

OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Opinión Pública

Hay múltiples definiciones de opinión pública. Xifra (citado por Romero), dice que es la manifestación de las actitudes colectivas que predominan en la sociedad respecto a los problemas de interés general.

Arroyo sostiene que es el juicio de un sector de la colectividad sobre un acontecimiento de actualidad, generalmente controvertible, especialmente en los campos de la política o de la propaganda.

Romero señala que es una toma de conciencia sobre las cosas conocidas, una actitud respecto a ellas, por lo cual, primero se da el conocimiento de las cosas y luego se forma una opinión respecto a ellas. Constituye una fuerza colectiva y suele presentarse como compendio de las múltiples y variadas corrientes que operan en una sociedad.

Es el resumen de actitudes de diverso matiz, que cristalizan en una sola, la opinión pública.

2. Influencia de los Medios de Comunicación Social (MCS)

Al iniciarse los estudios sobre el impacto de los MCS en la opinión pública, hubo la tendencia de atribuirles el poder de manipular las mentes y las conductas.

Posteriormente se descubrió que existen mecanismos psicológicos y sociológicos en las personas y en los grupos humanos, que limitan el impacto de los mensajes. En principio, los individuos no toman contacto con los medios sólo como personas aisladas -que es lo que normalmente se cree-, sino, además, como miembros de un grupo social que posee conocimientos, creencias y experiencias. En otros términos, no es un espectador pasivo, que tiene la mente en blanco, sino un ser que afronta a los medios desde una perspectiva vital, individual y colectivamente.

Para comprender mejor la interacción entre las personas y los medios, describiremos tres interpretaciones acerca de la conducta del individuo frente a los medios.

Las diferencias individuales

Los seres humanos se diferencian considerablemente entre sí, respecto a su personalidad y conformación psicológica. Estas variaciones se deben básicamente a las diferencias que se produjeron durante la etapa del aprendizaje, pues al ser formados en circunstancias disímiles, recibieron influencias distintas. De sus ambientes de aprendizaje, extrajeron un conjunto de actitudes, valores y creencias que constituyen su formación cognitiva.

Las variables o facetas de la personalidad, adquiridas en el medio social, aportan la base para las diferencias individuales reflejadas en las predisposiciones y en los hábitos.

Debido a estas predisposiciones, el ser humano atiende y percibe los fenómenos sociales en forma selectiva, de acuerdo a su psicología y personalidad! Cada persona capta y aprehende mejor unos mensajes que otros y, concurrentemente, selecciona e

interpreta los contenidos de manera diferente a otras personas. Hay pues una reacción distinta ante los mensajes.

Cada persona capta mejor los mensajes que se relacionan con sus intereses, creencias y valores.

Las categorías sociales

La explicación de la conducta, según las categorías sociales, delimita a la anterior, pues podría suponerse que hay una infinidad de conductas individuales. Según esta perspectiva, en la sociedad existen grandes grupos sociales o colectividades, cuya conducta ante los mensajes y estímulos es más o menos uniforme. Este nucleamiento de las personas, por tipos de conducta, se produce por la existencia de factores homogenizadores: edad, sexo, nivel educativo, pertenencia a grupos socio-económicos similares y otros.

El supuesto básico de la explicación según las categorías sociales, es que, a pesar de la heterogeneidad de la sociedad, las personas de situación similar en la estructura social, tienen costumbres afines, por tal razón, su conducta frente a los mensajes de los MCS son bastante uniformes.

Las relaciones sociales

Esta interpretación de la conducta es complementaria de las anteriores. Sostiene que las personas no solamente reciben los mensajes de los MCS, sino que además, cuando se trata de temas de interés, les llega opiniones de personas pertenecientes a los círculos en que se desenvuelven: familia, amigos, compañeros de trabajo y otros.

Por tanto, el individuo recibe dos flujos de información. El primero constituido por los MCS, y el segundo, informal, proveniente de personas que pueden reforzar o modificar las ideas iniciales acerca de los mensajes. En este sentido, juegan un rol importante las personas relativamente bien informadas, que por canales interpersonales llegan a los individuos menos informados, influyendo sobre ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Sánchez, Eduardo, 1986. **Introducción a la ciencia política y cultura política**, Manual de la Universidad de Lima, Lima.
- Arroyo Huaniría, Moisés, 1967. **Periodismo y comunicación colectiva**, en Seminario de las Ciencias de la información, Ed. Pontificia Universidad Católica, Lima.
- Berlo, David 1982. **El Proceso de la comunicación**. Ed. El Ateneo. Buenos Aires Argentina.
- Brajnovic, Luca, 1979. **El ámbito científico de la información**, Ed. Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Cartwright, Dorwin, 1972. **Análisis del Material Cualitativo, en los Métodos de Investigación en las Ciencias Sociales**. Compilado por León Festinger y Daniel Kalz, Ed. Paidós, Buenos Aires, -Argentina.
- Cerroni, Humberto, 1967. **Introducción al pensamiento político**. Ed. Siglo XXI, México.
- Chinoy, Ely, 1966. **La Sociedad, una introducción a la Sociología**, Ed. Fondo de Cultura Económica, México,
- Dahrendorf, Ralf, 1986. **Sociedad y Libertad**, en **El Conflicto y la Guerra**, Manual del CAEM, Lima.
- De Fleur, Melvin y Ball Rokeach, Sandra. 1982, **Teorías de la Comunicación de Masas**, Ed. Paidós, Barcelona, España.
- Doelker, Christian, 1982. **La realidad manipulada**, Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona España.
- Duverger, Maurice, 1987. **Los Partidos Políticos**. Ed. Fondo de Cultura Económica, México.
- Eco, Humberto, 1968. **Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas**, Ed. Lumen, Barcelona, España.
- Heller, Hermann, 1987. **Teoría del Estado**, Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

Huaracha Apaza, Washington, 1988. **CIA, Sendero Luminoso: Guerra Política**, Ed. El Universo Gráfico, Lima.

Maquivalo, Nicolás, 1952- **Obras Políticas**. Introducción de Luis Navarro. Ed. Ateneo, Buenos Aires.

Mariátegui, José Carlos, 1992, **Siete Ensayos de interpretación de la Realidad Peruana**, Ed. Minerva, Lima.

Miró Quesada Rada, Francisco, 1981. **Política y Ciencia Política**, Ed. Campodónico, Lima.

1982. **Ciencia Política**, Ed. Grafita! SCRL, Lima.

Pacheco, Amelia, 1988. **Sociedad y Política**, en **Cultura Política**. Manual de Universidad de Lima, Lima.

Páez Warton José, 1995. **El Análisis Político**, Lima.

Rojas Samanez, Alvaro, 1986. **Partidos Políticos en el Perú**, Promotores y Consultores Andinos, SRL, Lima.

Nuevos Retos, otro Rol, 1994, Salgado Editores, Lima.

Romero Rubio A., 1973. **Teoría General de la Información y de la Comunicación**. Ed. Pirámide S.A. Madrid.

Rotondo, Humberto, 1984, **Introducción a las ciencias del comportamiento**, Ed. Okura S.A. Lima.

Silva Santisteban, Luis, 1986. **Fundamentos de la Ciencia política**, Ed. Universidad de Lima, Lima,