

LA OPINIÓN PÚBLICA

Cuando hablamos de opinión pública nos referimos a fenómenos enormemente complejos resultantes del accionar del hombre en grupos organizados y de la presión que ejerce éstos frente a organizaciones de la sociedad, principalmente, a cargo del gobierno.

La Opinión Pública involucra el nivel de conciencia de la Población, el manejo de la información, los efectos de la comunicación y las políticas de comunicación que se desarrolla en el entorno, ante un hecho controversial.

1.- ETIOLOGÍA.

La significación Opinión pública, parte de dos términos. La palabra Opinión, proveniente del latín opinio — onis, que significa opinión, juicio incierto no completamente probado.

En el Diccionario de la Lengua Española hay dos significados: Concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable y Fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa.

En el primer caso. Es opinión insegura a la que le falta prueba de la verdad; en el segundo, es el concepto que se tiene de una persona (crédito o reputación, pero no cuestionada por la masa) (Parra, 1991). Por su parte, el término público, del latín publicus, nos refiere al conjunto de personas que participan de una misma aficiones o con preferencia Concurren al determinado lugar. Se llama también así al conjunto de personas reunidas en determinados lugares para asistir a un determinado espectáculo o con otro fin semejante.

2.-EVOLUCIÓN HISTÓRICA.

La opinión tiene raíces antiguas. Ciertas nociones de la opinión pública se encuentran en los diálogos de Platón, en los trabajos de Aristóteles y en las cartas de Alcuin.

El gran discípulo de Sócrates no cree en la política democrática. Dice que el pueblo no tiene la capacidad intelectual de entender la filosofía y que la dirección del Estado debe estar en manos de los pudientes. El filósofo parece decirnos que la opinión que vale es la de los educados y pudientes de la sociedad. Como lo veremos más adelante, este es un concepto que todavía no a perdido su atractivo.

La filosofía de Aristóteles es mas democrática. Esta cree en el valor colectivo de los sentimientos del pueblo. Cree también que este puede contribuir a la formación política del Estado.

Siglos mas tarde, Alcuin, consejero de Carlo margo, a su carta a su rey sugiere que un buen estadista tiene en mente la voluntad del pueblo al escribir la inmortal frase: "vox populi, vox del".

El concepto mismo de opinión pública como lo conocemos hoy día es mas bien un concepto que comienza a tener formación durante la Edad Media y madura con el tiempo.

Aunque algunos historiadores dicen que los ingleses fueron los primeros en conceptualizar el termino de la opinión pública al usar frases como "la opinión del pueblo", la mayoría de los historiadores dan crédito a los franceses. No obstante, Neuma, por ejemplo, dice que fue Rousseau el primero en usar la frase opinión publique, en 1744, al hacer referencia a los modales y buenas costumbres de la sociedad. Rousseau conectó la opinión pública con la democracia y la libertad al decir que el bien público emana de la participación directa y continua de individuos libres. En 1780 los escritores franceses ya se referían a la opinión pública en su concepto de fenómeno político, en vez de social, y generalmente en términos del bien publico", "la conciencia pública" y otros parecidos.

Con el crecimiento de una activa esfera política, la opinión pública comenzó a emerger como una nueva autoridad política con lo que la nueva burguesía podía hacer reto a la monarquía absolutista.

Pero ni franceses ni ingleses se referían explícitamente al grupo de personas que constituyan la opinión pública, mas bien hacían referencias vagas a letrados y parlamentarios que en su rebelión contra la corona hacían uso de la opinión pública para debilitar aun mas el poder monárquico.

La opinión pública de esa época era mas bien una construcción política e ideológica careciente de la referencia sociológica que le hemos dado en tiempos modernos.

No obstante, el concepto político de la opinión pública lleva consigo la noción de la manipulación de las nociones del pueblo y la de la propaganda.

Por ejemplo, desde la invención de la imprenta, por Gutenberg, en 1450, la historia del periodismo esta ligada al manejo de la opinión pública. Lo mismo se puede decir de la Publicidad y de las Relaciones Públicas, que aparecen como técnicas para la manipulación de las opiniones ciudadanas. Apelando a la emoción, en vez de la razón, por medio de sus periódicos los políticos podían controlar el debate e informar lo que pudiera servir a sus intereses.

El siglo XX nos a traído una nueva visión de la opinión pública. Su concepto político y filosófico de comprender y de comprender como unir tantos y tan variados deseos individuales en un solo deseo del estado toma segunda plana a los estudios empíricos, al entendimiento de los aspectos sociales y el comportamiento humano.

El enfoque moderno de los estudios de opinión pública esta en la función y poderes de la opinión pública, su modificación y control y la importancia de los factores emocionales e intelectuales en su formación.

