que difunden es un reflejo fiel de la realidad. Por consiguiente, los medios de comunicación social producen un efecto importante sobre el clima de opinión y si llegan a captar la atención del público a través de los temas que conforman el espacio público, contribuyen de una manera sutil indirecta y a largo plazo a la formación de la opinión pública.

Noelle expresa que el clima de opinión alude a algo exterior a la persona que fatalmente la rodea de manera completa y que, por naturaleza y variabilidad, influye al máximo en su interioridad, a pesar de esa condición externa. De este concepto arranca la espiral del silencio.

Por otra parte, continúa Noelle-Neumann, la investigación del programa de efectos limitados olvidó aspectos fundamentales como el de la *consonancia* o coincidencia de los diferentes medios de comunicación en la presentación de sus mensajes; la *acumulación*, una consecuencia de la publicación periódica de los medios y la *omnipresencia, resonancia o conciencia de lo público*, ya que los medios forman parte y contribuyen a la creación del espacio público.

El programa de efectos limitados casi no se ocupó de la televisión, y su presencia, como expresa Monzón[27], ha creado una nueva situación en el proceso comunicativo. En el tema de la percepción selectiva, Noelle[28] establece ciertas diferencias, que resumimos en las que pueden tener vigencia –el uso del control remoto elimina una de esas diferencias, el no prestar atención a los mensajes disonantes–:

a) Ante la abundancia de periódicos el elector puede seleccionar la información a través de aquellos que sintonizan mejor con sus puntos de vista, mientras que en la televisión, por número de estaciones y por semejanza en el tratamiento, hay una reducción de la capacidad selectiva; b) la lectura individual del periódico exige una conducta selectiva mayor que la producida cuando los individuos ven televisión, normalmente en situaciones de grupo, exponiéndose a información política, por el solo hecho de estar ante el televisor; c) la lectura de periódicos y otros medios impresos implica una mayor motivación y esfuerzo que la exigida por la televisión a través del sonido y la imagen, más las razones relacionadas con la creación de la imagen; esto hace que la televisión influya de manera diferente y suministre matices nuevos en el tópico de la investigación de los efectos.

Noelle-Neumann sitúa sus investigaciones en Alemania y sus conclusiones las extiende a los países democráticos. Ella detalla algunas lecturas que provocan y consolidan la uniformidad abstracta de las imágenes del público hasta llegar a la consonancia: a) suposiciones y experiencias coincidentes de los periodistas de todas las especialidades sobre los criterios de lo que es exitoso con la audiencia; b) unanimidad de la tendencia a la autoafirmación de los periodistas; c) dependencia común de determinadas fuentes; d) gran influencia recíproca en el establecimiento del marco de referencia, orientándose los periodistas de televisión por los periódicos y los del medio impreso por la televisión; e) gran peso de la búsqueda de aprobación de colegas y jefes.

La teoría es presentada por la autora en 1974, en un artículo publicado en el *Journal of Communication*[28]. Expresa que las convenciones sociales, las costumbres y las normas, junto con las cuestiones políticas, están entre las situaciones y las "proposiciones de significación" capaces de multiplicar las posturas públicas.

Para Noelle-Neumann, si la opinión pública es el resultado de la interacción entre las personas y su medio social, se debería encontrar los procesos que Asch y Milgram han confirmado de manera experimental. Para no hallarse aislada, una persona puede renunciar a su propio juicio. Dicho temor al aislamiento –temor de ser apartado pero también duda sobre su propia capacidad de juicio– forma parte, para la autora, de *todos* los procesos de opinión pública.

El individuo observa su entorno social, estima la distribución de las opiniones a favor o en contra de sus propios puntos de vista y, sobre todo, evalúa la fuerza y el carácter movilizador y apremiante, así como las posibilidades de éxito de algunos puntos de vista o propuestas.

