La Opinión Pública

Teniente Primero
Javier Morales de Cárdenas

INTRODUCCIÓN

Los hechos históricos establecen que los objetivos por los cuales se esfuerzan los grupos y los individuos varían de una generación a otra. Estos virajes históricos, que nos impresionan por su tremendo vuelco, dependen, desde luego, de los cambios de pensamiento y sentimiento que responden a la variación de las condiciones, siendo el individuo quien reacciona ante estas condiciones dadas; actuando con frecuencia en términos de "*punto de vista*", con un "*modo de ver*" o "*perspectiva*" de los problemas que debe de afrontar.

La posesión de un punto de vista determina algo muy significativo acerca de las personas y del proceso social. Mediante esta operación se toma partido y surgen oposiciones en el orden social. Poseer un punto de vista significa, en primer término, que nos orientamos hacia amplios campos de la realidad social, que estimamos conceptualmente situaciones complejas y que las emociones, los motivos y las acciones se organizan alrededor de las ideas. No sería necesario referirse a las actitudes sociales si la acción ocurriera meramente en respuesta a cada condición momentánea a medida que ésta surja.

Hallarse en sociedad significa elaborar opiniones sobre hechos sociales, e intereses relativamente perdurables respecto de los mismos. Mediante el estudio de la opinión pública participamos en el proceso social creando opiniones que fortalezcan las relaciones interpersonales, y redunde en nuestra imagen institucional.

ENCUESTAS Y OPINIÓN PÚBLICA

Durante los últimos años se ha presenciado el surgimiento de un nuevo movimiento en las ciencias sociales: pulsar la opinión pública a

través de las encuestas. Ello posee un interés general, ya que pretende demostrar con precisión cuáles son las opiniones de una población acerca de acontecimientos que afectan el bienestar común. Tal conocimiento, si fuera de dominio público, establecería una información real sobre las necesidades e intereses de la población. Reemplazaría así la confianza depositada en observaciones no sistematizadas y frecuentemente distorsionadas por los medios de comunicación social, líderes políticos y/o comentaristas.

Como no es posible aislarse del mundo, el cual avanza vertiginosamente, y, a su vez, no podemos marginarnos de la Realidad Nacional, son los medios de comunicación los que nos mantendrán informados; algunos serán más objetivos que otros, conformaremos el auditorio que va ser influenciado por uno u otro medio y dependerá del análisis que efectuemos para poder guiar mejor a nuestros subordinados. Recordemos que estamos expuestos, al igual que cualquier individuo, al medio social y en más de una oportunidad tendremos que opinar de algún tema. Es por ello que, para fomentar la formación de opiniones favorables en nuestro entorno institucional, describiré brevemente algunas características de la opinión pública y el papel preponderante de los medios de comunicación.

CARACTERÍSTICAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

a- La Opinión Pública no es un fenómeno permanente:
Comúnmente se dice, y leemos, que "*la opinión pública ha sido informada, o la opinión pública ha sido conmovida, en tal o cual sentido*". Sin embargo, la opinión pública no existe como un fenómeno permanente. Se genera de modo coyuntural en función de determinados estímulos que son los "*hechos de actualidad*", que se difunden masivamente por los medios de comunicación social. Por lo general, cuando tales hechos tienen o adquieren connotación política. En consecuencia, no todos los hechos ni todas las noticias, por más impactantes que sean, generan opinión pública.

b.- Sólo se manifiesta en torno a asuntos controvertibles
La unanimidad de opiniones no es manifestación de la opinión pública. Para expresarse requiere del punto de apoyo de una oposición, es decir, cuando el público expresa opiniones contrapuestas frente al hecho de actualidad.

c.- Es un fenómeno que requiere necesariamente ser medido
Es inútil hablar de opinión pública si no es en referencia a determinados parámetros, cuantificados mediante encuestas. Cuando

se refiere a la opinión generada en torno a un hecho, se establece una comparación entre las tendencias que se dan en el seno de la comunidad.

d.- Orienta a gobiernos y a otros altos niveles de decisión

Cada vez en mayor medida, la medición de la opinión pública es un procedimiento que ayuda a los gobiernos y a otro niveles de alta responsabilidad en la toma de decisiones.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL PROCESO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Dentro de los principales roles que deben de cumplir los medios de Comunicación Social están los de educar, informar y entretener, dentro de los principales, radicando su importancia por crear en el individuo opinión y conciencia. Los medios de comunicación intervienen abogando por la formación de opiniones que responden en muchas oportunidades a la óptica o a los intereses de los mismos medios y/o de los grupos de presión que pudieran ejercer influencia sobre éstos. Aportan juicios, abundan en información en base a investigaciones que ellos realizan, con lo que intenta reforzar sus posiciones. Con esto logran su objetivo de ordenar la opinión, al definir mejor el problema.

El hecho de actualidad es un acontecimiento o una actitud que, difundida masivamente por los medios de comunicación, impacta poderosamente en una comunidad. Este impacto es mayor o menor según las características del hecho o según, la forma en que se difunde la noticia. Muchas veces, los hechos de actualidad tienen un gran impacto, a pesar de su vanalidad, por la forma en que son tratados por los medios de comunicación.

Producido el hecho de actualidad, y difundido periodísticamente, el público reacciona. Si es unánime dicha reacción, aprobando o desaprobando, la noticia no genera opinión pública. Si la reacción es diversificada, es decir, si el hecho es controversial y produce reacciones de aprobación y desaprobación, crea opinión pública.

Por lo general, en el inicio la reacción del público es totalmente heterogénea; las preferencias del público no están bien definidas. Hasta que el medio de comunicación toma posición ante la noticia e inicia su tarea informativa, muchas veces dejando de lado la objetividad con que debe de tratarse las noticias.

En función de la eficacia persuasiva de los medios de comunicación y de los líderes de opinión, ciertas tendencias se van vigorizando, se produce una cierta polarización de las opiniones, a favor o en contra de las posturas mejor presentadas por

aquéllos. Cuando las preferencias se definen, se forman dos corrientes de opinión, una mayoritaria y otra minoritaria y, entonces, se puede considerar que se ha producido la opinión pública.

BIBLIOGRAFÍA

Krech, D.Y. Crutchfield: "Teoría y Problemas de la Psicología Social".