El estudio del comportamiento colectivo de las gentes es un campo nuevo dentro de la opinión pública. Incluye los estudios de la psicología social, actitud y opinión y la investigación de los medios de comunicación. Entre los primeros estudios de la opinión pública moderna están los de Lowell, Lipman, y Allport. Mas recientes son los estudios de Lazarsfeldt, Berelson y Guadet, y los de Hovland, Lumsdaine, y Sheffield que establecen una fuerte conexión entre los medios de la comunicación y la opinión pública. También tenemos los trabajos de Habermas y su interpretación de la opinión pública y uso de los medios de comunicación como avenidas de control social.

El estudio de la relación entre opinión pública y medios de la comunicación tomo su mas grande impulso durante la década precedente a la II Guerra Mundial. La maquina propagandista de Hitler y su increíble capacidad de manipular la opinión del pueblo alemán por medio del cine, la radio y el periódico causo gran preocupación en los círculos de periodistas, redactores y dueños de periódicos de todo el mundo.

El miedo de que el gobierno en algún momento pudiera imponer severa restricciones a sus periódicos, revistas y otros medios, obligo a los redactores a hacer un análisis de conciencia y de su profesión. El análisis fue encargado por Henry Luce, dueño de la revista time, a Roben Hutchins, el joven presidente de la prestigiosa Universidad de Chicago el año 1944.

La comisión de Hutchins, cuyo estudio y conclusiones fueron desechadas por la prensa y por el mismo Luce, advirtió a los medios de comunicación de los Estados Unidos que el mundo estaba cambiando. Dado el sofisticamiento y crecimiento de los medios de comunicación en el mundo que se hacia mas técnico, complicado y burocrático, el rol de la prensa se hacia también mas precario. Tomando bien en cuenta la inseparable relación de los medios de comunicación con la opinión pública y con lo que pasaba por opinión pública, la comisión Hutchins exhorto a los medios de comunicación a ejercer la profesión con "libertad" pero también con "responsabilidad". EL estudio de Hutchins, conocido en los Estados Unidos como el "Reportaje Hutchins sobre la libertad de prensa", fue gran alimento intelectual para sociólogos, politólogos y estudiosos de la comunicación. En cuanto a la redacción de la prensa con la opinión pública, se comenzó a discutir en ámbitos académicos la relación de factores que afectan a la opinión pública y que muchas veces tienen sus raíces en las paginas del periódico o en los noticieros de radio y televisión.

Entre los factores que necesitaban estudios figuraban la incompetencia misma de los reporteros y periodistas en cuanto los métodos de propaganda a veces utilizados por el gobierno mismo o por grupos e individuos, cuyo intento era la del moldear la opinión del público; la insuficiencia de recursos dentro de los círculos periodísticos para obtener información completa y neutral, la tendencia general hacia las tiranías de las mayorías; susceptibilidad a la persuasión de ciertos públicos, especialmente aquellos con poca educación, y el dominio de la información por medio de los medios. Estudios posteriores han dado a luz una serie de factores y teorías que son parte de la opinión pública y su relación con los medios de comunicación.

3. DEFINICIONES

Según Howard Warren: la opinión Pública es el juicio promedio o acuerdo de los individuos de una comunidad, algunas veces real pero otras con frecuencia u supuesto, respecto de una cuestión social, ética o política determinada, o referente a un individuo.

Para 1 W. Lapirre: es el juicio que manifiesta una actitud, es una disposición permanece a la vez mental y corporal a reaccionar con cierto de comportamiento a determinado tipo de situación.

El Papa Pío XIII en su primer congreso interamericano de prensa Católica el 17 de febrero de 1950, sostenía "la opinión pública es, en efecto el patrimonio de toda sociedad normal compuesta de hombre que, consiente c)E sus conductas personal y social, están infinitamente ligados a la comunidad en la que forman parte. La opinión pública es en todas partes en definitiva, el eco natural, la resonancia común, mas o menos espontánea; de los sucesos y de la situación actual en sus espíritus y en sus juicios".

El profesor Sígnales opina que por opinión pública debe entenderse la opinión global, o la opinión de la mayoría.

Por su parte, J. Nieto Rodríguez es de la idea de que la opinión pública es aquella situación mental que alcanza niveles colectivos de configuración de hechos y sujetos, coetáneas, pasados o futuros capaz de coaccionar conductas por la mera influencia que la tal configuración ejerce.

4. FORMAS DE OPINIÓN

Saudí distingue cuatro formas de opinión:

1. La opinión claramente expresada, a veces pregonada
2. La opinión ora, a veces murmurada tal cual surge del rumor
3. El sufragio universal, o el sondeo de opinión
4. El referéndum con voto obligatorio

Parra sostiene que la opinión pública solo se concibe países en los que priman regímenes democráticos, mas no en gobiernos totalitarios. La existencia en los primeros es indispensables.