Especialmente importante es lo descrito cuando, en situación de inestabilidad, la persona es testigo de una lucha entre posiciones opuestas y tiene que tomar partido, pudiendo estar de acuerdo con el punto de vista dominante, lo que refuerza su confianza en sí misma y le permite expresarse sin reticencias y sin correr el riesgo de quedar aislada o puede advertir que sus puntos de vista ceden terreno, y cuanto más suceda esto, menos segura estará de sí misma y para expresar sus opiniones. En el entorno social una de las

posturas crece y la otra disminuye y las personas perciben estas tendencias y adaptan sus convicciones. La tendencia a expresarse en un caso y a guardar silencio en el otro engendra un proceso en espiral que de manera gradual instala una opinión dominante[30]:

> *"Basándonos en el concepto de un proceso interactivo que genera una "espiral" del silencio, definimos la opinión pública como aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones, y en la cual puede fundarse la acción llevada adelante en público"*. [El texto lo resalta la autora].

Expresar la opinión opuesta y efectuar una acción pública en su nombre, prosigue la autora, puede significar correr peligro de aislarse o, para decirlo de otra manera, se puede describir la opinión pública como la opinión dominante que impone una postura y una conducta de sumisión, a la vez que amenaza con aislar al rebelde y con hacer perder apoyo popular al político. Por tanto,

> "... el rol de iniciador de un proceso de formación de la opinión pública *queda reservado para cualquiera que pueda resistir a la amenaza de aislamiento*" [31]. [El resaltado es nuestro].

Como se puede colegir, la autora está reconociendo que su tesis tiene inseguridades, pues no serán pocos los individuos –líderes de opinión, por ejemplo– que impongan su prestigio para oponerse a la circunstancial opinión dominante.

Noelle expuso cinco hipótesis y las sometió a prueba con base en una serie de encuestas sobre varios temas, en las cuales se formulaban preguntas sobre la opinión del entrevistado en temas controvertidos, preguntas sobre la opinión del entrevistado acerca de lo que la mayoría pensaba sobre un tema, preguntas sobre la evolución de la opinión en el futuro y preguntas relativas a la disposición del encuestado a tomar partido públicamente.

Un resumen de las hipótesis es: a) los individuos se forman una idea del reparto y del éxito de las opiniones en su medio social; b) la disposición de una persona a exponer en público su punto de vista varía según la apreciación que hace acerca del reparto de las opiniones en su entorno social y de las tendencias que caracterizan la fortuna de esas opiniones; c) si la apreciación del reparto de una opinión está en franca contradicción con su efectiva distribución es porque la opinión cuya fuerza se sobrevalora es la que con mayor frecuencia se expresa en público; d) si a una opinión se la considera como dominante es posible pensar que seguirá siéndolo en el futuro –y viceversa–, pero cuanto más débil es, la opinión pública más se enreda en un proceso de cambio; e) si la apreciación de la fuerza presente de una opinión determinada difiere de la de su fuerza futura, la previsión de la situación por venir determinará el punto de vista hacia el cual la persona está dispuesta a exponerse.

Noelle-Neumann propone que se incluyan en las encuestas de opinión pública preguntas concernientes a la evaluación de las opiniones en el entorno, como cuáles serán las opiniones predominantes y cuáles ganarán terreno, así como preguntas sobre la disposición del entrevistado para defender determinado punto de vista en público. Será posible hacer previsiones como: a) si una mayoría se considera minoría, tenderá a declinar en el futuro; a la inversa, una minoría vista como mayoritaria irá aumentando; b) si los miembros de una mayoría no prevén que ésta pueda mantenerse en el porvenir, fracasará tal mayoría; inversamente si la opinión sobre una evolución favorable del punto de vista es compartida por muchos, sus miembros difícilmente cambiarán de opinión; c) si la inseguridad en relación con lo que es la opinión dominante, o lo que será tal, aumenta, se debe a estar ocurriendo un cambio profundo en la opinión dominante; d) si dos conjuntos se distinguen por su respectiva disposición a exponer sus opiniones, el que muestre mayor disposición quizás predomine en el futuro.