Cossio, en su obra La Opinión Pública, considera inexacta la afirmación de la democracia hecha por Lincoln: el gobierno del pueblo y para el pueblo". En su reemplazo sostiene que habría que decir que la democracia es el gobierno de la opinión pública Gobierno por los partidos políticos, habida cuenta que los partidos k.políticos en la democracia, no son los amos de la opinión pública, sino los organosnormativos de ella en la tarea de organizar a las masas que les incumbe. Pues un partido político sea de derecha o de izquierda es democrático cuando esta abierto ala opinión pública.

3.- MUCHEDUMBRE, MASA Y PÚBLICO

Entre los primeros y más importantes factores que forman parte de la opinión pública está el concepto mismo del público y sus derivaciones cuando las personas actúan en grupos sociales.

A la muchedumbre se la considera irracional, y emocional por ejemplo, historiadores nos dicen que el dictador Benito Mussolini murió a manos de la "muchedumbre".

A las masas se las considera inertes, no tienen cara y no tienen voz. El público, por otra parte, tiene conciencia, moral, ética y sentido de responsabilidad. El público no lincha a un dictador. Al contrario, lo juzga con raciocinio y objetividad.

En comparación con la "muchedumbre" y las "masas", el "público" al que se refiere Lipmann y Blumer es un grupo reducido de gente de la sociedad. Usando el concepto mismo de los sociólogos, estas gentes analizan los sucesos sociales con "objetividad y raciocinio".

La objetividad y el raciocinio son de por sí procesos que requieren información, educación y disciplina mental.

Consecuentemente, la opinión pública no es una actitud que forma parte de la mayoría de las personas de una sociedad. A pesar de su inconsistencia, los políticos se amparan en la opinión pública como si ésta formara parte de toda la sociedad.

4.- Opinión pública fabricada y manipulada.

La opinión pública encausada, o cómo denomina Negt y Kluge es una opinión pública producida industrialmente.

Este no es un hecho nuevo, es más bien una noción utilizada a veces por el Estado, a veces por agrupaciones políticas, para darse así mismo un respaldo que muchas veces no existe, dado el revestimiento casi "religioso" que se le ha dado a la opinión pública en las sociedades democráticas. Al apelarla (v.g. la opinión pública está con nosotros) políticos y politiqueros obtienen el soporte para sus causas.

Un elemento signficante en esta manipulación parte del manejo de los medios de comunicación. El otro componente está en las políticas de comunicación *del Estado*.

Para Cerna (1995), los contenidos de los medios de comunicación no sólo informan, en cuanto da a conocer hechos, sino también "forman" en tanto que es a través de la información que el individuo, de la sociedad se crea la imagen que tienes de sí mismo, de los demás y del entorno que los rodea.

Convencidos de que los gobernados creen que la opinión pública refleja la opinión popular, los gobernantes utilizan los medios de comunicación para controlar las reacciones del pueblo.

En tal sentido la manipulación de los medios de comunicación a manos de los gobernantes facilita a su vez la manipulación de los gobernantes y del público para que los gobernantes lleven a cabo actos no siempre humanos y civilizados.

Igualmente, ha creado una estructura que permite la manipulación de los sondeos de opinión pública a manos de los gobiernos. Y está dando lugar a una nueva forma de gobernar las democracias, o sea por "consenso", en virtud a las encuestas.

La manipulación de sondeos es un método relativamente nuevo de la manipulación de los medios que están utilizando gobernantes y grupos políticos. El sondeo de la opinión pública puede ser manipulado hábilmente a favor de un tema político (generalmente en favor del que paga por el sondeo) con la construcción de la encuesta.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALASINA, Migue Rodrigo: " LOS METODOS DE LA COMUNICACIÓN", Lima, UNIVERSIDAD INCA GRACILAZO DE LA VEGA
2. BERLO, David: "El Proceso de la Comunicación". Bs. Aires, Ed. El Ateneo. 1973
3. CERNA, Juan "Políticas de Comunicación". Lima, IMPRESOS Y SISTEMA SA 1975
4. MATTELART, Amand: "La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación". México, Edit. Siglo XXI. 1977
5. PAJARES, Margarita: Investigación Científica. Lima. IPE Amauta, 1995
6. POPE, Jeffrey: "Investigación de Mercados", Bogota Edit. Norma 1991
7. PARRA, Carlos: "La Opinión Pública" Lima Edit. Ama Lulla. 1991
8. TAMAYO, Mario: "El Proceso de Investigación Científica". Méxio Editorial Limusa, 1996