Noelle expresa que si se combinan estas ponderaciones se concluye en que una minoría convencida de su predominio futuro y dispuesta a expresarse verá hacerse dominante su opinión, si se confronta con una mayoría que duda del futuro de sus opiniones y que, en consecuencia, está menos dispuesta a defenderlas en público. La opinión de la minoría se convierte en una que en adelante no se puede contradecir sin correr el riesgo de alguna sanción, pasando así de la jerarquía de simple opinión de una facción a opinión dominante[32]. Noelle concluye[33]:

> "Este tipo de análisis puede aplicarse a la previsión de las opiniones políticas, a la de las tendencias de la moda o a la de la evolución de las costumbres y las convenciones sociales, es decir, a todos los campos respecto de los cuales la actitud y la conducta del individuo están determinados (sic) por la relación entre sus propias convicciones y el resultado de la observación de su entorno social. A mi modo de ver, esta interacción es el principal aspecto del proceso de formación de la opinión pública".

Apunta Noelle, que según el mecanismo psicológico que ha denominado *espiral del silencio*, conviene ver a los medios de comunicación como creadores de la opinión pública, pues *constituyen el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión o el silencio.*

Para McQuail y Windhal[34] la espiral del silencio reside en el juego recíproco entre la comunicación social, la interpersonal y la percepción que una persona tiene de su propia opinión frente a otras opiniones del entorno social. La teoría se apoya en:

a) El reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación social, especialmente la televisión, en el funcionamiento de la actual sociedad y en la creación del espacio público.

b) Dándose ciertas condiciones, tales como la consonancia, la acumulación y la omnipresencia, la percepción selectiva de la gente disminuye y los efectos

producidos son mucho más relevantes que el refuerzo. Los medios producirán efectos indirectos, acumulativos y a largo plazo.

c) Ciertos mecanismos psicológicos explicarían la tendencia generalizada a evitar el aislamiento –entendido como la capacidad de mantener una opinión frente a la opinión mayoritaria–, para sumarse a la corriente mayoritaria de simpatía, popularidad, aprecio y respeto.

d) Por tanto, en la teoría no se destaca sólo la importancia de los medios en la creación del espacio público y el clima de opinión, sino la percepción que hacen los individuos de ese ambiente. Según Noelle, la observación sobre el avance de opiniones en temas públicos se obtiene de dos fuentes: una, de la observación directa del entorno; la otra, de la observación indirecta del ambiente a través de los medios de comunicación social.

e) Lo anterior hace posible distinguir entre la distribución real de las opiniones y la idea que las personas tienen de dicha distribución en su entorno.

f) Cuando los medios de comunicación social presionan en la misma dirección (consonancia) sobre una idea, persona o acontecimiento, cuando las personas tienen miedo a marginarse de la corriente dominante, aquellos que sintonizan con el clima de opinión pueden expresar más fácilmente su opinión. Entenderá Noelle-Neumann por opinión pública el *conjunto de opiniones que pueden expresarse en el espacio público sin miedo a aislarse y sin coacción*.

g) Por lo contrario, las personas que mantienen una posición distinta a la que se cree dominante, sentirán el peso del aislamiento y la falta de apoyo del espacio público informativo y se refugiarán en el silencio.

Plantea Monzón[35] que esta teoría hace aportes al estudio de los efectos de los medios de comunicación, pero también permite explicar la formación de la opinión pública como un fenómeno social generado a la sombra de la comunicación política y como efecto relacionado de manera determinante con los medios de comunicación y con aquellos temas que conforman el clima de opinión, recuperando el concepto de opinión pública su dimensión política, dentro de un juego dialéctico entre opiniones publicadas y opiniones silenciadas y pasando a ser considerada como un fenómeno de la sociedad que entra en juego con los efectos indirectos, acumulativos, sutiles y a largo plazo de los medios de comunicación social.

Este enfoque teórico ha recibido recientemente serias observaciones y apoyo parcial, provenientes de ensayos e investigaciones empíricas efectuadas en 1990, 1991 y 1992. La primera crítica corresponde a Kennamer[36], quien escribe un ensayo resumiendo algunos de los postulados y críticas de esta teoría. Así, Beniger[37], ha puntualizado que la teoría de Noelle-Neumann ha derivado alrededor de treinta pruebas empíricas con resultados mayoritariamente

decepcionantes. Puede haber muchas razones para esto, pero la razón general puede ser que el proceso no es tan simple. La dinámica de la expresión de la opinión pública y su formación puede diferir mucho de un caso a otro, dependiendo de la naturaleza del tema y del balance de opiniones en juego.

Una segunda crítica de Kennamer es que en su opinión, Noelle-Neumann reintroduce la perspectiva de la sociedad de masas en la investigación de la comunicación. Parece ver a la sociedad como una masa inorganizada y homogénea, más que como un complejo conglomerado de grupos primarios, grupos de referencia, grupos de interés, clubes, comunidades, corporaciones y comités.

Kennamer, quien aboga por la experimentación para probar la teoría, dice que ésta envuelve un número de supuestos que podrían ser tratados como variables. La teoría asume que la gente puede percibir cabalmente las opiniones de otros, cuando eso es muy cuestionable. No se considera que la gente puede llevar "en sus cabezas" conocimientos de apoyo para sus opiniones de amigos o grupos de referencia.

Aunque ninguna de esas debilidades sea fatal para la espiral del silencio, tenderían a limitar su frecuencia de ocurrencia y Noelle-Neumann la presenta como un proceso ubicuo y universal. Realmente, en algunas ocasiones podría ocurrir, pero esas circunstancias pueden ser relativamente raras. La espiral del silencio podría ocurrir si la gente no tiene grupos de amigos de apoyo y percibe oposición significativa a sus opiniones.

Lasorsa[38] realizó un estudio en Austin, Texas, con una encuesta por muestreo sobre 624 adultos de esa población. Halló que la atención a la información política de los medios afecta realmente la conversación sobre política, pero no la mera exposición a las noticias en general, con lo que se apoya la idea de que la atención está más estrechamente ligada a los efectos políticos que la mera exposición. La certeza acerca de la propia posición se relaciona con la conversación política. Aun cuando se tome en cuenta el clima de opinión sobre un tema, sólo la manera como uno esté convencido de lo correcto de su posición afecta la disposición a hablar de política.

Estos hallazgos sugieren que factores diferentes al status demográfico y al clima de opinión pueden jugar un rol significativo en la conversación sobre política. Aquellos interesados en política –y atentos a las noticias políticas– tienden a conversar, sin tomar en cuenta el clima de opinión. Los que se sienten eficaces, quienes creen que lo que dicen y hacen puede hacer la diferencia, también con mayor probabilidad hablan, sin importarles el clima de opinión. Y aun encarando un inhóspito clima de opinión, los que se sienten seguros de su posición como la correcta, con mayor probabilidad hablarán. Parece, entonces, que es posible para una persona, apropiadamente armada, luchar contra la espiral del silencio.

El autor considera que, a pesar de las limitaciones de su estudio, deja la sugerencia de que hablar no es cosa simple. Encarada con la decisión de hablar o permanecer callada, la persona puede tener que hacer importantes consideraciones, conscientes o inconscientes.

Por último, Gozenbach[39] realizó un experimento para probar la hipótesis de la espiral del silencio manipulando las percepciones de opinión que no son unánimes sobre un tema controversial y con implicaciones morales, el involucramiento del ex-presidente Bush en el *affaire* Irán-Contra. Indica el autor del estudio que la investigación sugiere que las variables demográficas y de rasgos psicológicos son importantes para analizar la conformidad. Se ha hallado que las mujeres se conforman más que los hombres, las personas en una posición jerárquica menor lo hacen también con mayor frecuencia, así como las personas de clase social baja tienen una tendencia más grande a conformarse. La investigación indica que los rasgos de la personalidad también se relacionan con la conformidad.

Los resultados experimentales sugieren que las personas cuando están expuestas a la amenaza de un escrutinio público y a unas noticias ideológicamente consonantes, se conforman a la opinión mayoritaria congruente con el reporte noticioso, pero no cuando había en el experimento una incongruencia entre la "opinión mayoritaria" del grupo control del experimento y la opinión presentada en pantalla de televisión, lo que deja interrogantes sobre otros factores, como la relación entre conformidad y una clara postura presentada en el medio que anuncie afirmativamente la opinión mayoritaria percibida.

El autor considera que se halló apoyo parcial para la conformidad, el primer eslabón crítico de la teoría de la espiral del silencio.

3.3.1. Motivación

La idea de tratar de comenzar a investigar el tópico parte de dos bases: primero, el hecho de considerar muy importante el intento de no convertir la asignatura que dictamos en una mera repetición de los postulados teóricos y resultados de investigaciones efectuadas en otras latitudes. Segundo, un hallazgo en el aula de clases que nos decidió a emprender una investigación más sistemática. En mayo de 1997, mientras explicábamos el uso de la tarjeta circular para la pregunta sobre intención del voto[40], cuando íbamos a explicar el uso de dicha tarjeta, se nos ocurrió pedirle a los estudiantes presentes –en número mayor de 60– que alzaran la mano aquellos que fueran a votar por Irene Sáez, la ex-Miss Universo que competía como candidata presidencial. Sólo la alzaron *cuatro* alumnos. Luego les dije, "observen el pizarrón y la tarjeta circular con los nombres de los candidatos y escriban en un papel por quien votarían si las elecciones fueran hoy". Los estudiantes votaron y doblaron la hoja de papel. Cuando tabulamos, Irene Sáez obtenía ¡45 por ciento de los votos!

¿Por qué se nos ocurrió hacer esa pregunta? Veníamos observando que, en nuestras conversaciones cotidianas, nos era difícil encontrar personas que nos dijesen que pensaban votar por Irene Sáez, y las encuestas, al mismo tiempo, indicaban porcentajes que variaban entre 40 y 50 por ciento. Parecía que el voto por la Alcaldesa era uno que no se estaba dispuesto a sostener en público.

Al darse la circunstancia de ser 1998 el año electoral decidimos, entonces, dedicar nuestra encuesta para ese período a la campaña electoral y, dentro de los objetivos múltiples planteados, se incluyeron preguntas para indagar en relación con la teoría de la espiral del silencio.

3.3.2. Algo más sobre la espiral del silencio

Noelle-Neumann comenzó a darle forma a su teoría en los años de 1970 observando los resultados a preguntas en período electoral efectuadas por el Instituto Allensbach, en Alemania. Además, tomó como punto de partida los experimentos de Solomon Asch en 1951 y 1952, sobre la presión a la conformidad, en situaciones de grupo, en los cuales la gente tendía a traicionar su propia percepción para adherirse a la opinión dominante que observaban en el entorno. También se basó en las ideas de autores como Tocqueville, quien señaló que los individuos, temiendo más el aislamiento que el error, aseguraban compartir las opiniones de la mayoría, y como Locke, quien en el *Ensayo sobre el Entendimiento Humano*, postuló tres leyes que gobiernan las acciones de los hombres, la Ley Divina, la Ley Civil y la Ley de la Opinión o la Reputación, o del "vicio y la virtud", ley última que postula el temor al aislamiento por el "qué dirán". También citará a Gabriel Tarde, quien se refirió a una necesidad humana de mostrarse de acuerdo en público con los demás.

3.3.3. El estudio de Caracas

Con motivo de efectuarse en diciembre de 1998 elecciones para escoger Presidente de la República, y como práctica de las encuestas de opinión pública, efectuamos una encuesta en el Área Metropolitana de Caracas, cuyo objetivo general era efectuar un diagnóstico de la situación de la opinión pública en relación con la campaña electoral, variables de exposición a medios, variables de conducta, variables de conocimiento del tema electoral y variables de opinión. El foco de este aparte se refiere a los resultados de la encuesta más relevantes para el tema de la espiral del silencio y se partió de las siguientes interrogantes: ¿hubo manifestación de la espiral del silencio? y ¿los medios influyeron en esa manifestación?